

# — ANÁLISE SETORIAL —

# IMPACTOS DA LGPD

# NO BRASIL

## ORGANIZADORES

LAURA SCHERTEL MENDES

GIOVANNA MILANESE

PAULO RICARDO DA SILVA SANTANA

SHANA SCHLOTTFELDT

TAYNÁ FROTA DE ARAÚJO

EDUARDA COSTA ALMEIDA

ELIS BANDEIRA A. BRAYNER

ANUÁRIO DO OBSERVATÓRIO DA LGPD DA  
UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

**VOLUME 2**

Universidade de Brasília  
Faculdade de Direito

# **Anuário do Observatório da LGPD da Universidade de Brasília**

Análise setorial dos impactos da LGPD no Brasil

Volume 2  
Brasília-DF  
2023



Anuário do Observatório da LGPD da Universidade de Brasília: Análise setorial dos impactos da LGPD no Brasil © 2023 by Observatório da LGPD/Unb is licensed under CC BY-NC-ND 4.0. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Anuário do Observatório da LGPD da Universidade de Brasília: Análise setorial dos impactos da LGPD no Brasil

A responsabilidade pelos direitos autorais de textos e imagens desta obra é do Observatório da LGPD/Unb.

Para esclarecimentos sobre esta obra, entrar em contato com [observatorio.lgpd.unb@gmail.com](mailto:observatorio.lgpd.unb@gmail.com)

Volume 2

### **Organização**

**Coordenação Geral:** prof.<sup>a</sup> Laura Schertel Mendes;

**Coordenação Adjunta:** Giovanna Milanese;

**Coordenação de Pesquisa:** Paulo Ricardo S. Santana e Shana Schlottfeldt;

**Assessores da Coordenação de Pesquisa:** Igor M. Caldas Machado, Luís Fernando O. S. Costa, Sayuri Hamaoka e Sofia de M. Vergara;

**Revisão e Organização:** Eduarda Costa, Elis Bandeira A. Brayner e Tayná Frota de Araújo.

### **Informações**

Observatório da LGPD/Unb

Faculdade de Direito

Universidade de Brasília

Campus Universitário Darcy Ribeiro, CEP: 70.910-900, Brasília-DF, Brasil

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
(Biblioteca Central da Universidade de Brasília - BCE/UNB)

A636 Anuário do Observatório da LGPD da Universidade de Brasília [recurso eletrônico] : análise comparada entre elementos da LGPD e do GDPR / organização Laura Schertel Mendes ... [et al.]. - Brasília : Universidade de Brasília, Faculdade de Direito, 2024. 2 v.

Inclui bibliografia. Modo de acesso: World Wide Web.

ISBN 978-65-00-92398-8 (v. 1).

ISBN 978-65-00-92399-5 (v. 2).

1. Brasil. [Lei geral de proteção de dados pessoais (2018)]. 2. Universidade de Brasília. 3. Proteção de dados. 4. Direito comparado. I. Mendes, Laura Schertel (org.).

CDU 34

## **AUTORES**

André Felipe Krepke

Camila Cristina da Silva

Elis Bandeira Alencar Brayner

Gustavo Vieira de Sousa

Igor Marques Caldas Machado

Isabella Maria Farias Carvalho

Lívia Rodrigues Alves

Luis Eduardo de Souza Leite Trancoso Daher

Luís Fernando Oliveira de Souza Costa

Paulo Ricardo da Silva Santana

Rafaella Bacellar Marques

Rodrigo Toledo Costa de Almeida

Sofia de Medeiros Vergara

Tayná Frota de Araújo

Thobias Prado Moura

Wanessa Larissa Silva de Araújo

## REVISORES

A realização deste anuário contou com a significativa participação de revisores, que atuaram na avaliação e revisão dos artigos submetidos pelos pesquisadores do Observatório, fornecendo orientações e sugestões de melhoria. Oferecemos nosso mais sincero agradecimento pelas valiosas contribuições de cada um.

Cynthia Pico

Eduarda Chacon

Eduarda Costa

Felipe Medon

Gabriel Fonseca

Giovanna Milanese

Isabela Maria Rosal

Maria Cristine Lindoso

Matheus Pimenta

Mônica Fujimoto

Rodrigo Silva

Thiago Moraes

## SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	7
<i>Laura Schertel Mendes, Giovanna Milanese e Paulo Ricardo da Silva Santana</i>	
PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS E O UNIVERSO DA SAÚDE: INTERSEÇÕES E DESAFIOS .....	9
<i>André Felipe Krepke</i>	
APLICAÇÃO DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS NO SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL .....	25
<i>Camila Cristina</i>	
O TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS NO CONTEXTO DA NOVA LEI DO CADASTRO POSITIVO .....	39
<i>Elis Bandeira Alencar Brayner</i>	
APLICAÇÃO DA LGPD NO SETOR DE TRANSPORTES .....	53
<i>Tayná Frota de Araújo</i>	
REQUISITOS PARA O USO SECUNDÁRIO DE DADOS PESSOAIS PELO PODER PÚBLICO COM BASE NA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS E NO GUIA ORIENTATIVO DA ANPD .....	75
<i>Rodrigo Toledo Costa de Almeida</i>	
USO DE DADOS COMO UM CATALISADOR ECONÔMICO: UMA BREVE ANÁLISE DA INTERSEÇÃO ENTRE A PROTEÇÃO DE DADOS E O DIREITO DA CONCORRÊNCIA.....	88
<i>Igor Marques Caldas Machado</i>	
INTERSECCÕES ENTRE A LGPD E O DIREITO DO CONSUMIDOR.....	101
<i>Lívia Rodrigues Alves e Luis Eduardo de Souza Leite Trancoso Daher</i>	
APLICAÇÃO DA LGPD NO DIREITO ELEITORAL .....	115
<i>Gustavo Vieira de Sousa e Isabella Maria Farias Carvalho</i>	
O ATO CONJUNTO Nº 4 E A APLICAÇÃO DA LGPD: A POLÍTICA DE PRIVACIDADE E PROTEÇÃO DE DADOS NO ÂMBITO DO TRIBUNAL SUPERIOR DO TRABALHO E DO CONSELHO SUPERIOR DA JUSTIÇA DO TRABALHO .....	130
<i>Rafaella Bacellar Marques</i>	
SE VOCÊ NÃO PAGA PELO PRODUTO, O PRODUTO É VOCÊ: UMA ANÁLISE DO ACORDO DE COOPERAÇÃO TÉCNICA ENTRE CADE E ANPD .....	148
<i>Sofia de Medeiros Vergara</i>	

COMO AS MEDIDAS DE PROTEÇÃO DA COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS FORAM IMPACTADAS PELA PORTARIA CVM/PTE/Nº 188 ..... 163

AUTORIDADE NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS COMO AUTARQUIA ESPECIAL ..... 180

*Wanessa Larissa Silva de Araújo*

APLICAÇÃO DA LGPD AO USO DE COOKIES E O GUIA ORIENTATIVO PARA COOKIES E PROTEÇÃO DE DADOS DA ANPD ..... 198

*Paulo Ricardo da Silva Santana*

ADESÃO DO BRASIL À CONVENÇÃO 108: DESAFIOS E PERSPECTIVAS PARA A PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS ..... 217

*Thobias Prado Moura*

ADESÃO DO BRASIL À CONVENÇÃO DE BUDAPESTE ..... 239

*Elis Bandeira Alencar Brayner*

## APLICAÇÃO DA LGPD AO USO DE COOKIES E O GUIA ORIENTATIVO PARA COOKIES E PROTEÇÃO DE DADOS DA ANPD

Paulo Ricardo da Silva Santana<sup>1</sup>

**Resumo:** Este artigo tem o objetivo de analisar a aplicação da LGPD ao uso de *cookies*, abordando o Guia Orientativo para *Cookies* e Proteção de Dados publicado pela ANPD. O ponto de partida foi uma revisão bibliográfica sobre *cookies* para *Web*, rastreamento e proteção de dados. Em seguida, foi realizada uma análise do Guia Orientativo para *Cookies* e Proteção de Dados da ANPD e de disposições da LGPD, em perspectiva comparada com normas de proteção de dados internacionais, em especial do sistema europeu. Diante de um cenário em que *banners* de *cookies* passaram a dominar os sites eletrônicos após a difusão de normas de proteção de dados, muitas vezes sem a observação de determinações legais, observou-se que o Guia representa um importante passo para contribuir com a proteção dos direitos e a privacidade de titulares de dados pessoais.

**Palavras-chave:** *cookies*; *Web*; consentimento; rastreamento; privacidade; LGPD

**Abstract:** *This paper aims to analyze the application of the LGPD to the use of cookies by addressing the Guidance for Cookies and Data Protection published by the ANPD. The starting point was a literature review on web cookies, tracking and data protection. Then, an analysis of the Guidelines for Cookies published by the ANPD and provisions of the LGPD in comparison with international data protection standards, in particular the European system. In a scenario in which cookie banners have dominated electronic sites after the dissemination of data protection rules, often without complying with legal determinations, one could note that the Guide represents an important step towards the protection of human rights and the privacy of the data subjects.*

---

<sup>1</sup> Paulo Ricardo da Silva Santana é graduado em Sistemas de Informação pelo Centro Universitário do Distrito Federal (UDF) e em Direito pela Universidade de Brasília (Unb). Coordenador de Pesquisa do Observatório da LGPD/Unb. Membro da comissão de Privacidade e Proteção de Dados da OAB/DF. Advogado e Consultor em Proteção de Dados em FdS Advogados.



**Keywords:** *cookies; Web; consent; tracking; privacy; LGPD*

## Introdução

Durante os anos 2000, a Internet se transformou em uma plataforma provedora de serviços digitais, a Web 2.0.<sup>2</sup> Motores de otimização de busca, serviços de música, serviços de compra e venda e redes sociais tornaram a Internet um terreno rico em matéria-prima gratuita para a tradução da experiência humana em dados comportamentais,<sup>3</sup> originando o que Shoshana Zuboff denomina de superávit comportamental humano.<sup>4</sup>

Esse processo começou ainda nos primeiros anos da *Web*, em meados dos anos 90, quando *cookies* para internet foram inventadas por Lou Montulli, com o propósito de resolver um problema essencial: as páginas da *Web* não tinham a capacidade de lembrar do usuário após o fim de uma interação. Ao solucionarem o problema de “memória” dos protocolos de comunicação da *Web*, os *cookies* acabaram possibilitando a ampliação do fluxo informacional e do processo de tradução da experiência humana do mundo real para o virtual, iniciando a produção de uma vastidão de dados, vistos como petróleo pelas agências de publicidade da época.

Nos primeiros anos, nenhum usuário comum que navegasse pelas páginas da *Web* teria como saber que os *cookies* estavam lá no seu dispositivo coletando seus dados pessoais. Quando foram notados em 1996, o desafio inicial foi entender seu funcionamento e os riscos envolvidos para os titulares de dados. Em que pese tenham ajudado a melhorar a experiência do usuário na *Web*, os *cookies* também viabilizaram formas de rastreamento do usuário desenfreadas e até ilegais com sérias consequências para os titulares de dados pessoais.

A expansão relativamente recente das normas de proteção de dados impôs aos agentes de tratamento o dever de adequação de suas aplicações digitais. O resultado foi uma enxurrada de *banners* informativos sobre *cookies*. Na prática, foi possível verificar que as adequações nem sempre foram empenhadas de forma legítima ou efetiva à salvaguarda dos direitos dos titulares.

---

<sup>2</sup> O'REILLY, Tim. *What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. O'Reilly, 30 de set. 2005. Disponível em: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1>. Acesso em: 24 de jan. 2023

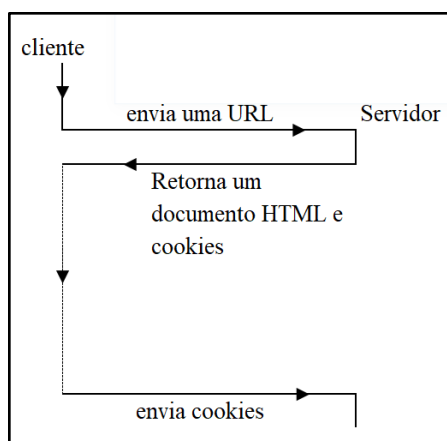
<sup>3</sup> ZUBBOF, Shoshana. *A Era do Capitalismo de Vigilância*. 1 ed. Editora Intrínseca, 2021. p.18

<sup>4</sup> *Ibid.* p.114

Nesse recorte, este artigo tem o objetivo de analisar as disposições da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) aplicáveis aos *cookies*, abordando o Guia Orientativo para *Cookies* e Proteção de Dados publicado pela ANPD em 2022. Considerando o tema exposto, a principal pergunta de pesquisa deste trabalho é: Qual é o impacto do referido guia? Para responder à questão principal, será realizada uma breve reflexão sobre a relevância dos *cookies* na *Web* e como eles se relacionam com a privacidade e a proteção de dados.

## 1. Sobre os cookies

Quem sabe se os *cookies* tivessem sido inventados por um programador brasileiro eles não se chamassem cafezinho? A lógica do *cookie* é a mesma do cafezinho: algo que se oferece quando alguém faz uma visita.<sup>5</sup> De maneira bem resumida, o internauta, ao visitar um *site* eletrônico, recebe um pequeno pedaço de código que armazena algumas de suas informações que podem ser posteriormente enviadas de volta ao servidor onde o site está hospedado.



**Fonte:** Autor, adaptado de MONTULLI (2007)

---

<sup>5</sup> Em 2002, Andrew Stuart, do portal Domino Power, publicou um artigo investigando o porquê dos *cookies* se chamarem assim. Após enviar um e-mail a Lou Montulli, ele recebeu a resposta de que os cookies foram nomeados em homenagem a um termo típico da Ciência da Computação: “*magic cookies*”. Veja mais em: STUART, Andrew. *Where cookie comes from*. Domino Power, 1 de jul. 2002. Disponível em: <http://dominopower.com/article/where-cookie-comes-from>. Acesso em: 24 de fev. 2023; STEVEN, Johnson. *The Magic Cookie: How Lou Montulli Cured The Web's Amnesia*. The Hidden Heroes. Disponível em: <https://hiddenheroes.netguru.com/lou-montulli>. Acesso em: 08 de fev. 2023.

As informações compartilhadas entre a origem e o destino são denominadas “informações de estado”,<sup>6</sup> o que pode incluir dados diversos, como nomes de usuários, *login*, produtos selecionados em uma loja virtual, páginas visitadas anteriormente e outros relacionados à interação que ocorre entre o internauta e o *site* visitado.

No mundo real, se um cliente for ao supermercado e por qualquer motivo precisar largar tudo e sair, os produtos ficarão no carrinho de compras e serão posteriormente devolvidos às prateleiras. Ocasionalmente, quando tiver que fazer compras, o cliente terá que procurar pelos produtos novamente. Nesse quesito, não era tão diferente fazer compras na *Internet* antes da existência dos *cookies*. Se tivesse que interromper rapidamente a sessão ou enfrentasse qualquer falha na conexão, o internauta teria que reiniciar o processo. Quando idealizou os *cookies*, Lou Montulli pensou em uma forma de contornar problemas como esse.

Embora possa parecer que a *Web* não se importasse com compradores digitais, a verdade é que naquela época a falta de armazenamento de dados dos internautas era uma característica comum. Os navegadores “não possuíam memória” e isso gerava diversos problemas. Por exemplo, um usuário que escolhesse o idioma em uma página multilíngue perderia suas preferências ao clicar em um novo *link*. Além disso, sem informações sobre os usuários, era impossível contar a quantidade de visitantes de uma página.<sup>7</sup>

Entretanto, havia outras implicações de grande relevância: segurança e privacidade. A *Web* teve suas primeiras versões desenvolvidas no renomado CERN, *European Organization for Nuclear Research* (Organização Europeia para Pesquisa Nuclear),<sup>8</sup> visando a possibilitar o compartilhamento de informações entre cientistas por universidades e institutos em todo o mundo.<sup>9</sup> Seu projeto inicial descrevia um “projeto de hipertexto” chamado “WorldWideWeb” no qual uma “teia” de “documentos de hipertexto” poderia ser visualizada por “navegadores”.<sup>10</sup>

---

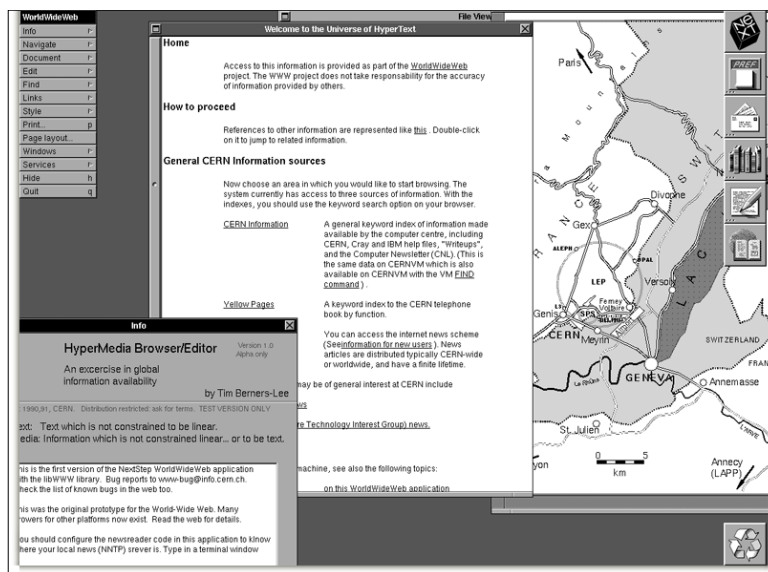
<sup>6</sup> Conforme detalhado na patente dos cookies, “estado de cliente persistente em um sistema cliente-servidor baseado em protocolo de transferência de hipertexto, de n.º US 20070185978A1: “Um método e aparelho para transferir informações de estado entre um sistema de computador servidor e um sistema de computador cliente.” Ver mais em: MONTULLI, Lou. *Persistent Client State In A Hypertext Transfer Protocol Based Client-Server System*. US 20070185978A1. 9 de ago. 2007. United States Patent and Trademark Office. Palo Alto: USPTO, 2007. p. 1.

<sup>7</sup> Um departamento com uma estação de acesso com um identificador único, como o IP (*Internet Protocol*), poderia ter vários usuários acessando um determinado conteúdo em um servidor *Web*. A identificação por IP não resolveria o problema.

<sup>8</sup> *European Organization for Nuclear Research* (Organização Europeia para Pesquisa Nuclear).

<sup>9</sup> CERN. *A short history of the Web*. Disponível em: <https://home.cern/science/computing/birth-web/short-history-web>. Acesso em: 21 de fev. 2023.

<sup>10</sup> *Ibid.* n.p.



Fonte: CERN (1993)<sup>11</sup>

No entanto, como os navegadores não guardavam informações sobre os visitantes das páginas eletrônicas, era como alguém entrando em sua casa sem que fosse possível ter qualquer ideia de quem estava fazendo a visita. Sob essas condições, ainda era perfeitamente possível o acesso a informações privilegiadas por um visitante sem permissão.

Para garantir a segurança da conexão entre o visitante e o servidor, é fundamental que haja uma conexão segura e que informações mínimas sobre a origem e o destino da conexão sejam compartilhadas. Em seu documento de patente sobre os *cookies*, Montulli propôs um método de chamada no qual o computador cliente transmitia informações somente por meio de um canal seguro de comunicação ao servidor de destino. Dessa forma, a segurança da conexão seria preservada e o risco de interceptação de dados sensíveis seria reduzido.<sup>12</sup>

Mais de vinte anos após sua invenção vir ao mundo em entrevista ao portal *The Hidden Heroes*, Montulli esclareceu que um dos objetivos dos *cookies* era dar mais segurança e privacidade ao usuário.<sup>13</sup> Em outra entrevista, Montulli explicou que havia uma desconfiança

<sup>11</sup> Captura de tela registrada em 1993 da página *Web* do CERN em que os cientistas utilizavam para consultar informações úteis. Ver mais em: CERN. *Tim Berners-Lee's original World Wide Web browser*. Disponível em: <http://info.cern.ch/NextBrowser.html>. Acesso em: 21 de fev. 2023.

<sup>12</sup> Item 25 do parágrafo [0120]. “*The method of claim 13, wherein a state object specifies if it is a secure state object, and wherein if a state object is secure, then said client computer system only transmits said secure state object over a secure communication channel to said server.*” Ver mais em: MONTULLI, Lou. Op. Cit., 2007. p. 17.

<sup>13</sup> “*That information would be accessible only to you and the specific web server you were interacting with. The cookie served to you by the Yahoo web server would only be visible to Yahoo. If you went to another site - say Wired.com- they could create their own cookie to give you a persistent identity on their site, but they'd have no*

do Governo na época. Então, para solucionar alguns problemas da *Web*, era preciso desenvolver um mecanismo que permitisse que o internauta pudesse **ser lembrado sem ser rastreado**.<sup>14</sup>

Embora os objetivos de dar mais segurança e privacidade ao usuário não tenham sido declarados na submissão da patente dos *cookies*,<sup>15</sup> nos anos seguintes ao da invenção, Montulli seguiu trabalhando nessa questão ao propor *Request For Comment 2119*<sup>16</sup> de 1997 (RFC 2119/97), em que foi submetida uma proposta de *Protocolo de rastreamento de padrões da Internet*.<sup>17</sup>

Dentre as várias diretrizes propostas, a RFC 2119/97 estabelecia tópicos direcionados para o aumento da privacidade do usuário de *Internet*, como regras de comunicação entre o computador do internauta e o servidor; recomendações sobre segurança; e privacidade. A RFC 2119 também propôs direitos para os usuários de *Internet*, como o de aceitar ou rejeitar *cookies*.<sup>18</sup>

Se, de fato, a intenção jamais tivesse sido rastrear os usuários, isto só ficou claro com a RFC 2119/97. Contudo, esta RFC já surgiu após um cenário de desconfiança sobre o que os *cookies* poderiam fazer e em um contexto em que as discussões sobre privacidade *online* já tomavam forma. Os *cookies* estavam em pleno funcionamento e praticamente despercebidos pelos usuários, quando o jornalista Tim Jackson publicou uma matéria sobre o que de fato eram os *cookies* e para que serviam, despertando o debate a respeito de questões relacionadas à privacidade dos usuários de *Internet* em razão dos *cookies*.<sup>19</sup>

---

way of detecting the existence of the Yahoo cookie.”. Ver mais em: STEVEN, Johnson. *The Magic Cookie: How Lou Montulli Cured The Web’s Amnesia*. The Hidden Heroes, Disponível em: <https://hiddenheroes.netguru.com/lou-montulli>. Acesso em: 08 de fev. 2023.

<sup>14</sup> KIHN, MARTIN. Lou Montulli: *The Man Who Invented the Cookie*. Martin Kihn, 21 de out. 2019. Disponível em: <https://martinkihn.com/2019/10/21/lou-montulli-the-man-who-invented-the-browser-cookie>. Acesso em: 23 de fev. 2023

<sup>15</sup> Nos parágrafos [010] a [015] Montulli resume as possibilidades de aplicação da sua invenção. Nada é mencionado sobre privacidade. O termo privacidade sequer aparece nos 20 parágrafos descritivos da invenção.

<sup>16</sup> As RFC’s, *Requests For Comments* (Solicitações de Comentários) são uma forma de fomentar discussão e de obter sugestões de melhorias em determinadas tecnologias. São documentos técnicos. De peso relevante, elas costumam ser adotadas como normas de padronização. A RFC 2119/97 se tornou obsoleta por RFC’s posteriores: RFC’s 2965/2000 e 6265/2011.

<sup>17</sup> MONTULLI, Lou. KRISTOL, David. *HTTP State Management Mechanism*. RFC 2109. Standards Track, fev. de 1997. Disponível em: <https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc2109>. Acesso em: 22 fev. 2023.

<sup>18</sup> Em relação ao direito do internauta de rejeitar os *cookies* no seu computador, o servidor não deveria armazenar as informações. É o disposto no item 4.3.2 da RFC 2119/97: *To prevent possible security or privacy violations, a user agent rejects a cookie (shall not store its information) [...]*; Ibid. n.p.

<sup>19</sup> JACKSON, Tim. *This bug in your PC is a smart cookie*. Financial Times, London, Week n. 7, n. 32.906, 12 de fev. 1996. *Companies & Markets*, p. 15.

Pouco tempo após a publicação de Tim Jackson, a *Federal Trade Commission – FTC*, agência americana de defesa da concorrência e proteção do consumidor, que já vinha desde 1995 promovendo encontros para discutir a privacidade *online*,<sup>20</sup> no *workshop “Consumer Privacy on the Global Information Infrastructure”*, tratou de temas como práticas de *sites* relacionados à coleta, uso e transferência de informações pessoais, esforços auto regulatórios e desenvolvimento tecnológico para aumentar a privacidade dos consumidores; esforços educacionais para consumidores e empresas; o papel do governo na proteção da privacidade das informações *online*; e questões especiais levantadas pela coleta *online* e uso de informações sobre crianças.<sup>21</sup>

A preocupação geral da FTC era com a publicidade direcionada para crianças, e um tipo particular de *cookies* que veremos adiante, os *cookies* de terceiros, chamaram atenção nos debates que se seguiram<sup>22</sup> e que culminaram na elaboração do *Children's Online Privacy Protection Act – COPPA*.<sup>23</sup>

Tim Jackson terminou assim o seu artigo no *Financial Times*: “o único consolo é que é improvável que as violações de privacidade usando essa tecnologia tenham consequências de vida ou morte. Afinal, a pior coisa que a maioria das empresas fará é tentar vender algo para você”.<sup>24</sup> Certo que, naquela época, talvez fosse difícil prever o impacto que os *cookies* gerariam na *Internet* e no mundo real, ajudando a inaugurar uma nova era para a sociedade, fortemente marcada pela vigilância, hábil em converter a experiência humana em matéria prima gratuita para práticas comerciais dissimuladas de extração, previsão e venda.<sup>25</sup>

A tecnologia que foi supostamente concebida com a promessa de dar mais segurança e privacidade ao usuário foi a mesma que possibilitou, às gigantes da tecnologia, o rastreamento

---

<sup>20</sup> FEDERAL Trade Commission. *Privacy Online: A Report to Congress*. FTC, jun. 1998. p.1.

<sup>21</sup> FEDERAL Trade Commission. *Prepared statement of the Federal Commission on Internet Privacy before the Subcommittee on Courts and Intellectual Property of the House Committee on the Judiciary United States House of Representatives*. FTC, 26 de mar. 1998. Disponível em: [https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public\\_statements/prepared-statement-federal-trade-commission-internet-privacy/privacy.pdf](https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public_statements/prepared-statement-federal-trade-commission-internet-privacy/privacy.pdf). Acesso em: 26 de fev. 2023. n.p.

<sup>22</sup> FEDERAL Trade Commission. *Privacy online: Fair Information practices in the electronic marketplace*. FTC, mai. 2000. p.21

<sup>23</sup> A *Children's Online Privacy Protection Act* é uma lei federal americana de 1998 que impõe certos requisitos aos operadores de *sites* ou serviços *online* direcionados a crianças menores de 13 anos de idade e aos operadores de outros *sites* ou serviços *online* que tenham conhecimento real de que estão coletando informações pessoais *online* de uma criança menor de 13 anos. Ver mais em: COPPA. 15 U.S.C. §§ 6501-6506. *Children's Online Privacy Protection Act*. 21 de abr. de 2000. Disponível em: <https://www.ftc.gov/enforcement/rules/rulemaking-regulatory-reform-proceedings/childrens-online-privacy-protection-rule>. Acesso em: 26 de fev. 2023.

<sup>24</sup> JACKSON, Tim. Op. Cit., 1996. p. 15.

<sup>25</sup> ZUBBOF, Shoshana. *A Era do Capitalismo de Vigilância*. 1 ed. Editora Intrínseca, 2021. p.7.

massivo do comportamento dos usuários, visando aos aumentos dos ganhos de capital por meio da violação sistemática de sua privacidade, confirmando a afirmação de Stefano Rodotà de que a *Internet* se apresenta cada vez mais claramente como uma trama de possibilidades ainda não resolvidas, como um conjunto de promessas contraditórias: no caso dos *cookies*, coleta e compartilhamento de informações pessoais oferecendo mais segurança e privacidade.<sup>26</sup>

### 1.1. Rastreamento

Os *cookies* nasceram para facilitar (i) o gerenciamento de sessão – classificados como necessários – e para (ii) a personalização da experiência do usuário durante a navegação, classificados como não necessários. Todavia, as empresas de publicidade foram rápidas em utilizar essa tecnologia para captar o comportamento dos usuários de *Internet* e utilizar essas informações para aumentar os ganhos de capital por meio da definição e análise de perfis comportamentais. Assim, surgiram *cookies* com a finalidade de (iii) rastreamento. Esses são basicamente os tipos de *cookies* existentes, que podem ainda ser classificados quanto à origem: (1) *cookies* primários ou; (2) de terceiros.<sup>27</sup> Enquanto os primários se reportam ao servidor de origem, os de terceiros enviam informações para servidores diferentes da página acessada. Exatamente por isso, são muito utilizados para publicidade.

Há ainda uma classificação relevante que diz respeito ao seu tempo de duração: os *cookies* de (a) sessão ou (b) persistentes.<sup>28</sup> Os de sessão duram enquanto a interação do usuário com a página acessada durar. Os persistentes, por sua vez, só são eliminados após a data prevista para expirar, ou seja, persistem por um tempo determinado.

Compreender essas diferenças nos permite direcionar mais adequadamente as reflexões atinentes à problemática em torno dessas tecnologias. Grande parte dessa problemática gravita em torno dos *cookies* de terceiros, do tipo persistente, usados com a finalidade de rastreamento dos usuários. Aliás, foram *cookies* dessa natureza, com uma perigosa adaptação, que foram

---

<sup>26</sup> RODOTÀ, Stefano. *A vida na sociedade da vigilância - A privacidade hoje* / Stefano Rodotà – Organização, seleção e apresentação de Maria Celina Bodin de Moraes. – Rio de Janeiro: Renovar, 2008. p. 169;

<sup>27</sup> MOZILLA. Cookies HTTP. [https://developer.mozilla.org/pt-BR/docs/Web/HTTP/Cookies#rastreamento\\_e\\_privacidade](https://developer.mozilla.org/pt-BR/docs/Web/HTTP/Cookies#rastreamento_e_privacidade). Acesso em: 08 de Mar. 2023.

<sup>28</sup> MOZILLA. Cookies HTTP. <https://developer.mozilla.org/pt-BR/docs/Web/HTTP/Cookies>. Acesso em: 08 de Mar. 2023.



largamente utilizados pela gigante das telecomunicações americana, a Verizon, em um escândalo de rastreamento de milhões de pessoas, reportando por Robert McMillan em 2014.<sup>29</sup>

Desenvolvidos pela Turn Inc,<sup>30</sup> os *cookies* utilizados pela Verizon ficaram conhecidos como “*cookies zumbis*”, “*perma-cookie*” ou ainda “*supercookies*”, em razão de serem um tipo de *cookie* que “volta a vida”, mesmo após ter expirado ou ter sido apagado do computador do usuário. A finalidade era, de forma oculta, rastrear o usuário. A questão chegou à FTC,<sup>31</sup> que entendeu o caso como violação do *Federal Trade Commission Act* e, dentre várias terminações, impôs à Turn Inc o dever de informar os usuários sobre os dados coletados e de fornecer mecanismo para que os usuários pudessem rejeitar a coleta de dados (*opt-out*).<sup>32</sup>

“*Hoje, a tecnologia criou balas de prata que permitem às empresas atingir as pessoas individualmente. A longo prazo, isso é bom, pois adaptará a publicidade mais de acordo com o que o consumidor deseja.*” Embora não pudesse entender completamente na época os riscos em torno do rastreamento por *cookies*, Jackson de alguma forma anunciava o que estava por vir: o uso massificado dessa tecnologia por empresas de publicidade.

Para entender como chegamos a esse ponto, é preciso também entender que, grosso modo, uma página *Web* é como uma teia de vários *links* atrelados a alguma outra página ou serviço.<sup>33</sup> Esses *links* podem conter referências a imagens e arquivos de *sites* em outros servidores.<sup>34</sup> Por essa razão, é ainda muito comum acessar uma página qualquer da *Web* e visualizar *banners* com propagandas que direcionam para outros provedores. E foi com base nessa característica essencial da *Web*, que os *cookies* de terceiros surgiram.

---

<sup>29</sup> MCMILLAN, Robert. *Verizon's 'Perma-Cookie' Is a Privacy-Killing Machine*. WIRED, 27 de out. 2014. Disponível em: <https://www.wired.com/2014/10/verizons-perma-cookie>. Acesso em: 08 de mar. 2023.

<sup>30</sup> Depois do escândalo, a empresa mudou de nome, tendo sido incorporada por outra – *Cardinal Group*. Em um perfil remanescente na Bloomberg está descrito que a empresa “*offers data and media management platform technologies. The Company provides platforms which allows centralized management of multiple inventory sources, target custom audiences at scale, and optimize performance.*” Ver mais em: BLOOMBERG. *Turn Inc*. Disponível em: <https://www.bloomberg.com/profile/company/4528628Z:US>. Acesso em: 08 de mar. 2023

<sup>31</sup> FEDERAL Trade Commission. *Complaint. Docket n° 1523099*. FTC. Disponível em: [https://www.ftc.gov/system/files/documents/cases/turn\\_inc\\_final\\_complaint.pdf](https://www.ftc.gov/system/files/documents/cases/turn_inc_final_complaint.pdf). Acesso em: 08 de mar. 2023.

<sup>32</sup> FEDERAL Trade Commission. *Decision and Order Docket n° 1523099*. FTC. Disponível em: [https://www.ftc.gov/system/files/documents/cases/turn\\_decision\\_and\\_order.pdf](https://www.ftc.gov/system/files/documents/cases/turn_decision_and_order.pdf). Acesso em: 08 de mar. 2023.

<sup>33</sup> Essas páginas são elaboradas por meio de linguagem de marcação de texto, o *HTML - Hypertext Markup Language*. O *HTML* é a estrutura básica das páginas *Web* e de aplicações *Web*. Veja mais em: W3C. *HTML & CSS*. W3C. Disponível em: <https://www.w3.org/standards/webdesign/htmlcss>. Acesso em: 07 de mar. 2023.

<sup>34</sup> ROBBINS, Jennifer Niederst. *Learning Web Design: A Beginner's Guide to HTML, CSS, JavaScript, and Web Graphics*. 5ª ed. O'Reilly Media, 2018. p. 27-32



Após os *cookies* virem ao mundo, as agências de publicidade logo perceberam ser possível não só enviar imagens e textos de seus servidores, como também fornecer um mecanismo para receber de volta informações do usuário. A rodovia dos dados digitais se tornou assim de “mão dupla”, não só entre os usuários e os *sites* por eles visitados, para as finalidades já explanadas acima, como também entre os usuários e terceiros, para fins publicitários.

Ainda nos anos 90, a agência de publicidade *DoubleClick* foi pioneira nas atividades de rastreamento dos internautas, tendo sido adquirida em pouco tempo por ninguém menos que a gigante Google, que incorporou suas soluções no produto *Google AdWords*.<sup>35</sup> Um fato muito curioso já que a empresa que praticamente moldou uma nova forma de capitalismo por meio da utilização massificada de rastreamento de usuários da *Web* é a mesma que está sendo responsável por uma iniciativa de acabar com os *cookies* de terceiros.<sup>36</sup>

Muitos são os questionamentos que surgem em torno da iniciativa de pôr fim aos *cookies* de terceiros, especialmente com relação ao impacto que isso poderá gerar nos mercados digitais e no setor publicitário. Embora essa iniciativa venha com uma promessa de promover mais privacidade aos internautas, convém destacar que ainda estamos, em certa medida, tentando desenvolver mecanismos para lidar adequadamente com todos os riscos que essa tecnologia impõe. Já vimos que a tecnologia não é muito boa em cumprir suas promessas. Diante disso, surge uma questão: o que, de fato, virá depois dos *cookies*?

Na era do Capitalismo de Vigilância, os usuários de *Internet* sempre estarão sujeitos a algum tipo de rastreamento. No decorrer deste trabalho, pudemos verificar usos úteis para o rastreamento, de modo que não se pode afirmar que todo rastreamento *online* é ruim. O que precisa ser observado é se a implementação e uso dessas tecnologias respeitam minimamente

---

<sup>35</sup> Definido pela própria Google, o *Google Ads* (que era conhecido como *Google AdWords* e *Google AdWords Express*) é uma solução de publicidade on-line que as empresas usam para promover os seus produtos e serviços na Pesquisa Google, no YouTube e em outros sites na Web.

<sup>36</sup> Em 2022 a Google anunciou o projeto *Privacy Sandbox*, uma iniciativa para o desenvolvimento de ferramentas alternativas aos *cookies* de terceiros. A ideia central é promover a privacidade dos usuários e, ao mesmo tempo, garantir a publicidade direcionada. *Cookies*, de alguma maneira integram a arquitetura da *Web* atual. A iniciativa da Google é voltada para os usuários do seu navegador da *Web*, o *Google Chrome*. Contudo, sendo de longe o navegador mais utilizado no mundo, não é exagero afirmar que esta iniciativa tem o potencial de pôr fim à era dos *cookies* – de terceiros. Ver mais em: CHAVEZ, Anthony. *Expanding testing for the Privacy Sandbox for the Web*. Google, 27 de jul. 2022. <https://blog.google/products/chrome/update-testing-privacy-sandbox-web>. Acesso em: 08 de mar. 2023; MEREWOOD, Rowan. *No spooky cookies: Cookies are best fresh, so what are the latest recipes to ensure you can still enjoy spooky season without any stale cookies?*. Google, 24 de out. 2023. Disponível em: <https://developer.chrome.com/blog/no-spooky-cookies/>. Acesso em: 08 de mar. 2023.

as garantias e liberdades individuais, não só resguardando, mas promovendo a privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade dos usuários.

## 1.2. Informação e Consentimento

Com as normativas de proteção de dados ganhando cada vez mais destaque nos espaços de debate, os provedores de serviços digitais se lançaram para tentar adaptar seus serviços e páginas *web* às novas regulamentações. Isso provocou uma inundação de *banners* irritantes sobre políticas de privacidade e *cookies*, inclusive afetando a experiência do usuário. Em março de 2021, o NOYB – *European Center for Digital Rights* – fez uma investigação sobre *cookies* ilegais e apresentou mais de 700 reclamações em toda a Europa.<sup>37</sup>

Entre 2021 e 2022, as reclamações relacionadas ao tema registradas junto à Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) foram 100 vezes menores (informações fornecidas pela própria ANPD via Lei de Acesso à Informação).<sup>38</sup> Claro que é preciso considerar uma série de outros fatores para uma comparação precisa, mas o índice revela que o Brasil tem um longo caminho pela frente para conscientizar os titulares sobre seus direitos.

Na Europa, há duas regulamentações importantes aplicáveis aos *cookies*: *General Data Protection Regulation* (GDPR) e *ePrivacy Directive*. Para o GDPR, os *cookies* são vistos como dados pessoais e, por isso, atraem as disposições das normativas de proteção de dados. Em termos práticos, isso implica dizer que, para processar esses dados, as empresas precisam do consentimento do usuário ou justificar com base no legítimo interesse.<sup>39</sup>

A *ePrivacy Directive*, dentre outras disposições, estabelece que “*é, de suma importância que sejam prestadas informações claras e exaustivas aos utilizadores, sempre que haja atividades que possam resultar nesse tipo de armazenamento ou de possibilidade de acesso.*”<sup>40</sup>

---

<sup>37</sup> NOYB. *Where did all the “reject” buttons come from?!*. NOYB, 27 de out. 2023. Disponível em: <https://noyb.eu/en/where-did-all-reject-buttons-come>. Acesso em: 09 de mar. 2023.

<sup>38</sup> Em solicitação via Lei de Acesso à Informação à ANPD sobre reclamações relacionadas a (i) *cookies* e (ii) rastreamento de dados pessoais sem consentimento do titular, o órgão informou que foram recebidos, até o momento da resposta conclusiva (13/02/2023), 4 requerimentos que relatavam problemas na Política de *Cookies* de Agentes de Tratamento. Outros 3 requerimentos foram recebidos que versavam sobre algum tipo de rastreamento de dados pessoais sem consentimento.

<sup>39</sup> GDPR.EU. *Cookies, the GDPR, and the ePrivacy Directive*. Ver mais em: <https://gdpr.eu/cookies>. Acesso em: 09 de mar. 2023.

<sup>40</sup> EUR.LEX. Diretiva 2009/136/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 25 de novembro de 2009. EUR.LEX. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009L0136>. Acesso em: 02 de mai. 2023. p. 20.

Como se pode depreender, a informação ao titular é um elemento essencial para um consentimento legal. Aliás, nesse sentido, são os preceitos do GDPR e da LGPD, nos quais o consentimento é uma manifestação livre, informada e inequívoca.<sup>41</sup>

Ainda nessa seara, o Guia Orientativo sobre *cookies* da ANPD (o qual será analisado detalhadamente mais adiante), explica que os *banners* de *cookies* contribuem para o processo de tomada de decisão consciente pelo titular, além de fortalecer o controle sobre seus dados pessoais e o respeito às suas legítimas expectativas<sup>42</sup> e ainda que a utilização de *cookies* sem as devidas salvaguardas técnicas e jurídicas pode gerar impactos negativos sobre os direitos e a privacidade de titulares de dados pessoais.<sup>43</sup>

Contudo, tem sido prática comum que páginas *web* apresentem *cookies* com informações confusas e *layouts* que dificultam a informação do titular sobre a coleta dos seus dados,<sup>44</sup> o que vai contra as disposições da própria *ePrivacy Directive* na qual “*as formas de prestação de dar informações, proporcionar o direito de recusar ou pedir consentimento deverão ser tão simples quanto possível.*”<sup>45</sup>

Além de *layouts* pouco intuitivos, dificultando a compreensão dos usuários, há outros problemas: linguagem pouco clara; opções pré-marcadas; ausência de opção de rejeição, o que dificulta o gerenciamento dos *cookies* e traz consequências para além do direito do titular de participar do processo de decisão sobre o tratamento de dados pessoais.

O cenário fica ainda mais preocupante quando se reflete sobre a possibilidade de que, ainda que a decisão seja dada de forma livre, informada e inequívoca, as empresas possam adotar práticas como as da Verizon no escândalo de 2014, na qual a decisão do titular sobre o rastreamento de seus dados era absolutamente ignorada.

---

<sup>41</sup> Ver: considerando 32 do GDPR; Art. 5º, XII da LGPD.

<sup>42</sup> AUTORIDADE Nacional de Proteção de Dados. *Guia Orientativo: Cookies e proteção de dados pessoais*. ANPD, out. 2022. p. 30.

<sup>43</sup> *Ibid.* p. 5.

<sup>44</sup> NOYB. *Noyb aims to end “cookie banner terror” and issues more than 500 GDPR complaints*. NOYB, 31 de mai. 2021. Disponível em: <https://noyb.eu/en/noyb-aims-end-cookie-banner-terror-and-issues-more-500-gdpr-complaints>. Acesso em: 09 de mar. 2023; NOYB. *226 complaints lodged against deceptive cookie banners*. NOYB, 09 de ago. 2022. Disponível em: <https://noyb.eu/en/226-complaints-lodged-against-deceptive-cookie-banners>. Acesso em: 09 de mar. 2023

<sup>45</sup> EUR.LEX. Diretiva 2009/136/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 25 de novembro de 2009. EUR.LEX. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009L0136>. Acesso em: 02 de mai. 2023. p. 20.

## 2. Guia Orientativo sobre *Cookies* e Proteção de Dados Pessoais da ANPD

A relação entre *cookies* e a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) se dá na mesma sistemática do modelo europeu. Embora não mencione uma vez sequer o termo *cookies*, fica evidente, pela leitura de seus dispositivos, que eles representam uma forma de operação de tratamento de dados pessoais<sup>46</sup> e, portanto, sua utilização deve observar os preceitos estabelecidos na LGPD.

A ANPD publicou, em outubro de 2022, o Guia Orientativo sobre *Cookies* e Proteção de Dados Pessoais com o objetivo de explicar a temática, educar titulares de dados pessoais sobre seus direitos e orientar os agentes de tratamento sobre boas práticas na área, abordando desde questões mais conceituais, como a classificação dos *cookies* de acordo com diversos parâmetros, até pontos mais técnicos, como boas práticas a serem observadas na utilização de *cookies* em sites eletrônicos.<sup>47</sup>

O Guia segue tendência de outras autoridades de proteção de dados estrangeiras como o *Guía sobre el uso de las cookies* da Agencia Española Protección Datos (AEPD), que foi publicado em junho de 2022,<sup>48</sup> o *Guidance on the use of cookies and similar technologies*,<sup>49</sup> da Information Commissioner's Office (ICO), e o *Questions-réponses sur les lignes directrices modificatives et la recommandation «cookies et autres traceurs»*,<sup>50</sup> da Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL).

Em comparação com os guias de autoridades de proteção de dados estrangeiras, alguma discussão pode ser levantada sobre a estrutura adotada pelo guia da ANPD. O guia da CNIL, por exemplo, adota estrutura de perguntas e respostas, o que pode facilitar ainda mais o

---

<sup>46</sup> Art. 5º, X – tratamento: toda operação realizada com dados pessoais, como as que se referem a coleta, produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução, transmissão, distribuição, processamento, arquivamento, armazenamento, eliminação, avaliação ou controle da informação, modificação, comunicação, transferência, difusão ou extração;

<sup>47</sup> AUTORIDADE Nacional de Proteção de Dados. ANPD lança guia orientativo “Cookies e Proteção de Dados Pessoais”. GOV.br, 18 de out. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/anpd/pt-br/assuntos/noticias-periodo-eleitoral/anpd-lanca-guia-orientativo-201ccookies-e-protECAo-de-dados-pessoais201d>. Acesso em: 08 de mar. 2023.

<sup>48</sup> AEPD. *Guía sobre el uso de las cookies*. AEPD. Jun. de 2022. Disponível em: <https://www.aepd.es/es/documento/guia-cookies.pdf>. Acesso em: 09 de mai. 2023.

<sup>49</sup> ICO. *Guidance on the use of cookies and similar technologies*. ICO. Disponível em: <https://ico.org.uk/for-organisations/guide-to-pecr/guidance-on-the-use-of-cookies-and-similar-technologies>. Acesso em: 09 de mai. 2023.

<sup>50</sup> CNIL. *Questions-réponses sur les lignes directrices modificatives et la recommandation «cookies et autres traceurs»*. CNIL. <https://www.cnil.fr/fr/cookies-et-autres-traceurs/regles/cookies/FAQ>. Acesso em: 09 de mai. 2023.

esclarecimento de dúvidas dos titulares e controladores. Embora o guia da ANPD mencione tecnologias similares de rastreamento, esse ponto não é pormenorizado como ocorre no guia da CNIL e da ICO. À parte disso, o Guia da ANPD é sistematizado de forma similar tanto na estrutura quanto no conteúdo.

O Guia é dividido em quatro partes: (I) Conceitos e Classificações; (II) *Cookies* e a LGPD; (III) Política de *Cookies* e; (IV) *Banners* de *Cookies*. A primeira e a segunda parte são mais gerais, sendo a primeira destinada para uma explanação ampla sobre as categorias e classificações dos diversos tipos de *cookies* existentes. Já na segunda, *Cookies* e a LGPD, o guia traz significativas elucidações, destacando o diálogo da temática com o Marco Civil da Internet (Lei n.º 12.965/2014 ou MCI) e como a LGPD serviu para ampliar suas disposições protetivas. Adiante, enfatizou a necessidade de observância dos preceitos da LGPD, em especial: princípios da finalidade, necessidade e adequação (art. 6º, I, II e III); princípios do livre acesso e da transparência (art. 6º, IV e VI); direitos do titular; término do tratamento e eliminação dos dados pessoais; e hipóteses legais.<sup>51</sup>

Sobre o término do tratamento, mister destacar que o Guia orienta que o período de retenção de *cookies* deve ser compatível com as finalidades do tratamento, limitando-se ao estritamente necessário para se alcançar essa finalidade.<sup>52</sup>

O Guia também aborda de maneira destacada a problemática discutida no tópico 1.2. deste artigo. Em item destacado do Guia, recomenda-se que o consentimento seja informado, exigindo-se, para tanto, que sejam apresentadas ao titular todas as informações necessárias para uma avaliação e uma tomada de decisão consciente a respeito da autorização ou recusa para utilização de *cookies*. Esclarece ainda que deve ser assegurada ao titular a possibilidade efetiva de aceitar ou recusar a utilização de *cookies*, sem consequências negativas ou de intervenções do controlador que possam viciar ou prejudicar sua manifestação de vontade.<sup>53</sup>

## **2.1. Políticas de *Cookies***

As políticas de *cookies* são iniciativas respeitáveis ao passo que proporcionam ao titular uma oportunidade para compreender o que ocorre com os dados pessoais coletados, para qual

---

<sup>51</sup> AUTORIDADE Nacional de Proteção de Dados. Guia Orientativo: Cookies e proteção de dados pessoais. ANPD, out. 2022. p. 13-17.

<sup>52</sup> Ibid. p. 17.

<sup>53</sup> Ibid. p. 18.

finalidade, o término do tratamento, direitos dos titulares, entre outros. Isso claro em um cenário no qual as políticas estejam completamente aderentes às disposições legais.

A terceira parte do Guia da ANPD aborda as Políticas de *cookies*<sup>54</sup>, indicando que os agentes de tratamento devem se preocupar em disponibilizar informações aos titulares. A medida, é claro, põe os agentes em conformidade com os princípios do livre acesso e da transparência (art. 6º, IV e VI da LGPD). Ainda de acordo com o Guia, os agentes devem apresentar informações sobre as finalidades específicas que justificam a coleta de dados pessoais por meio de *cookies*, o período de retenção e se há compartilhamento com terceiros, entre outros aspectos indicados no art. 9º da LGPD.

Não há uma determinação legal ou uma prática de mercado que determine uma forma específica para prestação das informações (*banners*, políticas ou outro documento). Nesse aspecto, o Guia acerta ao exemplificar que as informações possam ser fornecidas (i) com uma seção específica no Aviso de Privacidade; (ii) em um local específico e separado; ou (iii) no próprio *banner* de *cookies*, sendo determinante apenas que as informações essenciais sejam apresentadas ao titular.

## 2.2. *Banners de Cookies*

*Banner* de *cookies* são definidos pelo Guia como um recurso visual usado no *design* de aplicativos ou *sites* na *Internet*, que utiliza barras de leitura destacadas para informar ao titular de dados, de forma resumida, simples e direta, sobre a utilização de *cookies* naquele ambiente. Nesse aspecto, são mecanismos indispensáveis para informar o titular e dar-lhe maior controle sobre o tratamento de seus dados, promovendo transparência e aderência aos princípios de proteção de dados pessoais.<sup>55</sup>

O destaque nesta quarta parte do Guia fica para os tópicos de recomendações de elaboração de *banners* em que os agentes poderão se orientar para elaboração de *banner* de *cookies*. Resumidamente, os agentes devem fornecer informações claras e objetivas, de fácil acesso, além, é claro, de mecanismos que oportunizem ao titular desabilitar os *cookies* não necessários.

---

<sup>54</sup> Ibid. p. 28-29.

<sup>55</sup> AUTORIDADE NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS. Op. Cit.,2022. p.30.

Por fim, há um rol não exaustivo de práticas a serem evitados durante a elaboração de *banner* de *cookies* em *sites* eletrônicos, dos quais destaca-se (i) dificultar a visualização e compreensão dos botões de rejeitar *cookies* ou de configurar *cookies*, e conferir maior destaque apenas ao botão de aceite; (ii) impossibilitar ou dificultar a rejeição de todos os *cookies* não necessários e; (iii) dificultar o gerenciamento de *cookies* (por exemplo, não disponibilizar opções específicas de gerenciamento para *cookies* que possuem finalidades distintas).

### **Considerações Finais**

Durante este trabalho, pudemos verificar que os *cookies* são uma realidade do mundo virtual que não pode ser ignorada. Embora exerçam um papel essencial no funcionamento da *Web* e até mesmo de aplicativos móveis, seu uso de forma indiscriminada e apartado das normas de proteção de dados podem trazer consequências catastróficas para os titulares.

A LGPD representou um marco significativo para a proteção de direitos individuais e este processo se consolidou com a proteção de dados sendo alçada à categoria de direitos fundamentais pela emenda constitucional n.º 115 de 2022.<sup>56</sup>

Em uma visão reducionista, a LGPD seja uma versão enxuta do GDPR, seja por sua extensão, seja por não pormenorizar algumas questões atinentes à privacidade. No entanto, sob essa ótica, é possível verificar um cenário para que a regulação se dê de forma mais adequada e atual. Embora seja somente um guia orientativo, o Guia da ANPD para *cookies* tem potencial para movimentar o mercado e impactar diretamente os titulares de dados.

Por fim, tendo os *cookies* um papel tão relevante e, ao mesmo tempo, tão cercado de riscos aos titulares, será que não cabe à ANPD um papel mais ativo na fiscalização dos *cookies* e *banners* de *cookies*? De qualquer forma, para ampliar essa reflexão, o guia orientativo para os *cookies* é certamente um bom ponto de partida.

---

<sup>56</sup> A EC n.º 115 não incluiu a proteção de dados no rol de direitos fundamentais na Constituição Federal, como também fixou competência privativa da União para legislar sobre proteção e tratamento de dados pessoais. Ver mais em: BRASIL, Emenda Constitucional n.º 115. Presidência da República, 10 fev. 2022. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/Emendas/Emc/emc115.htm#art1](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/Emendas/Emc/emc115.htm#art1). Acesso em: 10 de mar. 2023.



## Referências bibliográficas

AUTORIDADE Nacional de Proteção de Dados. Guia Orientativo: *Cookies e proteção de dados pessoais*. ANPD, 18 de out. 2022.

AUTORIDADE Nacional de Proteção de Dados. ANPD lança guia orientativo “*Cookies e Proteção de Dados Pessoais*”. GOV.BR, 18 de out. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/anpd/pt-br/assuntos/noticias-periodo-eleitoral/anpd-lanca-guia-orientativo-201ccookies-e-protecao-de-dados-pessoais201d>. Acesso em: 08 de mar. 2023.

BLOOMBERG. Turn Inc. Disponível em: <https://www.bloomberg.com/profile/company/4528628Z:US>. Acesso em: 08 de mar. 2023

BRASIL, Emenda Constitucional nº 115. Presidência da República, 10 fev. 2022. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/Emendas/Emc/emc115.htm#art1](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/Emendas/Emc/emc115.htm#art1). Acesso em: 10 de mar. 2023.

CERN. *A short history of the Web*. Disponível em: <https://home.cern/science/computing/birth-web/short-history-web>. Acesso em: 21 de fev. 2023.

CERN. *Tim Berners-Lee's original World Wide Web browser*. Disponível em: <http://info.cern.ch/NextBrowser.html>. Acesso em: 21 de fev. 2023.

CHAVEZ, Anthony. *Expanding testing for the Privacy Sandbox for the Web*. Google. 27 de jul. 2022. <https://blog.google/products/chrome/update-testing-privacy-sandbox-web>. Acesso em: 08 de mar. 2023

COPPA. 15 U.S.C. §§ 6501-6506. *Children's Online Privacy Protection Act*. 21 de abr. 2000. Disponível em: <https://www.ftc.gov/enforcement/rules/rule-making-regulatory-reform-proceedings/childrens-online-privacy->

[protection-rule](#). Acesso em: 26 de fev. 2023.

EUR.LEX. DIRETIVA 2009/136/CE DO PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO

de 25 de novembro de 2009. EUR.LEX. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009L0136>. Acesso em: 02 de mai. 2023. p. 20.

FEDERAL Trade Commission. *Privacy Online: A Report to Congress*. FTC. Federal Trade Commission, jun. 1998. p.1.

FEDERAL Trade Commission. *Prepared statement of the Federal Commission on Internet Privacy before the Subcommittee on Courts and Intellectual Property of the House Committee on the Judiciary United States House of Representatives*. FTC, 26 de mar. 1998. Disponível em: [https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public\\_statements/prepared-statement-federal-trade-commission-internet-privacy/privacy.pdf](https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public_statements/prepared-statement-federal-trade-commission-internet-privacy/privacy.pdf). Acesso em: 26 de fev. 2023. n.p.

FEDERAL Trade Commission. *Complaint. Docket nº 1523099*. FTC. Disponível em: [https://www.ftc.gov/system/files/document/s/cases/turn\\_inc\\_final\\_complaint.pdf](https://www.ftc.gov/system/files/document/s/cases/turn_inc_final_complaint.pdf). Acesso em: 08 de mar. 2023.

FEDERAL Trade Commission. *Decision and Order Docket nº 1523099*. FTC. Disponível em: [https://www.ftc.gov/system/files/document/s/cases/turn\\_decision\\_and\\_order.pdf](https://www.ftc.gov/system/files/document/s/cases/turn_decision_and_order.pdf). Acesso em: 08 de mar. 2023.

GDPR.EU. *Cookies, the GDPR, and the ePrivacy Directive*. Ver mais em: <https://gdpr.eu/cookies>. Acesso em: 09 de mar. 2023

JACKSON, Tim. *This bug in your PC is a smart cookie*. Financial Times, London,



Week n. 7, n. 32.906, 12 de fev. 1996. *Companies & Markets*, p. 15.

MEREWOOD, Rowan. *No spooky cookies: Cookies are best fresh, so what are the latest recipes to ensure you can still enjoy spooky season without any stale cookies?*. Google. 24 de out. 2023. Disponível em: <https://developer.chrome.com/blog/no-spooky-cookies/>. Acesso em: 08 de mar. 2023.

MCMILLAN, Robert. *Verizon's 'Perma-Cookie' Is a Privacy-Killing Machine*. 27 de out. 2014. WIRED. Disponível em: <https://www.wired.com/2014/10/verizons-perma-cookie>. Acesso em: 08 de mar. 2023.

MONTULLI, Lou. *Persistent Client State In A Hypertext Transfer Protocol Based Client-Server System*. US 20070185978A1, 9 ago. 2007. United States Patent and Trademark Office. Palo Alto: USPTO, 2007.

MONTULLI, Lou. KRISTOL, David. *HTTP State Management Mechanism*. RFC 2109. *Standards Track*, fev. de 1997. Disponível em: <https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc2109>. Acesso em: 22 fev. 2023.

NOYB. *Where did all the "reject" buttons come from?!*. NOYB, 27 de out. 2023. Disponível em: <https://noyb.eu/en/where-did-all-reject-buttons-come>. Acesso em: 09 de mar. 2023.

NOYB. *Noyb aims to end "cookie banner terror" and issues more than 500 GDPR complaints*. NOYB, 31 de mai. 2021. <https://noyb.eu/en/noyb-aims-end-cookie-banner-terror-and-issues-more-500-gdpr-complaints>. Acesso em: 09 de mar. 2023

NOYB. *226 complaints lodged against deceptive cookie banners*. NOYB, 09 de ago. 2022. <https://noyb.eu/en/226-complaints-lodged-against-deceptive-cookie-banners>. Acesso em: 09 de mar. 2023.

KIHN, MARTIN. *Lou Montulli: The Man Who Invented the Cookie*. Martin Kihn, 21 de out. 2019. Disponível em: <https://martinkihn.com/2019/10/21/lou-montulli-the-man-who-invented-the-browser-cookie>. Acesso em: 23 de fev. 2023

MOZILLA. *Cookies HTTP*. <https://developer.mozilla.org/pt-BR/docs/Web/HTTP/Cookies>. Acesso em: 08 de Mar. 2023.

MOZILLA. *Cookies HTTP: rastreamento e privacidade*. [https://developer.mozilla.org/pt-BR/docs/Web/HTTP/Cookies#rastreamento e privacidade](https://developer.mozilla.org/pt-BR/docs/Web/HTTP/Cookies#rastreamento_e_privacidade). Acesso em: 08 de mar. 2023.

O'REILLY, Tim. *What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. O 'Reilly, 30 de set. 2005. Disponível em: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1>. Acesso em: 24 jan. 2023

ROBBINS, Jennifer Niederst. *Learning Web Design: A Beginner's Guide to HTML, CSS, JavaScript, and Web Graphics*. 5ª ed. O'Reilly Media, 2018. p. 27-32

RODOTÀ, Stefano. *A vida na sociedade da vigilância - A privacidade hoje* / Stefano Rodotà – Organização, seleção e apresentação de Maria Celina Bodin de Moraes. – Rio de Janeiro: Renovar, 2008. p. 169;

STEVEN, Johnson. *The Magic Cookie: How Lou Montulli Cured The Web's Amnesia*. Disponível em: <https://hiddenheroes.netguru.com/lou-montulli>>. Acesso em: 08 de fev. 2023. n.p.

STUART, Andrew. *Where cookie comes from*. Domino Power, 1º de jul. 2002. Disponível em: <http://dominopower.com/article/where-cookie-comes-from>. Acesso em: 24 de fev. 2023.

W3C. *HTML & CSS*. Disponível em: <https://www.w3.org/standards/webdesign/htmlcss>. Acesso em: 07 de mar. 2023.

ZUBBOF, Shoshana. *A Era do Capitalismo de Vigilância*. 1ª ed. Editora Intrínseca, 2021. p.18

