



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
Câmpus de Marília

DAIANE MARCELA PICCOLO

CONSENTIMENTO NA COLETA DE DADOS POR *COOKIES* EM *SITES*

MARÍLIA

2023

DAIANE MARCELA PICCOLO

CONSENTIMENTO NA COLETA DE DADOS POR *COOKIES* EM *SITES*

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Faculdade de Filosofia e Ciências, da Universidade Estadual Paulista – UNESP – Campus de Marília, como requisito para obtenção do título de Doutorado em Ciência da Informação.

Área de Concentração: Informação, Tecnologia e Conhecimento.

Linha de Pesquisa: Informação e Tecnologia.

Orientador: Prof. Dr. Ricardo César Gonçalves Sant’Ana.

Coorientadora: Prof.^a. Dra. Elaine Parra Affonso

MARÍLIA

2023

P591c

Piccolo, Daiane Marcela

Consentimento na coleta de dados por cookies em sites / Daiane
Marcela Piccolo. -- Marília, 2023

194 p.

Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista (Unesp),
Faculdade de Filosofia e Ciências, Marília

Orientador: Ricardo César Gonçalves Sant'Ana

Coorientador: Elaine Parra Affonso

1. Sistema de coleta automática de dados. 2. Direito à privacidade.
3. Proteção de Dados. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de
Filosofia e Ciências, Marília. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

Impacto potencial desta pesquisa

A proposta brasileira para proteção de dados, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), tem como objetivo garantir a privacidade e a segurança dos dados pessoais, em conformidade com padrões internacionais de proteção de dados. A meta 9 do Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que busca construir infraestrutura resiliente, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação, inclui a implementação de tecnologias avançadas que envolvem o tratamento de dados pessoais, ligada a proposta de meta Brasileira “Aumentar significativamente o acesso às tecnologias de informação e comunicação e empenhar-se para oferecer acesso universal e a preços acessíveis à Internet, buscando garantir a qualidade, a privacidade, a proteção de dados e a segurança cibernética”, em que os principais conceitos mencionados na meta é a “privacidade e proteção de dados para assegurar que os usuários tenham direitos, em especial a necessidade de consentimento sobre coleta, tratamento e fornecimento a terceiros de seus dados pessoais”. Sendo assim, esta pesquisa está vinculada ao ODS 9, pois o objetivo principal dessa pesquisa é analisar o contexto que favorece a insciência do usuário na coleta de dados por *cookies* em *sites*, com foco no consentimento do usuário sobre o processo da coleta de dados, de forma que ele mantenha o controle de seus dados.

Potential impact of this research

The Brazilian proposal for data protection, the General Data Protection Law (LGPD), aims to guarantee the privacy and security of personal data, in accordance with international data protection standards. Goal 9 of the Sustainable Development Goals (SDGs), which seeks to build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization and foster innovation, includes the implementation of advanced technologies involving the processing of personal data, linked to the proposed Brazilian goal " Significantly increase access to information and communication technologies and strive to provide universal and affordable access to the Internet, seeking to ensure quality, privacy, data protection and cyber security", in which the main concepts mentioned in the goal is “privacy and data protection to ensure that users have rights, in particular the need to consent to the collection, processing and provision of their personal data to third parties”. Therefore, this research is linked to SDG 9, since the main objective of this research is to analyze the context that favors the user's lack of awareness in the collection of data by cookies on websites, focusing on the user's consent to the data collection process, so that he maintains control of his data.

DAIANE MARCELA PICCOLO

CONSENTIMENTO NA COLETA DE DADOS POR *COOKIES* EM *SITES*

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, da Faculdade de Filosofia e Ciências, da Universidade Estadual Paulista – UNESP – Campus de Marília, na área de concentração Informação, Tecnologia e Conhecimento.

Marília, 20 de março de 2023

BANCA EXAMINADORA

Orientador: _____

Dr. Ricardo César Gonçalves Sant’Ana Universidade Estadual Paulista – Unesp/Marília

2º Examinador: _____

Dr. Cecílio Merlotti Rodas – Unesp/Marília

3º Examinador: _____

Dr. Fernando Luiz Vechiato – UFRN/Natal

4º Examinador: _____

Dr. Rogério Aparecido Sá Ramalho – UFSCAR/São Carlos

5º Examinador: _____

Dr. Fernando de Assis Rodrigues – UFPA/Belém

RESUMO

A coleta de dados cresceu exponencialmente nos meios digitais nas últimas décadas, impulsionada principalmente pelo aumento do uso da tecnologia e da Internet, fazendo com que a quantidade de dados gerados pelos usuários aumentasse significativamente, permitindo que empresas e organizações coletem dados sobre o comportamento dos usuários em larga escala. O processo da coleta de dados muitas vezes é complexo, pois envolve a integração de diferentes tecnologias, como *cookies*, o que pode contribuir para que a coleta ocorra de forma imperceptível ao usuário, tornando-o insciente sobre a coleta realizada, situação que pode levantar preocupações sobre questões de privacidade e segurança. Para proporcionar consciência sobre a coleta de dados, os regulamentos de proteção de dados estabelecem regras claras para a coleta e uso de dados pessoais, no qual o consentimento emerge como determinação para proteção da privacidade. Neste cenário, *sites* vêm adotando medidas para garantir a conformidade com os requisitos legais para obter consentimento do usuário na coleta de dados. Porém, a forma como a informação está sendo disponibilizada, para obter o consentimento, em relação ao tratamento dos dados, pode ser complexo para o entendimento do usuário, o que pode tornar o usuário insciente sobre esse processo. Dessa forma, esta pesquisa tem como objetivo analisar o cenário que favorece a insciência do usuário enquanto alvo de coleta de *cookies*. Para tanto, a metodologia utilizou-se como métodos a pesquisa bibliográfica, pesquisa documental por meio de análise de documento jurídico em leis e regulamentos com o propósito de elencar como tem sido abordado o consentimento em relação a coleta de dados em *sites*. Para amostra foram utilizados os 10 *sites de e-commerce* mais acessados no mês de março de 2022. Foram analisadas as políticas de privacidade de cada *site* e as práticas adotadas para disponibilização da informação sobre a coleta de dados. Foi utilizado a ferramenta Cookiebot, a qual permitiu a análise dos *cookies* presentes nos *sites* estudados nesta pesquisa. Em relação às pesquisas no âmbito do consentimento na coleta de dados, observou-se que os estudos estão com foco no desenvolvimento de aplicações envolvendo tecnologias para o obter o consentimento do usuário, pouco foi abordado sobre a proteção dos dados com foco na conscientização do usuário sobre a coleta de dados. Notou-se políticas de privacidade rasas, com informações incompletas sobre o tratamento dos dados pessoais. As práticas adotadas pelos *sites*, apresentam informações curtas somente informando o uso de *cookies*. A coleta dos *cookies*, por meio da ferramenta Cookiebot, permitiu identificar especificidades que não estão visíveis aos usuários ao consentir com a coleta de dados. Conclui-se que a insciência do usuário sobre sua interação com os *sites* pode reduzir o controle sobre seus dados, isso devido à falta de informação em relação a coleta de dados. No entanto, a consciência sobre as ações vinculadas aos seus dados deve ser determinada pelas políticas de privacidade e pelas práticas adotadas para obter o consentimento do usuário na coleta de dados.

Palavras-chaves: Coleta de dados; Consentimento; Política de Privacidade; Proteção de Dados Pessoais; Cookies.

ABSTRACT

Data Protection Laws and Regulations impose restrictions on collecting online information that can be used to identify individuals, in which consent emerges as a determination to protect privacy. When analyzing the term consent in the regulations, it is aligned with free; informed, specific and unambiguous manifestation/will. If consenting is given by electronic means, the request must be clear and concise, so as to provide specific information for each consent request, in order to make users aware of the impact of the different choices that they have. In this scenario, the problem that underpins the research is the user's inability to consent to the collection of cookies on sites, considering privacy implications. In this way, this research aims to characterize how sites have accomplished the regulations of data protection related to user consent, analyzing the context that promotes the user's ignorance as a target of cookie collection, reporting the context of consent in privacy policies, as well as the adopted practices for that the user to allow the collection through cookie consent. Therefore, the methodology is a descriptive research and qualitative and quantitative approach. It was used the bibliographical research as a method, in order to explain about the consent in sites; documentary research through analyzing of legal document in laws and regulations for the purpose of studying how has been the consent in relation to data collecting and, the observation and the identification of the mention of informed consent on sites. To check the cookies used by the sites, it used the Cookiebot tool, which allowed an analysis of the cookies of the 10 most accessed e-commerce sites in March 2022. The privacy policy of each site, the types and objectives of present cookies on these sites were analyzed, systematizing a list of these cookies. It was found that the mention of "consent" in the privacy policies of the sites and the use of cookie data collection were relevant for all sites and, in relation to informed consent practices, the use of the privacy notice is recurrent in most of the sites. In the collection carried out, a total of 776 cookies were identified on the sites, being of different types, categories and domains. It was observed that most of the selected sites have presented warnings with messages about data collection through cookies, but without cookie customization options and clear information about this collection.

Keywords: Data collection; Consent; Privacy Policy; Privacy; Protection of Personal Data; Cookies.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|-----|
| Figura 1 - Etapas da revisão sistemática..... | 21 |
| Figura 2 - Etapas da fase da execução da revisão sistemática..... | 22 |
| Figura 3 - Estrutura da tese..... | 29 |
| Figura 4 - Exemplo de aviso de <i>cookie</i> | 40 |
| Figura 5 - Estrutura de atributos de resposta definida RFC 2109 | 48 |
| Figura 6 - Estrutura de atributos definida pela RFC 2965..... | 50 |
| Figura 7 - Sintaxe do cabeçalho de requisição do <i>cookie</i> | 51 |
| Figura 8 - Quantidade de publicações em cada ano, com linha de tendência linear entre variáveis Total de publicações e Ano da publicação..... | 63 |
| Figura 9 - Tipo de produção | 69 |
| Figura 10 - Frequência das áreas de pesquisas nas quais os documentos estão vinculados..... | 70 |
| Figura 11 - Frequência dos países nos trabalhos | 71 |
| Figura 12 - Exemplo de avisos de <i>cookies</i> nos <i>sites</i> | 83 |
| Figura 13 - Exemplo de aviso de <i>cookie</i> com opção de personalização..... | 84 |
| Figura 14 - Exemplo de aviso com preferências de <i>cookies</i> | 85 |
| Figura 15 - Exemplo de opções de personalização de <i>cookies</i> pré-marcadas | 86 |
| Figura 16 - Quantidade de domínios diferentes em cada <i>site</i> | 94 |
| Figura 17 - Classificação dos <i>cookies</i> por categoria nos <i>sites</i> | 96 |
| Figura 18 - Classificação dos <i>cookies</i> de sessão e persistentes por <i>site</i> | 98 |
| Figura 19 - Categorias de cookies do <i>site</i> Microsoft..... | 115 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|---|-----|
| Quadro 1 - Delimitação dos sites estudados na pesquisa | 20 |
| Quadro 2 - Itens para estratégia de busca dos trabalhos..... | 23 |
| Quadro 3 - Critérios de inclusão e exclusão | 24 |
| Quadro 4 - Trabalhos que abordam consentimento na coleta de dados em ambientes digitais | 60 |
| Quadro 5 - Sistematização dos trabalhos recuperados | 64 |
| Quadro 6 - Consentimento na coleta de dados representado nas políticas de privacidade dos <i>sites</i> | 77 |
| Quadro 7 - Descrição da informação adotada pelos avisos de <i>cookies</i> dos <i>sites</i> | 82 |
| Quadro 8 - Menção sobre <i>cookies</i> nas políticas de privacidade | 88 |
| Quadro 9 - Categorização dos <i>cookies</i> identificados nos <i>sites</i> | 92 |
| Quadro 10 - Elementos interpretados nas políticas de privacidade e na coleta de <i>cookies</i> | 122 |

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

| | |
|---------|--|
| CEDIT | Ciclo de Estudos Dados, Informação e Tecnologia |
| CJEU | Court of Justice of the European Union |
| CMS | Content Management System |
| CVD | Ciclo de Vida dos Dados |
| CVD-CI | Ciclo de Vida dos Dados para Ciência da Informação |
| e-Codaf | Encontro Internacional Competências Digitais para Agricultura Familiar |
| EDPB | European Data Protection Board |
| EPIC | Electronic Privacy Information Center |
| FIPPs | Fair Information Practice Principles |
| FTC | Federal Trade Commission |
| GPTAD | Grupo de Pesquisa Tecnologia Acesso a Dados |
| HTTP | Hypertext Transfer Protocol |
| HTTPS | HyperText Transfer Protocol Secure |
| GDPR | General Data Protection Regulation |
| IEFT | Internet Engineering Taks Force |
| LGPD | Lei Geral de Proteção de Dados |
| ODS | Objetivos de Desenvolvimento Sustentável |
| RFC | Request for Comments |
| RIPD | Relatório de Impacto de Proteção de Dados |
| SEO | Search Engine Optimization |
| SSL/TLS | Secure Sockets Layer e Transport Layer Security |
| TCP/IP | Transmission Control Protocol/Internet Protocol |

SUMÁRIO

| | | |
|-------|---|--------------------------------------|
| 1 | INTRODUÇÃO | 12 |
| 1.1 | Problema de pesquisa | 15 |
| 1.2 | Tese | 17 |
| 1.3 | Objetivo geral | 17 |
| 1.4 | Objetivos específicos | 17 |
| 1.5 | Motivação e justificativa | 18 |
| 1.6 | Delimitação | 19 |
| 1.7 | Procedimentos metodológicos | 20 |
| 1.7.1 | <i>Pesquisa bibliográfica</i> | 21 |
| 1.7.2 | <i>Revisão sistemática de literatura</i> | 21 |
| 1.7.3 | <i>Pesquisa documental</i> | 26 |
| 1.7.4 | <i>Coleta de dados em sites</i> | 26 |
| 1.8 | Estrutura do trabalho | 28 |
| 2 | PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS E O CONSENTIMENTO NA COLETA DE DADOS | 31 |
| 2.1 | Consentimento livre | Erro! Indicador não definido. |
| 2.2 | Consentimento informado | Erro! Indicador não definido. |
| 2.3 | Consentimento inequívoco | Erro! Indicador não definido. |
| 2.4 | Medidas para obter o consentimento na coleta de dados em <i>sites</i> | 36 |
| 2.5 | Considerações finais | 41 |
| 3 | ASPECTOS TÉCNICOS RELACIONADOS A COLETA DE DADOS POR <i>COOKIES</i> | 43 |
| 3.1 | <i>Cookies</i> e os protocolos HTTP e HTTPS | 47 |
| 3.2 | Classificação dos <i>cookies</i> | 51 |
| 3.3 | <i>Cookies</i> de sessão e persistente | 52 |
| 3.4 | <i>Cookies</i> de terceiros | 54 |
| 3.5 | Categoria dos <i>cookies</i> | 54 |
| 3.5.1 | <i>Cookies estritamente necessários</i> | 54 |
| 3.5.2 | <i>Cookies de preferência</i> | 56 |
| 3.5.3 | <i>Cookies estatísticos</i> | 56 |
| 3.5.4 | <i>Cookie de marketing</i> | 57 |
| 3.5.5 | <i>Considerações finais</i> | 57 |

| | |
|--|-----|
| 4 PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS: CONSENTIMENTO NA COLETA DE DADOS | 59 |
| 4.1 Resultados e discussões da revisão sistemática da literatura | 59 |
| 4.2 Considerações finais | 73 |
| 5 DISPONIBILIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO: CONSENTIMENTO NA COLETA DE DADOS POR <i>COOKIES</i> | 74 |
| 5.1 Resultados e discussões | 74 |
| 5.1.1 <i>Descrição e características dos sites analisados</i> | 75 |
| 5.1.2 <i>Referência a consentimento na coleta de dados pessoais representados nas políticas de privacidade dos sites</i> | 76 |
| 5.1.3 <i>Disponibilização da informação por meio das práticas adotadas pelos sites para coleta de dados</i> | 81 |
| 5.1.4 <i>A menção dos cookies coletados pelos sites por meio das políticas de privacidade</i> | 87 |
| 5.1.5 <i>Coleta de cookies pelos sites de e-commerce</i> | 91 |
| 5.1.6 <i>Considerações finais</i> | 98 |
| 6 CENÁRIO DA COLETA DE DADOS DOS SITES DE E-COMMERCE | 100 |
| 6.1 Mercado Livre | 100 |
| 6.2 Americanas | 104 |
| 6.3 Amazon Brasil | 105 |
| 6.4 Shopee | 107 |
| 6.5 Magazine Luiza | 109 |
| 6.6 Aliexpress | 111 |
| 6.7 Microsoft | 114 |
| 6.8 Casas Bahia | 117 |
| 6.9 Netshoes | 118 |
| 6.10 Amazon.com | 119 |
| 6.11 Considerações finais | 120 |
| 6 CONCLUSÕES | 125 |
| REFERÊNCIAS | 128 |
| APÊNDICE A - Sistematização dos <i>cookies</i> identificados nos sites | 144 |

PREFÁCIO

A trajetória do ingresso até a saída do doutorado é uma jornada longa e desafiadora, mas também repleta de oportunidades para o crescimento pessoal e acadêmico. Para mim, essa jornada começou há vários anos, quando decidi dedicar-me à pesquisa em minha área de estudo.

Ao ingressar no programa de pós-graduação, eu estava animada com a perspectiva de mergulhar profundamente em minha área de pesquisa e contribuir para o avanço do conhecimento. No entanto, eu também estava ciente dos desafios que me aguardavam, como a necessidade de equilibrar minha pesquisa com outras responsabilidades pessoais e profissionais, bem como a pressão constante para produzir resultados significativos.

Durante os primeiros anos do meu doutorado, trabalhei em estreita colaboração com meu orientador, participando de reuniões e eventos e dedicando longas horas à pesquisa. À medida que minha pesquisa avançava, eu aprendi a enfrentar desafios inesperados e a encontrar soluções criativas para problemas complexos.

Embora a jornada tenha sido longa e muitas vezes difícil, os anos de estudo e pesquisa foram recompensados com a conclusão da minha tese e a obtenção do título de doutor. Foi uma sensação de grande satisfação e orgulho saber que havia contribuído para o avanço do conhecimento em minha área de pesquisa.

Entrei no doutorado em 2019, porém, já participava dos eventos do grupo de pesquisa Grupo de Pesquisa Tecnologia Acesso a Dados (GPTAD) auxiliando nas organizações dos eventos do Encontro Internacional Competências Digitais para Agricultura Familiar (e-Codaf) e Ciclo de Estudos Dados, Informação e Tecnologia (CEDIT). Participei também de disciplinas como aluna ouvinte, onde pude conhecer professores e pesquisas que contribuíram muito para meu ingresso no programa da pós. O contato inicial no programa da pós em Ciência da Informação, foi por meio, hoje como minha coorientadora, mas da minha grande amiga Elaine Parra Affonso, que agradeço imensamente pela ajuda durante esses 4 anos, como participante em decisões importantes como o tema da minha pesquisa.

Enfim, a saída do doutorado marca o fim de mais uma jornada acadêmica, mas também o começo de uma nova fase em minha carreira. Embora eu tenha sentido alguma ansiedade em relação ao futuro, também estava animada com a perspectiva de aplicar meus conhecimentos e habilidades em novos desafios profissionais.

1 INTRODUÇÃO

O sujeito participante do ciberespaço¹ torna-se alvo de indesejáveis coletas de dados que podem ocorrer em diversos momentos e, muitas vezes, sem que o titular tenha conhecimento sobre a coleta de seus dados, atividade que, posteriormente, pode resultar em tratamento e disponibilização dos dados.

Com o aumento da coleta de dados, é comum que os detalhes técnicos sejam totalmente abstraídos para os usuários, o que pode tornar o usuário insciente nesse processo. Isso significa que muitas vezes os usuários não sabem exatamente quais dados estão sendo coletados, como estão sendo coletados e por que estão sendo coletados. Fato que se torna preocupante, visto que os usuários podem estar compartilhando dados pessoais sem ter conhecimento sobre esse processo, o que pode levar a preocupações de privacidade e segurança, pois para que seja possível controlar uma atividade é preciso ter consciência sobre ela (VYGOTSKY, 1995).

Nesta pesquisa adota-se o termo insciente como a falta de conhecimento, consciência ou percepção no processo da coleta de dados. A insciência nesse processo, pode ser resultado de práticas adotadas de coleta de dados, falta de transparência ou clareza na política de privacidade. A falta de transparência na coleta de dados pode tornar difícil para os usuários controlar suas informações pessoais e tomar decisões informadas sobre como compartilhá-las ou protegê-las (WIERDA et al, 2020).

Para abordar esse problema, países implementaram leis e regulamentações que exigem que as empresas e organizações forneçam informações claras e precisas sobre a coleta de dados e seu uso. Por exemplo, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no Brasil e o Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR) na Europa, são marcos regulatórios que estabelecem regras para a coleta, armazenamento, uso e compartilhamento de dados pessoais.

Ambas as leis têm como objetivo proteger a privacidade dos titulares dos dados e garantir que as empresas e organizações que coletam e processam dados pessoais o façam de forma transparente, segura e responsável, além, de estabelecer a necessidade de transparência nas políticas de privacidade, exigindo que as empresas informem aos usuários quais informações estão sendo coletadas, como estão sendo usadas e com quem estão sendo compartilhadas.

¹ Conceituado por Lévy (2008) como novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial de computadores, sendo esse espaço representado pela infraestrutura material da comunicação digital, pelo universo oceânico de informações e os usuários que participam desse universo.

Em relação à coleta de dados, tanto a LGPD quanto o GDPR estabelecem que a coleta de dados pessoais só pode ocorrer mediante o consentimento explícito do titular dos dados antes de coletar ou tratar seus dados, bem como a obrigação de proteger a segurança e a privacidade desses dados.

Para fins da LGPD, o consentimento deve ser informado, específico e inequívoco, e o titular dos dados deve ter o direito de revogá-lo a qualquer momento (BRASIL, 2018).

A regulamentação e as leis de privacidade da maioria dos países se baseiam na abordagem de consentimento, que encontra sua justificativa na premissa de que o consentimento de um indivíduo fornece legitimidade para qualquer coleta de dados e seu uso (CHOI; JEON; KIM, 2019).

No contexto digital, o consentimento desempenha um papel essencial nas regulamentações, pois visa dar aos usuários um controle sobre seus dados, a fim de permitir a proteção da sua privacidade. Ao mesmo tempo, são apresentados requisitos para que os detentores de dados informem os usuários sobre a coleta de dados, bem como informações sobre seus direitos (STRYCHARZ et al., 2021).

A fundamentalidade do ato de consentir, sobretudo no âmbito da [Internet], como fruto de uma relação gnosiológica, ou seja, como um processo de conhecimento em que, no caso, devem ser previamente esclarecidos em linguagem clara, precisa, apropriada e suficiente, a pertinência, a finalidade, a adequação, o tempo da coleta, o armazenamento, o tratamento e a transmissão dos dados obtidos no sentido de possibilitar a renúncia, a alteração, o uso, a cessão, e a disponibilidade ou a recusa daquele que consente (SARLET; CALDEIRA, 2019, p. 13).

Neste sentido, é importante que a informação fornecida sobre o consentimento seja clara e fácil de compreender, de modo que os usuários possam tomar uma decisão informada sobre se desejam ou não compartilhar seus dados, tornando o usuário mais consciente sobre esse processo.

A disponibilização da informação na política de privacidade é uma forma essencial de garantir que os usuários estejam cientes do tratamento de seus dados pessoais. No entanto, a política deve ser clara, transparente e facilmente acessível a todos os usuários, e deve descrever em detalhes quais dados pessoais são coletados, como são usados e com quem são compartilhados (STEINFELD, 2016). Além disso, a política de privacidade deve descrever os direitos dos usuários em relação aos seus dados pessoais e as medidas de segurança adotadas para protegê-los.

A forma de solicitação de consentimento em ambiente *Web* é uma questão importante para a proteção da privacidade dos usuários, especialmente no contexto da coleta de dados

personais. A solicitação de consentimento é o processo pelo qual os usuários são informados sobre a coleta, processamento e compartilhamento de seus dados pessoais e são convidados a concordar com essa coleta de dados.

Uma das formas mais comuns e perceptíveis para os usuários, em relação a coleta de dados, são os avisos de consentimento, no qual os usuários são questionados se concordam em colocar *cookies* em seu dispositivo.

Sant'Ana (2016) ao abordar sobre o Ciclo de Vida dos Dados (CVD) ressalta que a fase de Coleta envolve ações de planejamento relacionado aos meios de como serão obtidos, filtrados e organizados os dados que estarão no fluxo, definindo-se a estrutura, formato e meios de descrição a ser utilizada. A fase de coleta no CVD apresenta fatores como privacidade, integração, qualidade, direitos autorais, disseminação e preservação dos dados (SANT'ANA, 2016).

Dessa forma, no âmbito da coleta de dados em *sites*, os *cookies* são elementos recorrentes para possibilitar essa atividade e que podem estar intimamente envolvidos com questões de quebra de privacidade. Os *cookies* são pequenos arquivos de texto que são colocados nos dispositivos dos usuários, como laptops ou smartphones, para facilitar a funcionalidade de um *site* ou para coletar informações de perfil que permitem, por exemplo, publicidade direcionada (SMIT; VAN NOORT; VOORVELD, 2014).

Os *sites* são obrigados a informar aos usuários que tipo de dados coletam por *cookies* e, conseqüentemente solicitar o consentimento para todos os *cookies* que não sejam *cookies* funcionais. Os avisos de *cookies* e pedidos de consentimento são um bom exemplo da implementação prática das regulamentações de proteção de dados pessoais (STRYCHARZ et al., 2021).

O GDPR considera válido o uso de avisos de consentimento de *cookies*, porém estabelece algumas Diretrizes para as empresas de *sites*, tais como: não utilizar caixas de seleção pré-marcadas em seus avisos de *cookies*; a interação de rolar e navegar continuamente na página *Web* não é um consentimento válido e; os *cookies walls*² não são compatíveis para obtenção de consentimento do usuário.

² *Cookies walls* é quando o site utiliza de uma pop-up para informar sobre o uso de *cookies* no *site*, no entanto o usuário não tem a opção de rejeitar. A única maneira de visualizar o conteúdo é aceitar e prosseguir (HULSEBOS, 2011).

Nesse cenário, para estar em conformidade com as diretrizes da European Data Protection Board (EDPB) os *sites* devem considerar: bloqueio automático de todos os *cookies* e rastreadores para consentimento prévio; a escolha granular e afirmativa de consentimento em quatro categorias de *cookies* e a descrição completa de *cookie*.

Apesar de serem uma forma de fornecer aos usuários mais controle sobre a coleta de dados, muitos avisos de consentimento de *cookies* são vistos como inadequados e insuficientes para proteger a privacidade dos usuários (CUNCHE; MÉTAYER; MOREL, 2020). Muitos avisos são confusos e complexos, e muitos usuários acabam aceitando *cookies* sem saber realmente o que estão permitindo, cenário que propicia a insciência do usuário e pode resultar na falta de controle sobre seus dados.

Para Affonso e Sant’Ana (2018) a insciência do usuário em relação a coleta de dados em ambientes digitais pode ser determinada por vários fatores, indo da falta de clareza nas políticas de privacidade até a abstração em relação ao processo de coleta de dados por meio das redes de computadores.

Dessa forma, é importante que a informação disponibilizada nos avisos de consentimento de *cookies*, bem como nas políticas de privacidade sejam claras e informativas, para que os usuários possam tomar decisões informadas sobre a privacidade de suas informações, pois a falta de informação pode contribuir para um cenário que propicia a insciência do usuário na coleta de dados, o que pode resultar na falta de controle sobre seus dados.

Assim, pode-se considerar que proporcionar conhecimento e consciência em relação a coleta de dados, pode minimizar a insciência do usuário na coleta de dados. Para isso, é essencial que os *sites* sejam transparentes sobre suas práticas nesse processo, incluindo detalhes nas informações disponibilizadas.

Nas próximas seções são apresentadas o problema, a tese, os objetivos, a justificativa, a delimitação do tema e a metodologia desta pesquisa.

1.1 Problema de pesquisa

Com o advento das regulamentações de proteção de dados pessoais, como a LGPD e o GDPR, empresas e organizações estão tendo que rever a forma de tornar explícita o tratamento dos dados pessoais, tanto no meio físico como no *online*. No ambiente *online* os *sites* que processam dados pessoais, a recomendação é de obter o consentimento do usuário adotando requisitos de transparência na coleta e no processamento de dados, garantindo aos titulares de

dados, informações “claras, precisas e facilmente acessíveis sobre a realização do tratamento”, com o objetivo de possibilitar que o usuário tenha controle sobre seus dados pessoais.

Para Matte, Bielova e Santos (2020) os usuários devem ser informados sobre os aspectos técnicos e jurídicos da coleta de dados, para que conscientemente possam dar ou retirar seu consentimento sobre essa atividade, assim, mantendo o controle sobre seus dados. Silva e Garcia (2021) reforçam que a ausência de consentimento na coleta de dados pode significar um tratamento de dados ilícito e uma falta de controle do titular dos dados sobre os seus dados pessoais.

Dessa forma, é importante certificar-se de que o consentimento dos usuários seja obtido claramente antes de coletar qualquer dado, além da implementação de medidas adicionais para garantir que os dados coletados sejam mantidos em segurança.

Neste contexto, *sites* vêm adotando medidas para garantir a conformidade com os requisitos legais para obter consentimento do usuário na coleta de dados, que pode vir por meio de avisos de consentimento de *cookies* e políticas de privacidade dos *sites*, nos quais são recorrentes em serviços *online*, pois regulam o uso dos dados pessoais coletados, instituindo um compromisso com os usuários. No entanto, a forma como as políticas de privacidade vem disponibilizando informações em relação ao tratamento dos dados, pode ser complexo para o entendimento do usuário. Pois, percebe-se políticas de privacidade longas e complexas, e muitas vezes escritas em linguagem jurídica difícil de entender. Isso pode fazer com que os usuários não entendam completamente como suas informações pessoais serão usadas ou compartilhadas (STEINFELD, 2016).

Para Bonatti, Sauro e Langens (2021) muitas políticas de privacidade são vagas e não fornecem informações específicas sobre como os dados serão coletados, compartilhados e utilizados.

Os avisos de consentimento de *cookies* é uma forma de fornecer informações sobre o uso de dados e ajudam a tornar o uso de *cookies* mais transparente e dão aos usuários o controle sobre o que é armazenado em seus dispositivos. No entanto, muitas vezes esses avisos são ignorados ou simplesmente aceitos sem que os usuários compreendam completamente o que estão concordando (SANTOS et al., 2021b).

Para Daoudagh et al. (2021), os avisos de consentimento de *cookies*, apesar de serem uma forma de fornecer aos usuários mais controle sobre a coleta de dados, muitos são vistos como inadequados e insuficientes para proteger a privacidade dos usuários. Muitos avisos são confusos e complexos, e muitos usuários acabam aceitando *cookies* sem saber realmente o que estão permitindo.

Outra preocupação é em relação à própria coleta de dados realizada pelos *sites*, pois os ambientes digitais, podem encapsular complexidade em camadas de abstração sobre o processo de coleta de dados (AFFONSO, 2018).

Embora exista medidas para conscientização do usuário, em relação ao tratamento dos dados pessoais, existem fatores que podem contribuir para a insciência em relação ao consentimento na coleta de dados, pois percebe-se que, a forma como os *sites* estão disponibilizando as informações para obter o consentimento na coleta de dados, pode prejudicar a percepção do usuário em saber exatamente o que está sendo coletado, diminuindo o controle sobre seus dados.

1.2 Tese

A opacidade no processo da coleta de dados por *cookies* nos *sites*, pode contribuir para a insciência do usuário nesse processo e, conseqüentemente, à falta de controle sobre seus dados pessoais.

1.3 Objetivo geral

O objetivo dessa pesquisa é analisar o contexto que favorece a insciência do usuário enquanto alvo de coleta de dados por *cookies* em *sites*. Para tanto considera-se os seguintes objetivos específicos:

1.4 Objetivos específicos

- a) Descrever os aspectos envolvidos no consentimento na coleta de dados, tais como as definições de consentimento em *sites*, leis e regulamentos de privacidade e *cookies*;
- b) Verificar como a proteção de dados, por meio do consentimento na coleta de dados em *sites*, tem sido abordado em pesquisas científicas.;
- c) Identificar e descrever como os *sites* estão abordando a questão da coleta de dados por *cookies*;
- d) Identificar os possíveis *cookies* coletados pelos *sites*, a fim de demonstrar a opacidade presente na coleta desses dados, principalmente em relação a quantidade e diversidade de *cookies*, incluindo os terceiros envolvidos nesse processo.

1.5 Motivação e justificativa

Com o avanço das tecnologias de publicidade, cada acesso a um *site*, conta de *e-commerce* gera uma infinidade de dados que são coletados pelos computadores. Esse avanço das tecnologias, segundo Kotler e Keller (2012), está relacionado com a revolução digital, proporcionada com o crescimento da Internet, o que permitiu que os serviços *online* se intensificassem ocorrendo mudanças no mercado global, aumentando o poder de compra do consumidor por meio do *e-commerce*.

Kotler (2000) relaciona o termo *e-commerce* como uma ampla variedade de transações eletrônicas, onde ocorre uma grande troca eletrônica de dados, nos quais podem ser armazenados, muitas vezes sem conhecimento, ciência ou compreensão do titular dos dados. Normalmente a coleta desses dados ocorre com uso de *cookies*, que representam um meio de coleta e compartilhamento de dados mais comuns em *sites*. Mesmo estando em fase de substituição, previsto para o fim de 2024 (E-COMMERCE BRASIL, 2022b), os *cookies* foram estudados nesta pesquisa como forma de explicitar a insciência do usuário por falta de informação presente no processo da coleta de dados.

Nesse cenário, desde 2018, quando a Lei Geral de Proteção de Dados entrou em vigor no Brasil e a atualização do Regulamento Geral de Proteção de Dados, os serviços *online* são obrigados a obter o consentimento explícito dos usuários para coleta de dados pessoais (SOE et al., 2020). As regulamentações impõem requisitos aprimorados sobre a coleta de dados digitais, ou seja, informar de forma abrangente os usuários sobre a finalidade e os termos do processamento de dados pessoais (BETZING et al., 2020).

Para Stojanov (2020) as regulamentações estão desencadeando uma nova abordagem ao âmbito dos dados pessoais e às regras para a sua administração.

É necessária uma reorganização completa das formas como os sites estudam o comportamento e as características dos usuários de conteúdo online, o que determina uma mudança da política de *cookies* da área oculta da Internet para uma necessidade incondicional de consentimento para o seu uso para quaisquer fins (STOJANOV, 2020, p. 152, grifos do autor).

As regulamentações também impõem que os *sites* devem obter o consentimento do usuário antes de qualquer ativação de *cookies*, coleta ou processamentos de dados, apresentando aos usuários informações suficientes sobre a configuração de *cookies* do *site* e permitindo que os usuários ativem e desativem *cookies*, dando ou não consentimento a quais *cookies* eles permitirão que processem seus dados pessoais, ou seja, o *site* deve abster-se de ativar quaisquer

cookies que colem dados pessoais, até que o usuário tenha selecionado quais categorias eles permitirão operar.

Dessa forma, a motivação para investigar acerca de coleta de dados, especificamente em relação ao consentimento de *cookies* na coleta de dados e suas especificidades, surgiu pela percepção da falta de informações ao usuário para que ele entenda o processo de coleta de dados de forma clara e objetiva. Uma vez que, manter o usuário consciente sobre o processo de coleta é requisito fundamental para o usuário ter o controle de seus dados pessoais.

Diante do exposto, o trabalho justifica-se, dada sua relevância científica e acadêmica, no desenvolvimento de um estudo sistemático para caracterizar o cenário que pode contribuir para a insciência do usuário na coleta de dados por *cookies*, uma vez que essa insciência pode refletir diretamente sobre a percepção sobre o que está sendo coletado, enquanto o usuário é agente alvo desse processo de coleta por *cookies*. Esta falta de percepção pode prejudicar o controle em relação a seus dados.

Esta pesquisa também se justifica pela relevância social, pois ao identificar e tornar explícitos fatores que propiciam a insciência do usuário sobre a coleta de dados colabora-se para ampliação de estratégias para prevalecer os direitos à proteção da privacidade, que podem ser realizadas tanto pelo meio acadêmico, quanto pelo aspecto jurídico no desenvolvimento de leis, além de fortalecer a reputação das empresas e organizações e aumentar a confiança do usuário nas tecnologias e serviços oferecidos.

1.6 Delimitação

O universo de pesquisa está delimitado no contexto do consentimento na coleta de dados por *cookies* em *sites*³ de *e-commerce*. Para delimitar o escopo de análise desta pesquisa, optou-se pelo enfoque na investigação das políticas de privacidade de *sites* de *e-commerce* para verificar o que é relatado sobre consentimento e *cookies* na coleta de dados, especificamente em relação às práticas que permitem o usuário conceder a coleta de seus dados por meio de *cookies*, além da identificação dos possíveis *cookies* coletados na interação com o usuário, para assim, realizar uma análise descrita da correlação dados coletados.

³ *Sites*: É uma abreviatura de Website. No contexto das comunicações eletrônicas, *website* e *site* possuem o mesmo significado e são utilizadas para fazer referência a uma página ou a um agrupamento de páginas relacionadas entre si, acessíveis na internet através de um determinado endereço virtual utilizado pela internet para comunicação comercial ou pessoal (DICIONÁRIOINFORMAL, 2023). Nesta pesquisa, optou-se pelo termo *site*.

Para pesquisa, foram selecionados os 10 *sites* de *e-commerce* mais acessados no mês março de 2022 no Brasil (1,76 bilhões de acessos), segundo o ranqueamento do E-commerce Brasil (2022), que é um portal gratuito com produção diária sobre o comércio eletrônico no Brasil. A opção por *sites* de comércio eletrônico, justifica-se pelo crescimento desse setor nos últimos anos, principalmente devido a pandemia, segundo relatório dos setores de *e-commerce* da *Conversion*, agência de Search Engine Optimization (SEO). O Quadro 1 apresenta a relação dos *sites* estudados nesta pesquisa.

Quadro 1 - Delimitação dos sites estudados na pesquisa

| <i>Site</i> | Endereço do site |
|----------------|---|
| Mercado Livre | https://www.mercadolivre.com.br |
| Americanas | https://www.americanas.com.br |
| Amazon Brasil | https://www.amazon.com.br |
| Shopee | https://shopee.com.br |
| Magazine Luiza | https://www.magazineluiza.com.br |
| Aliexpress | https://pt.aliexpress.com |
| Microsoft | https://www.microsoft.com/pt-br |
| Casas Bahia | https://www.casasbahia.com.br |
| Netshoes | https://www.netshoes.com.br |
| Amazon | https://www.amazon.com |

Fonte: Elaborado pela autora.

Desta forma, esta pesquisa é sustentada pelos seguintes elementos: a) referencial teórico, por meio da publicação de trabalhos que abordam sobre o consentimento em *sites*; b) recorte da temática consentimento e *cookies* na política de privacidade e; c) a identificação e categorização de *cookies* utilizados nos *sites* para coleta de dados.

1.7 Procedimentos metodológicos

Esta pesquisa é de caráter descritivo, com abordagem qualitativa e quantitativa. Os procedimentos metodológicos, e técnicas de coleta e análise de dados foram definidos conforme o atendimento dos objetivos específicos. Assim, este trabalho utiliza os métodos descritos a seguir.

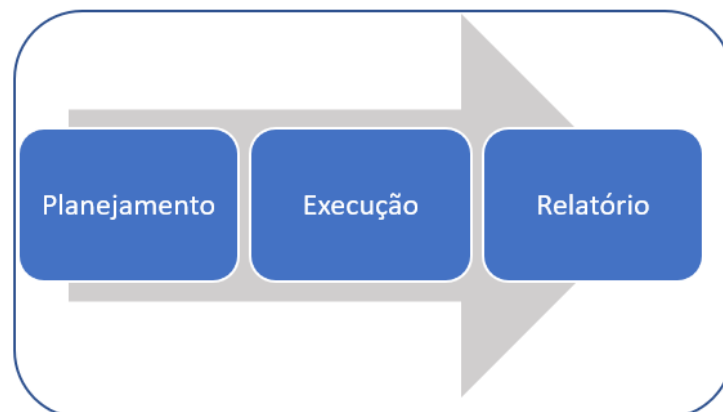
1.7.1 Pesquisa bibliográfica

Utilizou-se da pesquisa bibliográfica, para explicar sobre os “Aspectos envolvidos no consentimento na coleta de dados em *sites*” e a “Caracterização da coleta de dados por meio de *cookies*”. Foram consultados artigos publicados em periódicos científicos de áreas como Ciência da Informação, Ciência da Computação e Direito por meio do mecanismo de busca Google Scholar⁴.

1.7.2 Revisão sistemática de literatura

Por meio de coleta de documentos na base de dados *Scopus*, buscou-se evidenciar como a proteção de dados pessoais, por meio do consentimento na coleta de dados em *sites*, tem sido abordada em pesquisas científicas. A Figura 1 apresenta as etapas da revisão sistemática.

Figura 1 - Etapas da revisão sistemática



Fonte: Elaborado pela autora, baseado em Kitchenham (2004).

Conforme apresentado na Figura 1, o protocolo de revisão sistemática é composto pelas fases do **Planejamento, Execução e Relatório da revisão.**

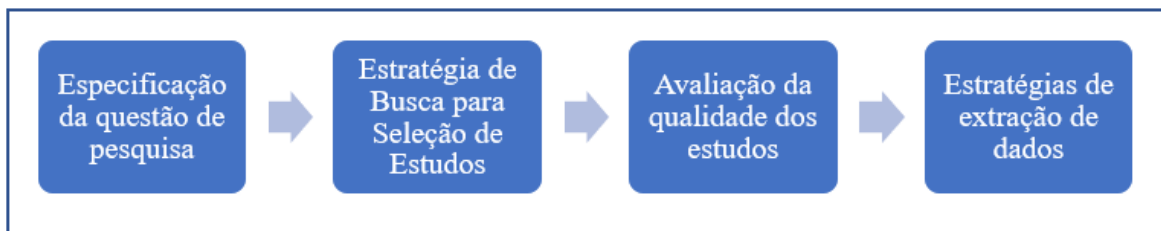
A fase do planejamento consiste em identificar qual a necessidade da realização da revisão e estruturação do protocolo.

O planejamento é o ponto de início para a revisão, cujos pontos principais são a definição de uma ou mais questões de pesquisa e dos métodos que serão empregados para conduzir a revisão.

Nessa fase realiza-se a “identificação da necessidade de uma revisão sistemática”, desta forma, ressalta-se que o motivo dessa revisão decorre da necessidade de verificar como o consentimento, especificamente na coleta de dados em *sites*, tem sido abordado em pesquisas científicas. A coleta de documentos foi realizada no mês de dezembro de 2021.

A fase da execução da revisão sistemática está estruturada em quatro etapas, apresentadas na Figura 2.

Figura 2 - Etapas da fase da execução da revisão sistemática



Fonte: Elaborado pela autora.

A etapa da Especificação da questão de pesquisa tem a finalidade de determinar a questão principal e secundária que a revisão busca atender, identificando os itens relacionados ao escopo da pesquisa.

Desta forma, tendo em vista os objetivos apresentados anteriormente, foi definida uma questão de pesquisa principal e uma questão secundária, cada uma delas com seus próprios critérios de inclusão e exclusão dos trabalhos. As questões definidas foram:

- ✓ **Questão Primária:** O que tem sido estudado sobre consentimento na coleta de dados em *sites*?
- ✓ **Questão Secundária:** Quais os elementos envolvidos para obter o consentimento na coleta dados em *sites*?

Itens relacionados ao escopo ou especificidade das questões de pesquisas:

- I. População: pesquisadores que realizam pesquisas no contexto do consentimento na coleta de dados.
- II. Intervenção⁵: modelos e práticas que abordam o consentimento na coleta de dados em *sites*;

⁵ Definida por Kitchenham (2004) como as tecnologias ou software que abordam questões específicas

- III. Resultados⁶: incentivos ao desenvolvimento de práticas e modelos que permitam a conscientização de usuários no momento do consentimento na coleta de dados pelos *sites*.

Para selecionar os estudos para realização das análises, foi definido estratégias para seleção desses estudos, o que corresponde à segunda etapa da execução da revisão sistemática, apresentada na Figura 2.

Para a busca de estudos primários, foi definida uma estratégia de busca de acordo com as fontes de pesquisa, o idioma dos trabalhos, os tipos de documentos e o ano de publicação, além das palavras-chave e a sequência de consulta. Desta forma, foram buscados estudos em determinados locais, escritos em um determinado idioma, tipo(s) de documento(s) e ano(s) de publicação e, encontrados por determinadas palavras-chave e sequência de consulta. O Quadro 2 apresenta os itens para a estratégia de busca dos trabalhos.

Quadro 2 - Itens para estratégia de busca dos trabalhos

| Itens | Descrição |
|---------------------|---|
| Base de dados | <i>Scopus</i> |
| Expressão de busca | <i>consent, privacy e data protection</i> concatenados pelo operador “AND”, [ex: <i>consent AND privacy AND data protection</i>] |
| Tipos de documentos | <i>Article, conference paper e review</i> |
| Ano de publicação | Trabalhos a partir do ano de 2018 |

Fonte: Elaborado pela autora.

Os itens apresentados no Quadro 2, serviram para seleção dos estudos, onde a base de dados *Scopus*, foi escolhida por oferecer um panorama abrangente da produção de pesquisas no mundo de forma interdisciplinar, apresentando resultados de forma estruturada.

Na expressão de busca foi considerando 20 documentos por páginas, exibidos por ordem de ano de publicação. A escolha pelos termos em inglês é por ser o idioma internacionalmente aceito para a redação de trabalhos científicos. Os termos foram escolhidos devido à relação com as questões de proteção dos dados pessoais.

Esta pesquisa considerou trabalhos a partir do ano de 2018, ano no qual houve a reformulação do Regulamento Geral de Proteção de Dados e a Lei Geral de Proteção de Dados entrou em vigor no Brasil.

A classificação dos documentos recuperados foi realizada por meio do ano de publicação (do maior para o menor). Além disso, os metadados referentes aos documentos

⁶ Devem estar relacionados com fatores de importância para profissionais (KITCHENHAM, 2004).

foram resgatados por meio do item salvar em outros formatos de arquivo. Ao selecionar a opção “salvar em outro formato”, no item gravar conteúdo, escolheu-se a opção “registro completo”, no formato de arquivo “separado por tabulação (Windows)”. Posteriormente, esse arquivo foi aberto em software de planilha, utilizando-se o software Microsoft Excel para extrair os campos de interesse.

Após a extração dos estudos, foram estabelecidos os critérios de inclusão e exclusão, incluindo os processos de seleção preliminar e final dos estudos. Durante a seleção, foram avaliados os resumos, introduções e conclusões dos trabalhos, seguindo os critérios de inclusão e exclusão definidos no protocolo de pesquisa. Assim, só foram selecionados artigos dos quais se pudesse acessar o artigo completo.

O Quadro 3 apresenta os critérios de inclusão e exclusão para questões de pesquisa primária e secundária, após a leitura preliminar dos estudos.

Quadro 3 - Critérios de inclusão e exclusão

| Inclusão | | Exclusão | |
|---|--|---|--|
| Questão primária | Questão secundária | Questão primária | Questão secundária |
| Aspectos sobre consentimento na coleta de dados, especificamente realizada em ambiente digital. | Técnicas e modelos envolvidos no consentimento na coleta de dados. | O consentimento não foi empregado na coleta de dados em algum ambiente digital. | Elementos que não caracterizaram preocupações com o consentimento na coleta de dados |

Fonte: Elaborado pela autora.

Para o processo de seleção final, todos os documentos que passaram no processo de seleção preliminar tiveram resumo, introdução e conclusão lidos, buscando identificar se o processo de consentimento na coleta de dados ocorreu em ambientes digitais e se eles atendiam aos critérios de inclusão determinados nesta revisão sistemática. Para a identificação da fase em que a pesquisa descrita em cada trabalho se encontra, utilizou-se o Ciclo de Vida dos Dados para Ciência da Informação (CVD-CI) (SANT’ANA, 2013).

A etapa da execução da revisão sistemática, para avaliar a qualidade dos estudos são definidos critérios para justificar a inclusão dos trabalhos. Desta forma, a avaliação da qualidade dos dados dos estudos pode ser usada para conceber um critério detalhado de inclusão/exclusão e auxiliar na síntese e análise dos dados (KITCHENHAM, 2004). Sendo assim, os estudos previamente selecionados foram avaliados em uma escala binária “sim” ou “não”, de acordo

com as seguintes questões de avaliação de qualidade definidas por Dyba, Dingsoyr e Hanssen (2007):

- a) O documento é baseado em pesquisa ou um relato de opinião de especialista?
- b) Os objetivos da pesquisa foram definidos de forma clara?
- c) Existe uma descrição adequada do contexto em que a pesquisa foi realizada?
- d) O projeto de pesquisa é apropriado para abordar os objetivos da pesquisa?
- e) Existe uma declaração clara de resultados?
- f) O estudo representa valor para pesquisa ou prática?

A última etapa da exceção da revisão sistemática, corresponde às estratégias de extração de dados que é a definição de atributos para estruturar os documentos recuperados e síntese dos dados extraídos (utiliza-se de representações por meio de gráficos e quadros para visualização dos resultados obtidos com a revisão sistemática).

Para cada estudo selecionado após a execução do processo de seleção que abordaram consentimento na coleta de dados em ambientes digitais, foram extraídas as seguintes informações:

- a) Ano da publicação;
- b) Título do documento;
- c) Resumo;
- d) Origem: País(s) de origem das instituições de afiliação dos autores dos trabalhos;
- e) Fonte: Periódico ou evento no qual o trabalho foi publicado;
- f) Tipo de documento: artigos em eventos; artigos em periódicos; artigos de revisão ou capítulos de livros;
- g) Área da pesquisa: área em que os trabalhos foram definidos na *Scopus*;
- h) Abordagem/característica principal (síntese descritiva);

Com os resultados obtidos no processo de extração de dados - leitura dos trabalhos selecionados - elaborou-se uma sistematização por meio dos seguintes atributos: Artigo (identificação do trabalho); Origem; Fonte; Tipo de documento; Área, Contexto (cenário em que o consentimento foi abordado); Modelos (modelos para consentimento de dados); Análises (análises sobre consentimento de dados) e Tecnologia adotada.

Os atributos “contexto”, “modelos”, “análises” compuseram o quadro de sistematização dos trabalhos que foram determinados por meio da leitura dos documentos. Os dados extraídos dos documentos também foram representados por meio de gráficos, a fim de evidenciar a quantidade de trabalhos por ano; a quantidade de documentos por tipo de produção; frequência

das áreas de pesquisas; frequência dos países nos trabalhos; predominâncias de modelos e análises para consentimento de dados; contexto em que a consentimento foi aplicado.

A fase final da revisão sistemática, conforme Figura 1, é o relatório da revisão que é a apresentação dos resultados e discussão dos conteúdos revelados por meio da recuperação dos documentos.

O resultado da revisão sistemática da literatura teve como objetivo entender o cenário em que o consentimento na coleta de dados se faz presente nas pesquisas científicas permitindo observar de forma sistemática evidências sobre o tema desta pesquisa. A revisão sistemática não foi utilizada com caráter de debater e discutir os resultados e sim de apresentar o contexto acadêmico da época sobre os temas que tratam o assunto da pesquisa.

1.7.3 Pesquisa documental

Utilizou-se de pesquisa documental mediante análise de documento jurídico (leis, regulamentos e jurisprudência) para identificar como tem sido abordado o consentimento na coleta de dados pessoais. Para execução da pesquisa e análise considerou-se as diretrizes impostas pela LGPD e GDPR no âmbito do consentimento do titular em relação a coleta de dados.

Nesta primeira parte da metodologia de pesquisa, foram apresentados os procedimentos utilizados para atender os objetivos específicos “A” e “B” definidos na seção 1.5. Assim, na próxima seção, serão detalhados os procedimentos metodológicos utilizados para atender os objetivos “C” e “D”, desta pesquisa.

1.7.4 Coleta de dados em sites

Para atender o objetivo específico “C”, no qual tem como propósito identificar e descrever como os *sites* estão abordando a questão da coleta de dados por *cookies*, foram realizados tipos de coletas diversificadas, nas quais foram divididas no acesso às políticas de privacidade dos *sites* e a identificação das práticas adotadas pelos *sites* para disponibilização da informação em relação a coleta de dados. O processo para realização dessas coletas está descrito a seguir:

- a) **Políticas de privacidade:** Foi explorado as políticas de privacidade dos 10 *sites* de *e-commerce* mais acessados no mês de março de 2022, a fim de identificar como a

informação sobre o consentimento na coleta de dados e *cookies* têm sido representados nas políticas de privacidade.

A identificação se deu pela interpretação do termo “consentimento” e “*cookies*” presentes na política de privacidade dos *sites*. Após a análise nas políticas de privacidade nos *sites*, o resultado com os recortes da identificação foi sistematizado por meio de quadros.

- b) **Práticas adotadas pelos *sites*:** A fim de demonstrar as práticas adotadas pelos *sites* no sentido da disponibilização da informação sobre o consentimento na coleta de dados na interação com o usuário, realizou-se a identificação e a análise das ações implementadas pelos *sites*.

Para realização deste estudo, foi utilizado o navegador *Google Chrome* em um computador com Windows 10. Esse computador foi formatado antes da realização desse estudo, para que não ficasse nenhum vestígio de acessos. A dinâmica ocorreu pelo acesso aos *sites* no navegador para verificar o comportamento do *site* em relação a disponibilização da informação sobre consentimento na coleta de dados. Para caracterizar o resultado, elaborou-se um quadro que sistematiza as práticas adotadas pelos *sites*.

Para atender o objetivo “D”, “Identificar os possíveis *cookies* coletados pelos *sites*, a fim de demonstrar a opacidade presente na coleta desses dados, principalmente em relação a quantidade e diversidade de *cookies*, incluindo os terceiros envolvidos nesse processo”, foi realizada a seguinte ação descrita no item “c”.

- c) **Identificação dos *cookies*:** Para demonstrar os possíveis *cookies* coletados pelos *sites* durante a interação com o usuário, principalmente no consentimento na coleta de dados, foi realizada uma pesquisa nos *sites* estudados neste trabalho.

Para a identificação dos *cookies*, foi utilizado como recurso tecnológico, a Plataforma de Gerenciamento de Consentimento Cookiebot⁷. Essa plataforma é líder mundial em conformidade com as principais leis e regulamentos de privacidade de dados como a LGPD do Brasil e o GDPR da União Europeia, mantido pela Usercentrics⁸, no qual detecta e controla *cookies* de *sites*. O Cookiebot oferece a versão paga por prazo indeterminado e a versão livre por 30 dias. Para esta pesquisa utilizou-se a versão gratuita e foi realizada no mês de abril de 2022.

⁷ Cf. <https://www.cookiebot.com>.

⁸ Cf. <https://usercentrics.com/br/>.

Inicialmente foram inseridos na ferramenta de pesquisa do Cookiebot os endereços dos *sites* de *e-commerce* presentes na lista dos *sites* mais acessados em março de 2022, segundo o relatório de ranqueamento disponibilizado pelo *site* E-commerce Brasil⁹. O relatório com o resultado da coleta foi disponibilizado em formato PDF por *site*, direto no e-mail cadastrado. Como o relatório não estava estruturado, o resultado foi tabulado em planilha de Excel e foi representado por meio de quadros para análise dos atributos de *cookies* identificados na coleta.

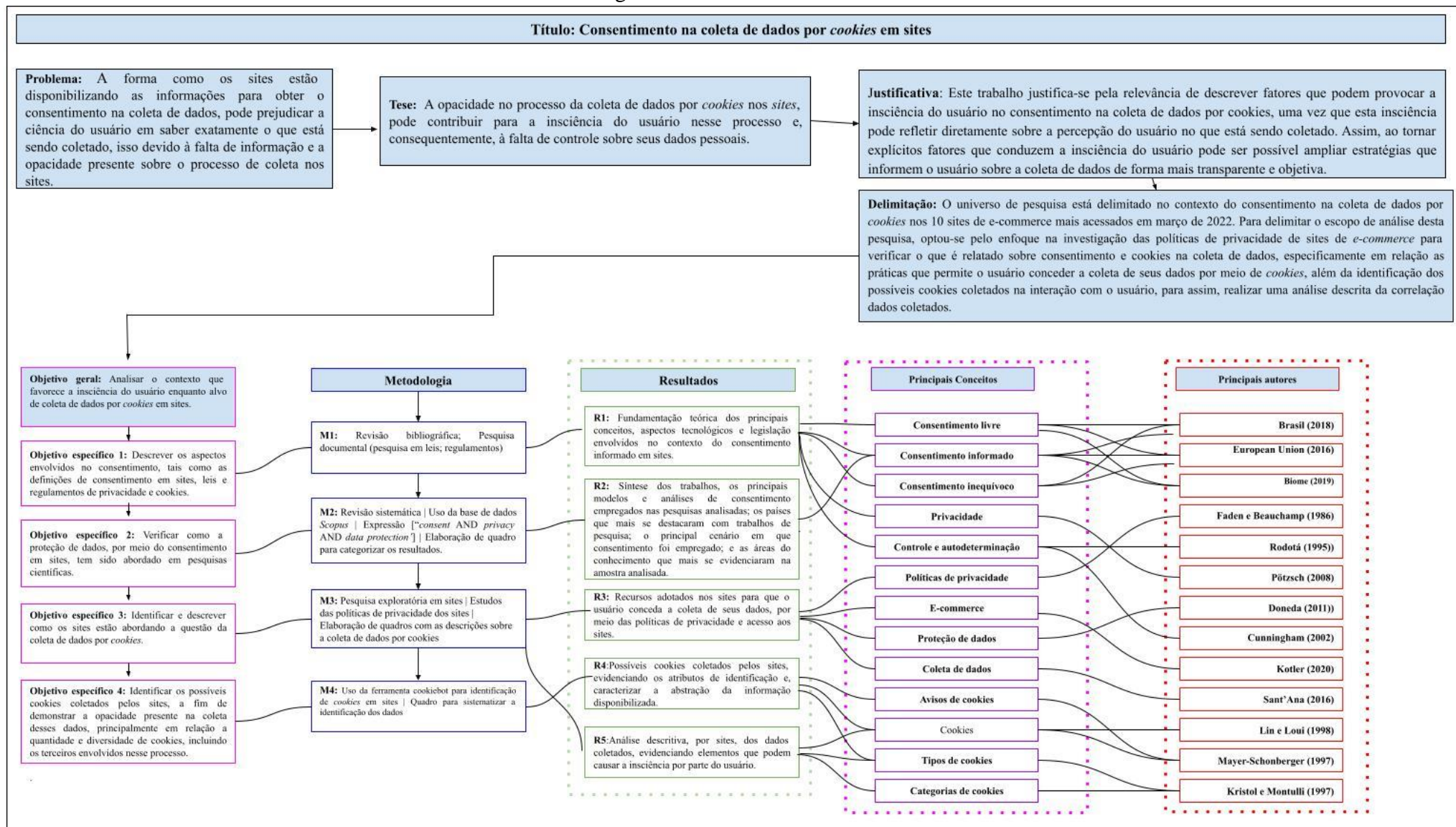
Em um primeiro momento foi realizada a análise geral da identificação dos *cookies* presentes nos *sites*, e na sequência, a correlação dos dados que foram identificados pela ferramenta Cookiebot e a informação disponibilizada pelos *sites* a respeito da coleta de dados por meio de suas políticas de privacidade e das práticas adotadas pelos *sites*.

1.8 Estrutura do trabalho

Na Figura 3, apresentam-se o problema, a tese, a justificativa, a delimitação da pesquisa, os objetivos, objetivos específicos, a metodologia empregada e os principais conceitos e autores que emergiram durante o desenvolvimento do trabalho.

⁹ Cf. <https://www.ecommercebrasil.com.br/>.

Figura 3 - Estrutura da tese



Fonte: Adaptado de Sant'Ana (2022).

Este capítulo apresentou a contextualização da temática, o problema de pesquisa, a tese, o objetivo geral, os objetivos específicos, a justificativa, a delimitação da pesquisa, a metodologia e a estrutura do trabalho.

Os Capítulos 2 e 3 são constituídos de referencial teórico, em que são explanadas as principais definições de consentimento e aspectos técnicos envolvidos na prática de consentimento em *sites*, como abordagens sobre *cookies*.

O Capítulo 4 apresenta o resultado da revisão sistemática de literatura, a fim de explicitar como tem sido abordado o consentimento de dados nos *sites* de pesquisas científicas. Apresenta-se como resultado a síntese de cada trabalho, os principais modelos e análises de consentimento empregados nas pesquisas analisadas; os países que mais se destacaram com trabalhos de pesquisa; o principal cenário em que consentimento foi empregado; e as áreas do conhecimento que mais se evidenciaram na amostra analisada.

No Capítulo 5 é apresentada a coleta de dados realizada nas políticas de privacidade dos *sites* e coleta de *cookies* por meio da ferramenta Cookiebot.

O Capítulo 6 versa sobre a análise da coleta dos *cookies* por meio da ferramenta Cookiebot, para identificar os tipos de cookies presentes nos *sites* analisados e suas especificidades.

Por último, o Capítulo 7 apresenta as conclusões e trabalhos futuros.

2 PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS E O CONSENTIMENTO NA COLETA DE DADOS

As questões sobre as regulamentações de proteção de dados pessoais passaram por diversas fases até chegar ao momento que o direito à proteção de dados pessoais adquire o enfoque como um direito fundamental e passa a ter legislações específicas como a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e o Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR).

No Brasil a lei específica para proteção de dados pessoais é a LGPD, que foi sancionada em 16 de agosto de 2018, que

[...] dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural (BRASIL, 2018).

Lugati e Almeida (2020) explicam que o trajeto da proteção de dados pessoais, percorreu por quatro gerações distintas, até o implemento da LGPD, que, de acordo com Doneda (2011, p. 96), são “[...] leis que partem de um cerne mais técnico e restrito para, por fim, ampliar as disposições e as técnicas referentes às tecnologias modernas”.

A primeira geração de leis caracterizou-se pelo processamento massivo de dados da população, onde o governo viu nesses dados pessoais, uma ferramenta para a reconstrução das cidades após a 2ª Guerra Mundial, criando-se grandes bancos de dados, em que, segundo Doneda (2011, p. 96)

O núcleo dessas leis girava em torno da concessão de autorizações para a criação desses bancos de dados e do seu controle a posteriori por órgãos públicos. Essas leis também enfatizavam o controle do uso de informações pessoais pelo Estado e pelas suas estruturas administrativas, que eram o destinatário principal (quando não o único) dessas normas.

Para Bioni (2020) esse cenário exigiu uma nova estrutura normativa, onde o controle começa a ser difundido, além do domínio governamental, passa a ser feito por entidades como empresas privadas e até mesmo para o próprio indivíduo – detentor dos próprios dados pessoais.

Esse cenário motivou a segunda geração de leis, em que, para Bioni (2020), o usuário, mediante o seu consentimento tem o poder de participar do processo de tratamento de dados, em fases como a coleta, uso e compartilhamento de seus dados pessoais.

Na terceira geração de leis o titular dos dados ganha maior controle sobre seus dados, visto que as normas dessa geração asseguraram a participação do titular dos dados, no controle e

autorização do que acontece com seus dados em todas as fases do ciclo de vida de seus dados pessoais, que é a autodeterminação informacional (NAVARRO, 2012), que para Doneda (2011, p. 97)

A proteção de dados é vista, por tais leis, como um processo mais complexo, que envolve a própria participação do indivíduo na sociedade e considera o contexto no qual lhe é solicitado que revele seus dados, estabelecendo meios de proteção para as ocasiões em que sua liberdade de decidir livremente é cerceada por eventuais condicionantes proporcionando o efetivo exercício da autodeterminação informativa.

O problema referente a esse cenário é que o fornecimento de dados pessoais se tornou requisito indispensável para a participação social, caso a pessoa não fornecesse os dados, estaria propenso a não participar socialmente da vida civil.

Neste contexto, a fim de consertar as deficiências das gerações anteriores, a quarta geração manteve o protagonismo do titular dos dados e tendo o consentimento a chave para a autorização do uso de dados do titular, sem precisar se abster de participar da vida em sociedade para que a proteção de dados pessoais seja garantida.

Para Bioni (2020), o consentimento continua sendo o traço marcante dos regulamentos, mas começa a sofrer limites e condições de forma a se adequar à autonomia do titular nesse contexto. Passa a ser, então, tomado como um consentimento “livre, informado, inequívoco, explícito e/ou específico”, isso devido, pela grande importância dada ao consentimento nestes regulamentos.

Na LGPD, o termo é citado 35 vezes e é definido no artigo XII como “[...] manifestação livre, informada e inequívoca pela qual o titular concorda com o tratamento de seus dados pessoais para uma finalidade determinada” (BRASIL, 2018). Ressalta-se que na presente lei, o termo tratamento é conceituado como “[...] toda operação realizada com dados pessoais, como as que se referem a **coleta**, produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução [...] (BRASIL, 2018, grifo nosso).

A LGPD segue muitas das diretrizes do Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do General Data Protection Regulation (GDPR), que entrou em vigor em maio de 2018 e, em relação ao consentimento, o GDPR declara que:

O consentimento do titular dos dados deverá ser dado mediante um ato positivo claro que indique uma manifestação de vontade livre, específica, informada e inequívoca de que o titular de dados consente no tratamento dos dados que lhe digam respeito, como por exemplo mediante uma declaração escrita, inclusive em formato eletrônico, ou uma declaração oral (EUROPEAN PARLIAMENT, 2016, tradução nossa).

Ao analisar o termo consentimento nos regulamentos, observa-se que ele vem alinhado com as seguintes situações: manifestação/vontade livre; informada e inequívoca.

A existência de consentimento livre só é válida “se o titular dos dados puder exercer uma verdadeira escolha e não existir nenhum risco de fraude, intimidação, coação ou consequências negativas importantes se o consentimento for recusado” (UNIÃO EUROPEIA, 2014, p. 60), e acredita-se que a manifestação não seja livre se o titular não puder dar seu consentimento de modo separado para as diferentes operações de tratamento de dados pessoais (UNIÃO EUROPEIA, 2014). Desta forma, qualquer elemento de pressão ou influência inadequada que impede um titular de dados de exercer seu livre arbítrio, tornará o consentimento inválido (LEITE; DALMASSO, 2020).

O elemento "livre" implica em escolha real do titular dos dados e deve ser dado de forma voluntária (EUROPEAN UNION, 2016). Como regra geral, o GDPR prescreve que se o titular dos dados não tiver escolha real, sentir-se obrigado a consentir, sofrer qualquer tipo de pressão, intimidação, ou consequências negativas, e se não consentir, então o consentimento não será válido (EUROPEAN UNION, 2016).

Caso o consentimento seja agrupado como uma parte inegociável dos termos e condições, presume-se que não tenha sido dado livremente. Assim, o consentimento não será considerado livre se o titular dos dados não puder recusar ou retirar seu consentimento sem prejuízo (LEITE; DALMASSO, 2020) e se teve algum tipo de subordinação no momento da manifestação de vontade (BIONI, 2020).

O consentimento deverá ser informado, isto é, torna-se necessário fornecer ao titular informações suficientes para contribuir com a tomada de decisão. Assim, é necessário dispor de uma descrição rigorosa e facilmente compreensível do objeto do consentimento, das consequências do consentimento, como também de sua recusa (UNIÃO EUROPEIA, 2014). Lugati e Almeida (2020, p. 18, grifo dos autores) completa que

O adjetivo “informado” traduz que o consentimento deverá ser dado pelo titular dos dados com a ciência deste sobre todas as informações acerca do tratamento. Ou seja, há a necessidade de que seja feito o repasse de tudo aquilo que irá permear o tratamento de dados de forma detalhada, verdadeira e transparente. Além disso, é necessário que as possíveis consequências de não consentir também sejam informadas.

O envolvido deve possuir informações suficientes antes de tomar sua decisão, desta forma, a suficiência ou insuficiência das informações fornecidas só poderá ser determinada caso a caso. A linguagem utilizada deve ser adaptada aos destinatários previsíveis das informações. Além disso, o usuário deve poder decidir com facilidade se aceita ou não a liberação do acesso a essas informações, cabendo destaque, ainda, que questões de acessibilidade e visibilidade das

informações são elementos importantes na determinação desta decisão (UNIÃO EUROPEIA, 2014).

O titular dos dados deve ser informado sobre o seu direito de retirar o consentimento a qualquer momento, visto que, a retirada deve ser tão fácil quanto dar consentimento. No § 5º do artigo X da LGPD fica regulamentado que:

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 (BRASIL, 2018).

A European Data Protection Board (EDPB) entende que pelo menos as seguintes informações são necessárias para obter o consentimento válido: a identidade do controlador; o propósito de cada uma das operações de processamento para as quais se busca o consentimento; quais dados serão coletados e utilizados; a existência do direito de retirada do consentimento; informações sobre o uso dos dados para tomada de decisão automatizada, quando necessário, e; os possíveis riscos de transferência de dados devido à ausência de uma decisão de adequação e de salvaguardas adequadas (EUROPEAN DATA PROTECTION BOARD, 2020).

Colesky, Hoepman e Hillen (2016) atrelam o consentimento informado como uma estratégia para que o usuário tenha controle em relação aos seus dados, pois, para que aconteça o tratamento de dados pessoais seria necessário ter o consentimento explícito e dado de forma livre.

Desta forma, o consentimento informado está vinculado à autonomia, que concede liberdade individual ao escolher, e está associado à privacidade, autodomínio, escolha livre, liberdade de escolha e aceitação da responsabilidade pelas escolhas (FADEN; BEAUCHAMP, 1986), ou seja, o direito de manter o controle sobre as próprias informações é uma forma de manter a privacidade (RODOTÀ, 1995).

Malheiro (2017) destaca o quão o consentimento informado está atrelado à autodeterminação informativa, pois os indivíduos estão no controle de suas informações e vidas, além de ser um dever de que ao indicar sua vontade, o titular deve estar completamente informado do que está consentindo, com as consequências e riscos da decisão, nas palavras de Bioni (2020, p. 151).

A autodeterminação informacional consiste, em suma, na perspectiva de que o indivíduo deve controlar (autodeterminar) os seus dados pessoais (informações pessoais: autodeterminação informacional), exigindo-se, por isso, o consentimento do titular das informações pessoais para que elas sejam coletadas, processadas e compartilhadas.

Bechmann (2014) ao abordar sobre questões de controle e autodeterminação proporcionadas pelo consentimento informado, ressalta que a autonomia da pessoa é uma pré-condição e, uma consequência do consentimento, o que confere ao titular dos dados influência no processamento dos seus dados.

A LGPD destaca o princípio da autodeterminação informativa que busca colocar o titular dos dados no controle e proteção de seus próprios dados. Com a necessidade do consentimento do usuário e consequentemente sua maior participação no tratamento de dados, a LGPD se demonstra preocupada em garantir esse princípio (BIONI, 2020).

Para Pöttsch (2008) o controle dos dados pessoais é uma questão fundamental para a proteção da privacidade e da liberdade individual em um mundo cada vez mais digital. Para o autor, é necessário estabelecer limites claros sobre como os dados podem ser coletados, armazenados e compartilhados, e garantir que os indivíduos tenham controle sobre seus próprios dados pessoais por meio de leis, regulamentações e tecnologias específicas.

O consentimento deve ser inequívoco, pois requer uma declaração ou um ato afirmativo claro e não pode ser implícito devendo sempre ser realizado por meio de um *opt-in*¹⁰ ou uma declaração, para que não haja equívocos quanto o consentimento realizado pelo titular dos dados (EUROPEAN UNION, 2016)

Raposo (2018) esclarece que o consentimento inequívoco é aquele que foi prestado mediante uma manifestação do titular ou uma clara ação afirmativa, isso significa que o titular deve saber exatamente a finalidade para que está autorizando o uso de seus dados, por exemplo, quando realiza o *download* de um aplicativo para celular.

O consentimento tem de ser dado sempre de forma inequívoca, o que significa que não devem existir dúvidas razoáveis de que a pessoa em causa pretendia comunicar a sua permissão para o tratamento dos seus dados. O consentimento deduzido da mera inércia, por exemplo, não constitui um consentimento inequívoco. Quando esteja em causa o tratamento de dados sensíveis, o consentimento tem de ser obrigatoriamente explícito e inequívoco (UNIÃO EUROPEIA, 2014, p. 60).

A LGPD também aborda que o consentimento será específico para ser válido e, esta característica está intrinsecamente ligada à qualidade das informações fornecidas sobre o objeto do consentimento. No § 1º do artigo IX da referida lei é determinado que “Na hipótese em que o consentimento é requerido, este será considerado nulo caso as informações fornecidas ao titular tenham conteúdo enganoso ou abusivo ou não tenham sido apresentadas previamente

¹⁰ Reter/revogar o consentimento, optando pela exclusão (DENSMORE, 2019).

com transparência, de forma clara e inequívoca” (BRASIL, 2018). Caso estejam previstas novas operações de tratamento ou alterações que não poderiam razoavelmente ter sido previstas quando o titular dos dados deu inicialmente o seu consentimento, é necessário pedir-lhe novamente o seu consentimento (UNIÃO EUROPEIA, 2014).

No contexto dos *sites*, o GDPR determina que o consentimento poderá ser dado mediante a validação de caixa de seleção, quando, por exemplo, se visita um *site*, ou qualquer outro meio que deixa explícito que o titular dos dados aceita o tratamento que será realizado com seus dados. Ainda, ao abarcar sobre o consentimento na coleta de dados em *sites*, regulamenta que o silêncio, a pré-validação ou a omissão não deverão configurar-se como consentimento (EUROPEAN PARLIAMENT, 2016).

Interessante sublinhar que as questões vinculadas ao consentimento não são abordadas apenas na fase de coleta de dados no GDPR, mas busca abranger todas as atividades vinculadas a tratamentos de dados, desta forma, quando o tratamento tem várias finalidades, o titular deverá outorgar o consentimento para todos esses fins. As formas de prover o consentimento do titular devem ocorrer de modo a não perturbar desnecessariamente a utilização do serviço ofertado (EUROPEAN PARLIAMENT, 2016).

2.2 Medidas para obter o consentimento na coleta de dados em *sites*

O consentimento é uma das bases legais mais importantes para a proteção de dados e a sua importância foi reforçada pela LGPD e pelo GDPR. A obtenção do consentimento é um princípio fundamental na coleta e processamento de dados pessoais, pois é uma forma de garantir que os indivíduos tenham controle sobre o uso de seus dados.

Dessa forma, o consentimento deve ser dado de forma livre, específica, informada e inequívoca, ou seja, sem qualquer ambiguidade ou dúvida sobre a vontade do titular dos dados. Para isso, existem medidas que podem ser adotadas pelas organizações para obter o consentimento adequado dos usuários na coleta de dados pessoais.

Assim, diante do cenário de proteger dados pessoais e o uso do consentimento como um meio para minimizar questões voltadas à quebra de privacidade surgem estratégias para atingir esses objetivos. Em 1998, a Federal Trade Commission baseada nas Fair Information Practice Principles (FIPPs)¹¹ propôs cinco princípios básicos de proteção de privacidade, e dentre os

¹¹ Em 1973, o comitê consultivo do governo dos Estados Unidos propôs um conjunto de princípios para proteção de dados pessoais, a denominada Fair Information Practice Principles (FIPPs). Esse foi o primeiro documento dos Estados Unidos que deu suporte às leis e à criação de frameworks de diversos países. As FIPPs são fruto do

princípios expõe sobre a escolha e consentimento do titular em relação aos dados, tal como o direito de escolher entre opções a forma como seus dados podem ser usados, regulamentando os regimes de *opt-in* ou *opt-out*. O regime *opt-in* requer que o usuário confirme a permissão da coleta e/ou uso dos dados, enquanto o regime *opt-out* requer afirmações para impedir a coleta ou uso desses dados nos ambientes digitais (UNITED STATES, 1998).

No entanto, quando o ambiente é *online*, a *Privacy Online: A Report to Congress* ao descrever os Fair Information Practice Principles Generally, enfatiza que o consentimento pode ser exercido clicando em caixas de diálogo, que indica a decisão do usuário em relação à coleta, uso e compartilhamento de seus dados, ainda, esse ambiente deve apresentar novas possibilidades de interação além do paradigma *opt-in/opt-out*, pois os titulares dos dados podem especificar suas preferências quanto ao uso de suas informações antes de fazer uso ou entrar no *site* (UNITED STATES, 1998).

Em relação às caixas de diálogo, Bioni (2020) ressalta que essa estratégia é uma forma do usuário externar o seu consentimento e exercer de forma amistosa o controle sobre seus dados pessoais. Normalmente essas caixas de diálogos são vinculadas ao uso de *cookies*, que representa um meio de coleta e compartilhamento de dados mais comuns em *sites* e, que, de acordo Pierson e Heymancom (2011) é a ferramenta de coleta de informação de identificação pessoal que demonstra o maior risco em relação ao nível de consciência sobre privacidade.

Cookies podem ser definidos como uma informação que é passada entre um servidor de *internet* e o navegador de um usuário, e por meio dessa informação, que geralmente é uma *string* de texto, é possível que empresas tenham conhecimento sobre a navegação dos usuários na Internet (CUNNINGHAM, 2002).

Para McKinley (2010) os cookies fornecem quatro principais vantagens para o desenvolvedor do *site*: armazenam dados de sessão, credenciais de *login*, dados de personalização e permitem rastrear as atividades de usuários. Pierson e Heyman (2011) reforçam que um cookie ao ser capaz de armazenar a interação entre o usuário e o *site* melhora a experiência de navegação e a torna personalizada, no entanto, essa atividade além de gerar ameaças de privacidade incorpora a perda de controle do usuário em relação aos dados coletados.

estudo ao longo dos anos de várias agências governamentais dos Estados Unidos, Canadá e Europa para investigar como entidades coletam e usam informações pessoais, denominadas de “Práticas de informação” (UNITED STATES, 1998).

Devido os *cookies* serem enviados automaticamente, essa atividade se torna muito discreta para o usuário, assim, o caráter implícito dos *cookies* é um recurso opaco para usuários que não têm noção dessa atividade, uma vez que não é um fator de percepção do contexto e, essa falta de percepção do uso de *cookies*, desabilita todas as outras ações para capacitar os usuários em relação ao controle de sua privacidade (PIERSON; HEYMANCOM, 2011). Para Affonso (2018, p. 232) “[...] o usuário pode ter a ciência de que há a coleta de *cookies*, pois está explícito nas políticas de privacidade; no entanto, não está perceptível o que representa, semanticamente, o conteúdo dos *cookies*, o que torna o usuário insciente sobre a coleta”.

Diante do exposto, observa-se que a tecnologia de *cookies* se torna elemento facilitador para a coleta de dados de interação do usuário nos *sites* e que, para minimizar quebras de privacidade e atender às regulamentações de proteção de dados pessoais, faz se necessário do uso de consentimento do usuário, fator determinante para que esses tenham consciência sobre a coleta, uso e compartilhamento de seus dados.

Em maio de 2020, o EDPB adotou diretrizes para conformidade com o GDPR que estabelecem o que constitui consentimento válido para processamento de dados pessoais na União Europeia. Nessas diretrizes fica explícito que o *aviso de cookie* não está autorizado a declarar que a navegação ou rolagem contínua em seu domínio será considerado um consentimento para o uso de *cookies* que processam dados pessoais, pois esta não é uma forma válida de consentimento amparada pelo GDPR, como também o uso de "*cookies walls*"¹² como forma de obter consentimento (EUROPEAN DATA PROTECTION BOARD, 2020).

De acordo com as diretrizes da EDPB, o *aviso de cookies* do *site* deve ser interativo e o *site* deve conter-se em ativar quaisquer *cookies* que coletam dados pessoais, até que o usuário tenha selecionado quais categorias de *cookies* eles permitirão operar, conhecido como consentimento prévio. Também fica determinado que a utilização de caixas *opt-in* pré-assinaladas em avisos de *cookies* não está em conformidade com o GDPR, uma vez que também não cumpre o requisito de “ação clara e afirmativa”. Essa decisão também é determinada pela Court of Justice of the European Union (CJEU), visto que cumpre a exigência de que o consentimento deve ser uma ação afirmativa dada livremente.

¹² *Cookies walls* é quando o site utiliza de uma pop-up para informar sobre o uso de *cookies* no *site*, no entanto o usuário não tem a opção de rejeitar. A única maneira de visualizar o conteúdo é aceitar e prosseguir (HULSEBOS, 2011).

De acordo com essas determinações, o *site* não tem permissão para ativar *cookies* que processam dados pessoais, a menos que o usuário tenha dado seu consentimento claro e afirmativo para essa atividade. Desta forma, o *site* para estar em conformidade com os regulamentos de proteção de dados pessoais no âmbito de uso de *cookies* devem seguir as seguintes determinações:

- a) Não utilizar caixas de seleção pré-marcadas em seus avisos de *cookies*;
- b) A interação de rolar e navegar continuamente na página *Web* não é um consentimento válido e;
- c) Os *cookies wall* não são compatíveis para obtenção de consentimento do usuário.

No entanto, para estar em conformidade com as diretrizes do EDPB os *sites* devem considerar as seguir ações:

- a) O bloqueio automático de todos os *cookies* e rastreadores para consentimento prévio;
- b) A escolha granular e afirmativa de consentimento em situações diferentes, como escolha dos tipos de *cookies*;
- c) A descrição completa de *cookie* do provedor, finalidade, duração e tipo de cada *cookie*;
- d) Permitir uma maneira simples para que os usuários alterem ou retirem o consentimento, de acordo com sua vontade;
- e) Consentimento do usuário documentado de forma segura;
- f) Renovação automática do consentimento do usuário a cada seis meses.

A Figura 4 apresenta um tipo de aviso de *cookie* com características de compatibilidade com a GDPR e a com LGPD, pois permite opções de escolha para o usuário.

Figura 4 - Exemplo de aviso de *cookie*

Fonte: Infomoney (2023).

No exemplo da Figura 4, quando o usuário clica em configurar seus *cookies*, ele pode escolher entre as opções analíticas, promocionais, preferência e ainda, pode ter conhecimento dos detalhes sobre o uso dos *cookies* de cada item, a opção “funcionais” já vem pré-selecionada pelo *site*. Ao clicar em política de privacidade o usuário é direcionado para as informações dessa política. Percebe-se que o uso das políticas de privacidade, é outro recurso que os provedores de serviços *online* utilizam para disponibilizar informações a respeito das diretrizes da empresa a respeito do uso de dados e são usadas pelos usuários para supervisionar a maneira como esses dados pessoais são tratados pelas empresas (STEINFELD, 2016).

A autora reforça que as políticas de privacidade contêm informações que podem auxiliar os usuários na compreensão sobre os seus direitos e quais opções ele tem para controlar melhor o uso de seus dados, porém, é perceptível que as políticas de privacidade são ignoradas pelos usuários, pois raramente leem seu conteúdo. Isso devido à complexidade das frases utilizadas muitas vezes elaboradas com linguagem técnica de ordenamento jurídico, textos longos ou uso de linguagem vaga (STEINFELD, 2016), dificultando assim, a compreensão do usuário em relação à política, fator que pode acarretar a desmotivação pela leitura.

O fato é que sem o acesso, leitura e compreensão das políticas de privacidade, torna-se difícil para o usuário avaliar sobre o consentimento de seus dados para obter serviços (STEINFELD, 2016).

Nesse contexto, uma forma para incentivar os usuários a se tornarem cientes e informados sobre o uso de dados pessoais, a informação disponibilizada, precisa seja clara,

objetiva, completa e de fácil leitura e acesso, de forma que os usuários entendam quais dados são coletados, em que situações a coleta ocorre, se há compartilhamento de seus dados, onde são armazenados seus dados, quais terceiros fornecem dados à empresa, a finalidade da coleta de dados pela empresa, o tempo de armazenamento dos dados, se há exclusão de seus dados (INTERNETLAB, 2018), fazendo com que o consentimento do usuário em relação a coleta de dados ocorra de modo livre, informado e inequívoco, minimizando a insciência do usuário nesse processo.

2.5 Considerações finais

Neste capítulo foram resgatadas definições sobre consentimento, a fim de explicar as diferentes abordagens sobre a temática. A LGPD e o GDPR, definem o consentimento como uma manifestação livre, informada e inequívoca pela qual o titular dos dados concorda com o tratamento dos dados pessoais. Nessa perspectiva, os autores Bioni (2020); Colesky, Hoepman e Hillen (2016) e Faden e Beauchamp (1986) atrelam o consentimento como uma forma do titular dos dados ter o controle sobre dados pessoais, que é uma característica do consentimento informado, definido nas regulamentações de proteção de dados. Essa definição também é vista nas abordagens de Bechmann (2014); Bioni (2020); Doneda (2011) e Malheiro (2017), em que os autores alinham o consentimento informado como o direito de o usuário ter autonomia sobre seus dados, que está atrelado à autodeterminação informativa que é um princípio que a LGPD se demonstra preocupada em garantir.

Observou-se também nesta pesquisa, para que o consentimento ocorra de forma livre, o titular dos dados precisa exercer uma verdadeira escolha e não existir nenhuma consequência negativa importante se o consentimento for recusado, como exemplo, os downloads de aplicativos, explanado por Raposo (2018), em que no momento da instalação, muitos dos aplicativos solicitam autorização para acesso de dados, como localização, imagens, porém, caso o titular não conceda não é finalizada a instalação. Neste exemplo, nota-se a falta do direito de escolha do titular, requisito das regulamentações da proteção de dados, pois o titular tem o direito de consentir a coleta de seus dados de forma separada.

Notou-se neste capítulo, que nos ambientes *online*, o consentimento passou a ter um papel fundamental na solicitação da coleta de dados de usuários, em que o consentimento pode ser exercido clicando em caixas de diálogo, que indica a decisão do usuário em relação à coleta e normalmente essas caixas de diálogos são vinculadas ao uso de *cookies*, que para muitos

autores é uma preocupação, pois é um recurso de coleta de dados que pode ofuscar a percepção do usuário sobre o que de fato está sendo coletado.

Neste sentido, a informação passa a ter um papel essencial para manter o usuário ciente em relação ao tratamento de seus dados, indo desde a coleta, armazenamento, compartilhamento até o descarte de seus dados. Para isso, a informação disponibilizada precisa ser clara, objetiva e completa para todos os tipos de usuários.

Desta forma, levando em consideração as definições e preocupações em relação a proteção de dados pessoais, esta pesquisa considera consentimento na coleta de dados como requisito essencial para proteção de dados pessoais, pois por meio do consentimento é uma forma do usuário manter o controle sobre seus dados, possibilitando o usuário decidir sobre as atividades que serão realizadas com suas informações. O próximo capítulo explana sobre os elementos envolvidos com a coleta de dados por *cookies*.

3 ASPECTOS TÉCNICOS RELACIONADOS A COLETA DE DADOS POR *COOKIES*

Existem diversas tecnologias para coletar e armazenar dados, dentre essas tecnologias, encontram-se os *cookies*. *Cookies* é um bloco de texto que é enviado por um navegador, armazenando dados e salvando preferências, com isso, em cada visita o *site* pode fornecer um serviço personalizado, pois a cada acesso o navegador se lembra do bloco de texto que é armazenado no disco rígido do usuário (LIN; LOUI, 1998). Para Brain (2000), esse bloco de texto pode proporcionar uma melhor experiência ao usuário, por meio das informações que foram coletadas.

O termo *cookie* deriva de uma antiga gíria dos programadores, onde um programa solicita algo a um servidor e recebe de volta algo que provavelmente precise apresentar mais tarde para conseguir realizar alguma tarefa (TANENBAUM, 2003). Nesse contexto, o W3C define *cookie* como “dados enviados por um servidor da *Web* para um cliente da *Web*, para serem armazenados localmente pelo cliente e enviados de volta ao servidor em solicitações subsequentes.

Os *cookies* foram inventados pelo Engenheiro de Software da Netscape, Lou Montulli, em junho de 1994, com o propósito específico de lembrar interesses do usuário, como o conteúdo do carrinho de compras da *Web* (PIERSON; HEYMAN, 2011). Eles foram criados para estender uma limitação da tecnologia *Web*, pois as páginas da *Web* são apátridas, o que significa que elas não têm memória e não podem passar informações entre si, pois cada transição é distinta de outra, não apresentando uma memória para identificar alguém que está retornando no *site*.

Assim, os *cookies* acrescentaram memória ao protocolo Hypertext Transfer Protocol (HTTP), que é um protocolo de comunicação responsável pela comunicação dos dados da *Web*. Dessa forma, o uso de *cookies* permitiu acrescentar estados ao protocolo HTTP durante a navegação do usuário, facilitando a navegação para os usuários nos acessos a *sites*, sem ter que realizar a identificação em toda visita, o que poupa tempo e pode usufruir de visitas mais personalizadas ao mesmo *site* futuramente (HORMOZI, 2005).

A utilização das técnicas de *cookies* na Internet, para coleta e manipulação de perfis do usuário, procura atender as estratégias de *marketing* das corporações que financiam os provedores de serviços de tecnologias (LIN; LOUI, 1998). Neste sentido, o uso dos *cookies* permitiu uma interação *online* mais rápida e fácil, ou seja, uma experiência mais personalizada de navegação nas redes (SALESFORCE, 2022), garantindo o armazenamento de dados, sem que se tenha de repetir ações de *login* ou refazer operações já realizadas.

Embora os cookies possam conter informações estruturadas, como campos de dados específicos, eles geralmente não são considerados arquivos estruturados. Os cookies são vistos como arquivos de texto simples que contêm informações codificadas em pares de chave-valor. Cada cookie é composto por um nome e um valor associado, que são armazenados como texto simples. Esta pesquisa considera a definição de cookies como sendo arquivos de textos que armazenam dados para personalização de perfil do usuário.

Para Siebecker (2003), uma preocupação em relação aos *cookies* é a implantação e a coleta de informações pessoais, muitas vezes sem o consentimento do usuário. Essas informações pessoais permitem a construção de perfis detalhados do usuário, revelando padrões de acesso, preferências e características. E a maneira como o conhecimento das preferências pessoais e atividades privadas de um usuário podem ser usadas é outra preocupação.

Eichelberger (2011) ressalta que, a questão mais premente sobre *cookies*, é a preocupação com a privacidade do usuário, pois empresas *online* usam *cookies* para desenvolver perfis detalhados de usuários e seus hábitos de navegação por meio de dados coletados, podendo gerar um potencial abuso no uso desses dados.

Castells (2003, p. 139) enfatiza que “[...] a privacidade era protegida pelo anonimato da comunicação na Internet e pela dificuldade de investigar as origens e identificar o conteúdo de mensagens transmitidas com o uso de protocolos da Internet”. Entretanto, Magrani (2019) acredita que com o avanço das novas interfaces tecnológicas no mundo digital, maior o número de dispositivos conectados, e assim mais dados são produzidos e disponibilizados, apresentando um risco à privacidade, pois tudo o que fazemos na Internet deixa vestígios digitais, podendo afetar nossa privacidade (GRASSEGER; KROGERUS, 2017).

Os defensores da privacidade na Internet se opõem aos *cookies* por vários motivos. No artigo *Taking the Byte Out of Cookies: Privacy, Consent, and the Web* de Lin e Loui (1998), os autores relatam sobre o uso moral e da imoralidade dos *cookies*. Por um lado, defendem o uso de *cookie* pelas organizações quando os *cookies* são usados para personalização de *sites* e sistemas de pedidos *online*, pois nesse caso, a finalidade é para "fazer bons negócios" na *Web*, no qual há benefícios tanto para o *site* quanto para o usuário. Reforçam ainda que, os *cookies* são apenas uma ferramenta que é usada para coletar informações pessoais, não resultando necessariamente em uma violação de privacidade.

Quando o cliente vai com frequência a uma loja o vendedor passa a conhecer suas preferências e logo começa a ter um serviço personalizado, o cliente sai da loja com um nível de satisfação alto pensando em voltar devido ao atendimento que é oferecido naquela loja. Nesse caso, a coleta de informações realizadas por *cookies* nada mais faz do que imitar a memória do vendedor, um cliente repetido para a loja,

implicitamente consentiu em fazer o vendedor lembrar de suas preferências (LI; LOUI, 1998, p. 7, tradução e grifo nossos).

Por outro lado, os autores argumentam sobre a imoralidade dos *cookies* em relação a centralização de informações por parte da indústria de *marketing*:

O uso de *cookies* pela indústria de *marketing*-alvo para rastrear nosso comportamento na Internet é uma tentativa de centralizar informações pessoais. Seu objetivo inicial na coleta de informações é a centralização das informações. Os profissionais de *marketing*-alvo desenvolveram uma técnica para nos rastrear por toda a Internet, adicionando *cookies* aos avisos de anúncios em páginas da *Web*. Tais usos de *cookies* não parecem se encaixar dentro de uma proposta razoável de privacidade na *Web* (LIN; LOUI, 1998, p. 11, tradução e grifo nossos).

Os autores finalizam reforçando que “[...] o uso de *cookies* para rastrear usuários à medida que se movem de *site* para *site* é uma invasão antiética de privacidade. Tal uso viola nossa privacidade porque cria uma perda indesejável de anonimato e sigilo” (LIN; LOUI, 1998, p. 18, tradução e grifo nossos).

Mayer-Schönberger (1998) no seu artigo *The Internet and Privacy Legislation: Cookies for a Treat?* expõe motivos pelos quais os *cookies* são uma invasão de nossa privacidade e suas amplas implicações legais internacionais. O *cookie* é armazenado no computador do usuário sem seu consentimento ou conhecimento, “[...] podendo divulgar informações pessoais de usuários da *Web* desavisados a uma taxa inimaginável, violando uma série de normas nacionais e internacionais que foram projetadas para proteger dados pessoais” (MAYER-SCHÖNBERGER, 1998, p. 167, tradução e grifo nossos).

Ainda, o autor reforça que mesmo que exista um regime de proteção de dados com foco na restrição de acesso e transparência do usuário, quase todos os recursos e aspectos do conceito de *cookies* podem ser usados para violar os princípios da Diretiva da EDPB, pois os *cookies* tornam possível o acesso involuntário e automático aos dados pessoais do usuário, como exemplo, “[...] um servidor da *Web* pode definir um *cookie* para que um número quase ilimitado de outros servidores tenha acesso às informações de *cookies* também” (MAYER-SCHÖNBERGER, 1998, p. 168, tradução e grifo nossos).

No entanto, Cavalcanti (2021) vê que o risco na utilização de *cookies* se dá nos aspectos do nível de personalização que é gerada e com quais finalidades, além do rastreamento e aspecto que rompe todos os limites da privacidade. Para Odlyzko (2003) um fator que influencia a privacidade na Internet, está relacionado com falta de conhecimento, na maioria das vezes, sobre as práticas adotadas pelos *sites* sobre coleta dos *cookies*.

Freudiger, Vratonjic e Hubaux (2009) afirmam que por meio dos dados existentes nos *cookies* do computador do usuário, é possível extrair diversas informações, e assim as empresas conseguem ter um perfil mais personalizado do usuário, procurando oferecer produtos e ou promoções por meio dos dados coletados, no qual isso muitas vezes pode afetar a privacidade do usuário.

Neste contexto, para reorganizar as formas como os *sites* devem solicitar, coletar e armazenar consentimento de *cookies* para os titulares de dados, a LGPD e o GPDR juntamente com a Diretiva de Privacidade Eletrônica, desencadearam uma nova abordagem no âmbito da privacidade dos dados, o que determina uma mudança da política de *cookies*.

Esse processo de obter e armazenar dados é representado pelo CVD, definido por Sant'Ana (2013). Sant'Ana (2016) ao abordar sobre o CVD ressalta que a fase de Coleta envolve ações de planejamento relacionado aos meios de como serão obtidos, filtrados e organizados os dados que estarão no fluxo, definindo-se a estrutura, formato e meios de descrição a ser utilizada. Na fase de armazenamento considera atividades relacionadas ao processamento, transformação, inserção, migração, transmissão e toda e qualquer ação que vise à persistência dos dados em suporte digital. Todas as fases do CVD são permeadas por objetivos específicos, como: Privacidade, Integração, Direitos Autorais, Disseminação, Preservação e Qualidade (SANT'ANA, 2016).

No ambiente *Web*, o processo de coleta de dados se inicia quando o usuário (Ciclo de Vida dos Dados do Usuário – CVD Usuário) solicita uma página ao servidor *Web* (Ciclo de Vida dos Dados do Detentor – CVD Detentor de Dados). A interação do usuário com esse *site* se efetua a partir dos dados que ele fornece de forma explícita e implicitamente. A partir dessa coleta, os dados são armazenados e coletados novamente no momento de um novo acesso. Essa dinâmica é comum nas solicitações de acesso a sites que registram o consentimento da coleta por meio de *cookies*. Esses *cookies* quando aceitos, podem ficar armazenados no computador do usuário por um longo período, assim, enquanto eles permanecerem esses continuam coletando dados

Para Affonso e Sant'Ana (2018) nesse cenário, onde o usuário é alvo de fases de coleta pelos detentores de dados, o usuário é insciente em relação a muitos dados coletados por essa atividade.

De acordo com as regulamentações, essas solicitações realizadas pelas empresas detentoras de dados, sob consentimento, devem ser transparentes e ser apresentadas de forma clara e concisa, utilizando uma linguagem de fácil compreensão, e não induza o usuário a dar um consentimento ilegítimo.

Uma das mudanças mais notáveis introduzidas com a LGPD e Regulamento Europeu foi o aumento do número de avisos em *sites* solicitando consentimento para coleta de dados. Geralmente os avisos são apresentados na forma de avisos de *cookies*, que informa o usuário sobre utilização de *cookies* como instrumento de coleta de dados.

Nesta pesquisa foi possível observar o comportamento de alguns *sites* a esse respeito. Empresas como Microsoft, Mercado Livre, Casas Bahia dentre outras, informam ao usuário sobre coleta de dados, por meio dos avisos de *cookies*.

Para Araújo e Araújo (2020), “o informar” é uma das etapas mais importantes do processo de conformidade, uma vez que é por meio da informação que o usuário poderá ter insumos para eliminar toda e qualquer condicionante do seu consentimento e fornecê-lo de modo claro e livre.

É perceptível que o consentimento implícito é uma prática que infringe o princípio da transparência, sendo que o usuário deixa de participar ativamente da decisão de aceitar ou não *cookies* em seu dispositivo (ZANFIR-FORTUNA, 2013), por exemplo, os *cookies walls*.

Os *cookies walls*, ou parede de cookie, é uma forma dos *sites* negarem o acesso dos usuários se eles não consentirem com todos os *cookies* e rastreadores presentes neste *site*. Para Magrani (2019), os *cookies walls* é uma espécie de barreira que coloca o usuário em uma situação de “pegar ou largar”, em que ele deve optar por *cookies* de *marketing* e tecnologia de rastreamento semelhante ou ter o acesso totalmente negado ao *site* e seus serviços.

No entanto, as diretrizes do Conselho Europeu de Proteção de Dados, sobre o consentimento válido de maio de 2020, excluem os *cookies walls* como uma forma válida dos *sites* obterem o consentimento do usuário para o processamento de dados pessoais e o uso de *cookies*.

3.1 Cookies e os protocolos HTTP e HTTPS

Todos os rastros gerados pelos usuários por meio do acesso a um *website*, fazem parte do padrão de funcionamento da Internet, onde geralmente se faz um uso de protocolos de rede, armazenando informações básicas, mas também complexas e específicas da atividade de navegação. Como visto anteriormente, os servidores e navegadores da *Web* usam *cookies* para capturar essas informações para comunicações subseqüentes, para manutenção das seções dos protocolos HTTP e HTTPS.

Um Protocolo de Transferência de Hipertexto fornece a base para a *Web*, e os *cookies* são uma extensão ao HTTP armazenando memória ao protocolo para futuras requisições

(KRISTOL, 2001). O HTTP é um protocolo de transferência de conteúdos na rede, o que permite a comunicação entre navegadores e servidores. Ele atua na camada de aplicação do Transmission Control Protocol/Internet Protocol (TCP/IP), com a responsabilidade de realizar a comunicação e troca de dados (SHIFLETT, 2005).

A ação entre os *cookies* e o protocolo HTTP são baseados em dois processos: (1) é feita a armazenagem do cookie com determinadas informações no computador do usuário sem seu consentimento ou conhecimento. O servidor *Web* cria um *cookie* específico e o transmite para o computador do usuário. O navegador cria um arquivo com o *cookie* recebido, assim, as informações armazenadas são as preferências do usuário (2) o *cookie* é transferido do computador do usuário para um servidor *Web* nas próximas requisições do usuário contendo as informações pessoais (SHIFLETT, 2005).

A Request for Comments (RFC) 2109 especificou um padrão buscando normalizar algumas técnicas utilizadas para a manutenção da seção nas aplicações que utilizam o protocolo de comunicação HTTP, disponibilizadas na *Web* (KRISTOL; MONTULLI, 1997). Nela, encontra-se a seguinte estrutura de *cookie* para um cabeçalho resposta HTTP de uma requisição (FIGURA 5).

Figura 5 - Estrutura de atributos de resposta definida RFC 2109

| | | |
|------------|---|----------------------------------|
| set-cookie | = | "Set-Cookie:" cookies |
| cookies | = | 1#cookie |
| cookie | = | NAME "=" VALUE *("; " cookie-av) |
| NAME | = | attr |
| VALUE | = | value |
| cookie-av | = | "Comment" "=" value |
| | | "Domain" "=" value |
| | | "Max-Age" "=" value |
| | | "Path" "=" value |
| | | "Secure" |
| | | "Version" "=" 1*DIGIT |

Fonte: Kristol e Montulli (1997).

Pela sintaxe, o cabeçalho de resposta pode conter um ou mais *cookies*. O *Set-Cookie* representa o cabeçalho de resposta a uma requisição do navegador para definir o objeto, o sinal de igual "=" representa uma obrigatoriedade e o sinal de barra "|" uma opção para utilização de acordo com cada aplicação. Kristol e Montulli (1997) definem os demais pares desses atributos da seguinte forma:

O campo “*Name=Value*” contém o nome dado a um *cookie* enviado por um servidor específico. O qual irá identificá-lo entre outros em um mesmo domínio. *VALUE* contém os dados que o *cookie* é responsável por transmitir entre cliente e servidor. Os dados de valor podem ser textos claros, mas geralmente são criptografados ou ofuscados por razões de segurança e privacidade. Esse atributo é opcional, é utilizado para indicar as intenções do *site* no uso do *cookie*, ele é de interesse do *site* que o criou e não possui nenhum significado relevante para o navegador que está acessando-o.

O par “*Comment=value*” é usado para informar o usuário sobre as intenções do *site* no uso do *cookie*. O valor dessa informação contém uma *string* em linguagem natural para que o usuário possa visualizar e decidir iniciar ou continuar uma sessão por esse *cookie*.

O par “*CommentURL=hhttp_ULR*” é usado para informar o usuário sobre as intenções do *site* de uma forma mais completa e detalhada. O usuário pode acessar a informação identificada pela URL para decidir em iniciar ou continuar uma sessão por esse *cookie*.

Os dois pares delimitados podem ser usados para que o usuário tenha um maior controle sobre as informações que o *site* pode estar armazenando em *cookies*, estes podem ser usados para receber ou armazenar informações privadas de um usuário

O par “*Domain=value*”: identifica o servidor de origem do *cookie*. Isso permite que um navegador envie *cookies* de volta ao servidor adequado durante a comunicação subsequente. Também distingue *cookies* de terceiros.

O par “*Path=value*”: restringe quando um navegador envia um *cookie* de volta para um domínio. O valor no atributo *path* deve existir na URL do *site* que está sendo solicitado pelo navegador.

O par “*Max-Age=Value*”: Determina o tempo de vida de um *cookie* sendo um valor decimal inteiro. Quando este parâmetro receber valor igual a zero o *cookie* de sessão será expirado.

O atributo “*Secure*”: Diretiva de criptografia, quando ausente, indica que um *cookie* poderá transitar em um canal de comunicação inseguro. Esse atributo pode ser considerado como um aviso do *site* ao navegador, que indica a relevância das informações trocadas nessa sessão.

O par “*Version=value*” identifica a versão da especificação que o *cookie* obedece.

O atributo “*Expiry*”. O atributo de expiração contém uma sequência de datas anunciando quando o *cookie* deve ser invalidado. O valor no atributo *expiry* distingue a sessão e os *cookies* persistentes.

Somente os atributos “*NAME=VALUE*” e “*Version=value*” são obrigatórios no cabeçalho do *cookie*. O resto das informações são opcionais e podem ser omitidas.

O atributo “*Max-Age*” possui comportamento padrão de descartar o *cookie* quando o navegador termina. No comportamento padrão do campo “*Port*”, o *cookie* pode ser retornado a qualquer porta de requisição.

A RFC 2965 apresenta algumas alterações na RFC 2109, melhorando a segurança da sessão nas aplicações que utilizam o protocolo de comunicação HTTP (KRISTOL; MONTULLI, 2000). Nesta RFC, encontra-se a seguinte estrutura do *cookie* para um cabeçalho resposta de uma requisição (FIGURA 6).

Figura 6 - Estrutura de atributos definida pela RFC 2965

| | | |
|----------------------------|---|--|
| <code>set-cookie</code> | = | <code>"Set-Cookie2:" cookies</code> |
| <code>cookies</code> | = | <code>1#cookie</code> |
| <code>cookie</code> | = | <code>NAME "=" VALUE *("; set-cookie-av)</code> |
| <code>NAME</code> | = | <code>attr</code> |
| <code>VALUE</code> | = | <code>value</code> |
| <code>set-cookie-av</code> | = | <code>"Comment" "=" value</code> |
| | | <code>"CommentURL" "=" <"> http_URL <"></code> |
| | | <code>"Discard"</code> |
| | | <code>"Domain" "=" value</code> |
| | | <code>"Max-Age" "=" value</code> |
| | | <code>"Path" "=" value</code> |
| | | <code>"Port" ["=" <"> portlist <">]</code> |
| | | <code>"Secure"</code> |
| | | <code>"Version" "=" 1*DIGIT</code> |
| <code>portlist</code> | = | <code>1#portnum</code> |
| <code>portnum</code> | = | <code>1*DIGIT</code> |

Fonte: Kristol e Montulli (2000).

As principais alterações desta RFC demonstradas na Figura 6 estão no atributo “*cookie-av*”, pois busca melhorar alguns aspectos relativos a questões de segurança, tais como a opção: “*discard*”, “*portlist*” e “*portnum*”, possibilitando descartar ou bloquear um *cookie*. O atributo “*Discard*” informa para o navegador descartar o *cookie* quando ele terminar. Já o par “*Port [= portlist]*” restringe a porta a que um *cookie* pode ser retornado em um cabeçalho de requisição do *cookie*.

Para retornar o *cookie* ao seu *site* original, é necessário colocá-lo em um cabeçalho de requisição de *cookie* no envio de uma requisição HTTP pelo navegador para o *site*. A sintaxe desse cabeçalho é apresentada na Figura 7.

Figura 7 - Sintaxe do cabeçalho de requisição do *cookie*

| | | |
|-----------------------------|---|--|
| <code>cookie</code> | = | <code>"Cookie:" cookie-version 1*((";" ",") cookie-value)</code> |
| <code>cookie-value</code> | = | <code>NAME "=" VALUE [";" path] [";" domain] [";" port]</code> |
| <code>cookie-version</code> | = | <code>"\$Version" "=" value</code> |
| <code>NAME</code> | = | <code>Attr</code> |
| <code>VALUE</code> | = | <code>Value</code> |
| <code>path</code> | = | <code>Path" "=" value</code> |
| <code>domain</code> | = | <code>"\$Domain" "=" value</code> |
| <code>port</code> | = | <code>"\$Port" ["=" <"> value <">]</code> |

Fonte: Kristol e Montulli (1997).

Os elementos dessa sintaxe são os mesmos do cabeçalho de resposta, apresentado na Figura 5. Caso exista mais de um *cookie* na mesma requisição, eles deverão estar separados por vírgula, e seus atributos separados por ponto e vírgula (KRISTOL; MONTULLI, 1997). Esse padrão produzido pelo grupo de trabalho da Rede de Kristol e Montulli de 1997, especifica que os *cookies* de terceiros não eram permitidos ou, pelo menos, não eram ativados por padrão. O RFC 2109 foi substituído pelo RFC 2965 em outubro de 2000.

O protocolo HyperText Transfer Protocol Secure (HTTSPs) é uma implementação do protocolo HTTP. Esse protocolo possui uma camada adicional, no qual oferece tipos de serviços de segurança que são conhecidos como Secure Sockets Layer e Transport Layer Security (SSL/TLS). Com esta camada tanto o envio quanto o recebimento das informações da sessão trafegam criptografadas, evitando assim a captura de dados durante a comunicação estabelecida entre o cliente e o servidor (PINTO, 2003). Esse protocolo foi aprovado pela RFC 2818 e publicado pela Internet Engineering Taks Force (IEFT) (RESCORLA, 2000).

Percebe-se que são diversos os atributos utilizados em um cabeçalho de *cookie*. Por meio dos valores registrados nesses atributos, os *cookies* podem ser classificados por tipo. Nesse sentido, a próxima seção detalha a classificação dos *cookies* por meio dos valores atribuídos.

3.2 Classificação dos *cookies*

Os *sites* podem utilizar diversos tipos de *cookies*, sendo comum encontrar nas respectivas políticas vários tipos de *cookies* elencados e as mais diferentes classificações. Para se classificar os *cookies* deve-se considerar o seu objetivo, a sua proveniência e o seu tempo de duração (THE COOKIE COLLECTIVE, 2019).

Segundo Cahn et al. (2016), existem dois tipos de *cookies*, os *First Party* e os *Third Party*. Os *First Party Cookies* são *cookies* colocados pelo domínio mostrado na barra de endereço no navegador, e são normalmente utilizados em aplicações de comércio eletrônico, permitindo, por exemplo, a persistência do carrinho de compras. Os *Third Party Cookies* são *cookies* colocados por um domínio que é diferente do que é mostrado na barra de endereço do navegador, são rotineiramente implantados por anunciantes *online* e aplicações de rastreamento, por exemplo, a Google Analytics e usa para monitorar e rastrear o comportamento *online*, pesquisas e *sites* visitados. São colocados em milhares de *sites* que pertencem à rede de publicidade com a finalidade de exibir publicidade "relevante" (LAUDON; TRAVER, 2019). Estes dois tipos de *cookies* dividem-se em duas subcategorias: *cookies* de sessão e *cookies* de persistência (WOJTOWICZ, 2013).

3.3 *Cookies* de sessão e persistente

Wojtowicz (2013) classifica os *cookies*, de acordo com sua finalidade, como família de *cookies* de navegador, no qual a primeira família listada pelo autor é a dos *cookies* técnicos, sendo subdivididos entre *cookie* de sessão e *cookie* persistente, nos quais destinam-se ao correto funcionamento de uma página na Internet. Segundo o autor, o *cookie* de sessão se desfaz cada vez que o navegador é fechado, ou seja, permanecem no computador do cliente somente enquanto ele está visitando o *site* da *Web*, um exemplo são os *cookies* em sistemas de *login* nos quais você não clicou em "lembrar de mim" (ROHR, 2010). Já o *cookie* persistente é utilizado para autenticar, rastrear e memorizar as informações sobre a sessão do navegador do usuário, permanecendo até a data programada para expirar, podendo durar meses ou até mesmo anos, pois são armazenados em um arquivo de texto no computador do cliente (GONÇALVES, 2007).

Os *cookies* de sessão são *cookies* temporários que só são armazenados no dispositivo de um usuário durante sua permanência em um determinado *site*, sua sessão. Normalmente, eles são usados para funções como manter os itens em seu carrinho de compras (COOKIEBOT, 2022).

Para Grande (2006), na *Web*, uma sessão pode ser considerada como o período em que ocorre uma transação entre o usuário e um *site*, e os *cookies* são utilizados para identificá-la e determinar sua existência, e esses *cookies* delimitam sessões de navegação, as quais são essenciais para existência de certos serviços *Web*. Por outro lado, os *cookies* persistentes, de acordo com os autores, um *cookie* persistente é um tipo de *cookie* que é armazenado no

dispositivo do usuário por um período mais longo do que os cookies de sessão. Ao contrário dos cookies de sessão, os cookies persistentes não são excluídos automaticamente quando a sessão do usuário termina ou quando o navegador é fechado.

Os cookies persistentes são usados para lembrar as preferências do usuário e fornecer uma experiência personalizada em um site, como lembrar o nome de usuário e senha de login, lembrar o idioma preferido do usuário ou lembrar o histórico de compras do usuário. Eles também são usados para rastrear a atividade do usuário em diferentes sessões e em diferentes sites, permitindo que os anunciantes e os proprietários de sites analisem e melhorem a experiência do usuário.

Os *cookies* persistentes têm um prazo de validade definido pelo site que os cria, podendo durar dias, semanas, meses ou até anos. Os usuários podem excluir os *cookies* persistentes manualmente a qualquer momento nas configurações do navegador.

Muitas vezes, os *cookies* persistentes, são "*cookies* necessários" e "*cookies* de preferência" que lidam com itens como *login* do usuário ou configurações de idioma em um *site*, mas também podem ser "*cookies* analíticos", "*cookies* de publicidade" e "*cookies* de mídia social" que permitem ações como perfis pessoais e *marketing online* direcionado (COOKIEBOT, 2022).

Para Araújo (2003), os *cookies* persistentes é um tipo de *cookie* que armazena conjunto de dados para uso posterior ou como forma de personalizar serviços, direcionando-os conforme o perfil de cada usuário. Esses *cookies* só deveriam armazenar informações básicas dos usuários, no entanto, em consequência dos diversos serviços oferecidos pelos provedores, eles acabam armazenando informações de grande importância, tanto para usuário como para as empresas (PALMER, 2008).

Segundo Cavalcanti (2021), os *cookies* permanentes estabelecem ações como "*Expire*" e "*Max-Age*", ou seja, possuem datas de validade e duração, permitindo acesso contínuo do navegador ou mesmo de terceiros, além de alguns *sites* utilizarem os *cookies* de persistência de forma bastante avançada, armazenando informações muitas vezes não fornecidas diretamente pelo usuário, mas após análise do seu comportamento durante a navegação, independente da atividade do usuário no momento da captação dos dados (TOUBIANA; NARAYANAN; BONEH, 2010).

3.4 Cookies de terceiros

Hoofnagle et al. (2012, p. 276, tradução nossa) destacam que os *cookies* de terceiros “[...] podem ser próprios, ou seja, gerenciados pelo respectivo *site* que o usuário acessa. Podem ainda ser de terceiros, quando gerenciados por um *site* diferente do acessado”. Nesse contexto, os autores explicam que ao acessar o “site A”, o sujeito pode interagir com *cookies* de navegador do mesmo *site*, mas também do “site B”, do “site C” e por aí em diante, pois os *cookies* de terceiro fornecem os padrões de navegação dos usuários a empresas ou sujeitos que não guardam relação com seu acesso.

Para Queiroz (2011), os *cookies* de terceiros se originam de relacionamentos entre diversos domínios e serviços oferecidos entre eles, ou seja, são *sites* que mantêm relação comercial com o *site* utilizado pelo usuário. A maior parte destes *cookies* são gerenciados por corporações especializadas em *marketing* digital, publicidade ou grandes bancos de dados privados de usuários. São utilizados pelos *sites* acessados como fonte para propagandas ou buscas direcionadas (AVELINO, 2019).

Os *cookies* de terceiros podem ser pertencentes a uma plataforma de mídia social, que rastreiam e monitoram o comportamento dos usuários em um *site*, seu acesso habilitado, por exemplo, pela implementação de um "botão de compartilhamento" ou um "comentário" no *site* principal local na rede Internet (COOKIEBOT, 2022).

A lei sobre *cookies* exige que os usuários devem receber informações sobre o uso de *cookies* para poderem consentir ou reter o consentimento. Mesmo que não haja requisitos específicos de como esta informação deve ser dada, existe um acordo de que diferentes tipos de *cookies* podem ser classificados em grupos, de acordo com sua finalidade. Assim, para estar em conformidade com o GDPR, plataformas de gerenciamentos categorizam os *cookies* conforme seu objetivo. A Cookiebot (2022) categoriza os *cookies* de acordo com quatro objetivos: necessário, preferência, estatístico e *marketing*.

3.5 Categoria dos cookies

3.5.1 Cookies estritamente necessários

Cookies necessários são, na maioria das vezes, do próprio *site* (originais) e importantes para serem ativados o tempo todo para que seu domínio funcione corretamente. Na maioria das vezes, são *cookies* de sessão que duram apenas o tempo da visita do usuário ao seu *site*. Apenas

os *cookies* estritamente necessários podem ser incluídos na lista para serem isentos do consentimento de *cookies* do GDPR (COOKIEBOT, 2022), no entanto, é importante dar aos usuários a oportunidade de entender esses *cookies* e as razões pelas quais eles são usados.

Esse tipo de *cookie* é fundamental para o funcionamento do *site*, pois permitem que o usuário navegue por meio do *site*, deixando o *site* acessível às várias funcionalidades sem intercorrências, proporcionando a operacionalização de funções básicas como a navegação na página e o acesso a suas áreas seguras (INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE, 2012). Portanto, sem eles é praticamente impossível efetuar tarefas básicas, por exemplo, ter uma cesta de compras num *site* de comércio eletrônico, ou manter os requisitos mínimos de segurança do site (THE COOKIE COLLECTIVE, 2019).

Os *cookies* estritamente necessários geralmente são usados para armazenar um identificador exclusivo para gerenciar e identificar o usuário como exclusivo para outros usuários que atualmente visualizaram o *site*, a fim de fornecer um serviço consistente e preciso ao usuário. O *Guia de cookies* da Câmara de Comércio Internacional do Reino Unido (ICC UK Cookies), lista alguns exemplos das funcionalidades dos *cookies* necessários, tais como:

- a) Lembrar ações anteriores (por exemplo, o usuário inseriu texto ou compras adicionadas a "carrinhos") ao navegar de volta para uma página na mesma sessão;
- b) Gerenciar e passar tokens de segurança para diferentes serviços dentro de um *site* para identificar o status do visitante (por exemplo, conectado ou não);
- c) Manter tokens para a implementação de áreas seguras do *site*;
- d) Encaminhar os clientes para versões/aplicações específicas de um serviço, como pode ser usado durante uma migração técnica;
- e) *Cookies* de sessão de reprodução de conteúdo multimídia (como *cookies flash player*) durante a duração de uma sessão;
- f) Carregar *cookies* de sessão de balanceamento durante a duração de uma sessão;
- g) *Cookies* de compartilhamento de conteúdo de *plug-in* social de terceiros (para membros de uma rede social que já fizeram *login*) que não rastreiam usuários (INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE, 2012).

O International Chamber of Commerce (2012) reforça ainda que esses *cookies* não serão usados para coletar informações que possam ser usadas para comercialização ao usuário e nem para lembrar as preferências do cliente.

3.5.2 Cookies de preferência

Os *cookies* de preferência, também conhecidos como “*cookies* de funcionalidade”, é um tipo de *cookie* que registra as preferências do usuário, ou seja, lembram as escolhas do usuário, como configurações de idioma ou moeda. Com esses *cookies* é possível que um *site* “lembre” ao usuário, ao retornar no *site*, as preferências em um próximo acesso, tornando-o mais funcional e prático de usar (COOKIEBOT, 2022), pois com base nas informações coletadas é possível fornecer recursos mais personalizados e permitir ao usuário não repetir as suas preferências a cada acesso (INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE, 2012). Alguns exemplos das funcionalidades dos *cookies* de preferências apresentadas pelo International Chamber of Commerce (2012, p. 12, tradução nossa) são:

- Lembrar as alterações que o usuário fez no tamanho do texto, fontes e outras partes das páginas da *Web* que o usuário pode personalizar. Eles também podem ser usados para fornecer serviços que o usuário solicitou, como assistir a um vídeo.
- Lembrar de uma escolha como não ser solicitado novamente para preencher um questionário;
- Detectar se um serviço já foi oferecido, por exemplo, ao oferecer um tutorial sobre futuras visitas ao *site*;
- Fornecer informações para permitir que um serviço opcional funcione, como oferecer uma sessão de bate-papo ao vivo [...]

3.5.3 Cookies estatísticos

Os *cookies* estatísticos geralmente vêm de serviços de terceiros, por exemplo, software de análise que é implementado no *site*. Esses *cookies* coletam informações sobre como os visitantes usam um *site*, por exemplo, para quais páginas os visitantes vão com mais frequência e se recebem mensagens de erro de páginas da *Web*. Esses *cookies* não coletam informações que identificam um visitante, pois todas as informações coletadas por esses *cookies* são agregadas e, portanto, anônimas. Assim, o único objetivo do *cookie* é captar os dados estritamente necessários para a análise e a partir daí utilizar para otimizar as funções do *site*.

Análises da *Web* que usam *cookies* para coletar dados para melhorar o desempenho de um *site* se enquadram nessa categoria. Por exemplo, eles podem ser usados para testar projetos e garantir que uma aparência e sensação consistentes seja mantida para o usuário. Outros exemplos incluem (INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE, 2022, p. 11, tradução nossa):

- Taxas de resposta a anúncios em que os dados são usados exclusivamente para calcular taxas de resposta (taxas de clique) para melhorar a eficácia da publicidade

comprada em um *site* externo ao *site* de destino. Se o mesmo *cookie* for usado para redirecionar anúncios em um *site* de terceiros, isso ficaria fora da categoria de estatístico.

- Gerenciar erros de medição apresentados em um *site*, normalmente isso será para apoiar a melhoria do serviço ou o gerenciamento de reclamações e, geralmente, estará intimamente ligado à análise da *Web*.

3.5.4 *Cookie de marketing*

Os *cookies* de *marketing* quase sempre vêm de empresas terceirizadas de tecnologia ou publicidade com a finalidade de servir anúncios aos seus usuários ou coletar dados pessoais para fins de *marketing* futuros (COOKIEBOT, 2022). Esses *cookies* são usados para fornecer anúncios mais relevantes para usuários e seus interesses. Eles também são usados para limitar o número de vezes que o usuário vê um anúncio, bem como ajudar a medir a eficácia das campanhas publicitárias. Geralmente os *cookies* de *marketing* são colocados por redes de publicidade com a permissão do operador do *site* (INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE, 2022).

3.5.5 *Considerações finais*

Neste capítulo, foram explanados conceitos vinculados aos aspectos técnicos que abarcam o contexto do consentimento na coleta de dados por meio de *cookies*.

Percebe-se que o uso de técnicas computacionais para controle, captura e armazenamento de dados não é recente. Atreladas a essas técnicas vêm a preocupação com a proteção de dados, pois essas técnicas são programadas para coleta de informações pessoais, muitas vezes sem o consentimento do usuário, revelando padrões de acesso, preferências e características do usuário. No entanto, a atividade de correlação desses dados pode passar imperceptível para o usuário, tornando-o insciente sobre o processo que envolve os seus dados. Dessa forma, a ausência da percepção sobre este processo, pode propiciar uma falta de controle sobre seus dados.

Embora exista uma intenção pela substituição dos *cookies*, essa ação está sendo adiada a cada ano. O plano é substituir os *cookies* de terceiros, que facilitam o rastreamento de pessoas *online* e a criação de perfis de comportamento *online*, por outra tecnologia de coleta de dados menos invasiva.

Os *cookies* nesta pesquisa foram estudados como forma de explicitar a insciência do usuário por falta de informação sobre o que é exatamente coletado por *cookies*. Desta forma,

com a possível substituição dos *cookies* de terceiros e a implantação de novos recursos para coleta de dados, surgem novas oportunidades de pesquisa nessa temática.

Visto que o consentimento é um meio de proteger dados pessoais e minimizar questões voltadas à quebra de privacidade, busca-se no próximo capítulo verificar como o consentimento tem sido tratado por pesquisadores na coleta de dados. Assim, por meio de revisão sistemática da literatura são elucidados o escopo e as principais características abordadas em cada trabalho recuperado, como também os dados resultantes da coleta e análise dos documentos.

4 PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS: CONSENTIMENTO NA COLETA DE DADOS

O consentimento nas questões vinculadas a coleta de dados como meio de proteção da privacidade tem se tornado aspecto relevante para que segmentos atendam às regulamentações de proteção de dados. Em razão das novas diretrizes impostas pelas regulamentações sobre o consentimento na coleta de dados, evidencia-se nesta seção como o consentimento na coleta de dados tem se efetivado nas pesquisas científicas, buscando identificar modelos, técnicas e informações relevantes que possam contribuir para o estudo dessa temática. Para tanto, apresenta-se o resultado da revisão sistemática da literatura, conduzida com base no protocolo de Kitchenham (2004), apresentado no item 1.8.2 dos procedimentos metodológicos desta pesquisa.

Neste capítulo, estão descritas as atividades realizadas nessa revisão, que envolve: identificação da pesquisa; seleção de estudos; verificação da qualidade; extração dos dados; síntese dos dados e as discussões.

4.1 Resultados e discussões da revisão sistemática da literatura

As buscas foram realizadas por meio da aplicação da sequência de consulta da base de dados *Scopus* para os termos “*consent*” AND “*privacy*” AND “*data protection*” no mês de dezembro de 2021, obtendo um total de 321 estudos.

Após a realização da busca de documentos na *Scopus*, as informações de cada documento foram armazenadas em planilhas; assim, foram armazenados os 321 documentos, para que fosse possível o processo de seleção de acordo com os critérios de inclusão e exclusão estabelecidos na metodologia.

Após a leitura dos resumos, introduções e conclusões dos 321 documentos, seguindo os critérios de inclusão e exclusão definidos na metodologia deste trabalho, considerou-se como resultado para análise apenas o corpus de trabalhos que abordaram o termo consentimento em algum ambiente digital na fase de coleta de dados. Assim, obteve-se como resultado 65 documentos que foram incluídos, representando 20,25% dos estudos analisados e 256 trabalhos que foram excluídos, por não estarem de acordo com as expectativas e objetivos do estudo em questão.

Percebeu-se que a quantidade de pesquisas voltadas para o contexto do consentimento na coleta de dados em ambientes digitais ainda é a minoria. Esse cenário pode contribuir para a falta de consciência do usuário sobre as ameaças à privacidade presentes neste processo.

Para demonstrar, após a leitura dos 65 trabalhos a qualidade de cada um deles, foi utilizada uma escala binária: “sim” ou “não”, baseado nos critérios de qualidade de Dyba, Dingsoyr e Hanssen (2007). A avaliação da qualidade dos trabalhos foi aplicada para orientar a interpretação dos resultados de análise e síntese dos dados (KITCHENHAM, 2004), de modo a evitar qualquer interpretação errônea dos resultados.

Os critérios utilizados para verificação da qualidade dos trabalhos foram os seguintes:

- a) O documento é baseado em pesquisas ou é apenas um relatório de “lições aprendidas” com base na opinião de especialistas?
- b) Os objetivos da pesquisa foram definidos de forma clara?
- c) Existe uma descrição adequada do contexto em que a pesquisa foi realizada?
- d) O projeto de pesquisa é apropriado para resolver os objetivos da pesquisa?
- e) Existe uma descrição clara de resultados?
- f) O estudo representa valor para pesquisa ou prática?

Nessa avaliação todos os trabalhos atenderam os critérios estabelecidos. Dessa forma, o Quadro 4 apresenta a seleção dos trabalhos incluídos nesta pesquisa.

Quadro 4 - Trabalhos que abordam consentimento na coleta de dados em ambientes digitais

| Documentos que abordam consentimento na coleta de dados em sites | |
|---|---|
| Art. | Título (AUTOR, ano) |
| 1 | <i>Privacy-aware cloud ecosystems: Architecture and performance</i> (BARATI; RANA, 2020) |
| 2 | <i>A smart contract-based dynamic consent management system for personal data usage under GDPR</i> (MERLEC et al., 2021) |
| 3 | <i>Cookie Banners, What's the Purpose? Analyzing Cookie Banner Text through a Legal Lens</i> (SANTOS et al., 2021b) |
| 4 | <i>Data protection by design in the context of smart cities: A consent and access control proposal</i> (DAOUDAGH et al., 2021) |
| 5 | <i>This Website Uses Nudging: MTurk Workers' Behaviour on Cookie Consent Notices</i> (BERMEJO FERNANDEZ et al., 2021) |
| 6 | <i>Analyzing gdpr compliance of named data networking</i> (TRAN et al., 2021) |
| 7 | <i>User valuation of secrecy Framing based on General Data Protection Regulation (GDPR) users</i> (ANNAM et al., 2021) |
| 8 | <i>Contextuality and Intersectionality of E-Consent: A Human-centric Reflection on Digital Consenting in the Emerging Genetic Data Markets</i> (HUMAN; KAZZAZI, 2021) |
| 9 | <i>Drivers and Obstacles for the Adoption of Consent Management Solutions by Ad-Tech Providers</i> (PESCH, 2021) |
| 10 | <i>Representing Consent and policies for Compliance</i> (BONATTI; SAURO; LANGENS, 2021) |
| 11 | <i>Privacy Cloud Services: Are We There Yet?</i> (MARIKYAN et al., 2021) |
| 12 | <i>Data Protection and Competition Law Enforcement in the Digital Economy: Why a Coherent and Consistent Approach is Necessary</i> (WIEDEMANN, 2021) |
| 13 | <i>Disposable identities; Enabling trust-by-design to build more sustainable data driven value</i> (ISOHANNI et al., 2021) |

| | |
|----|---|
| 14 | <i>No to cookies: Empowering impact of technical and legal knowledge on rejecting tracking cookies</i> (STRYCHARZ et al., 2021) |
| 15 | <i>A Pseudonymisation Protocol with Implicit and Explicit Consent Routes for Health Records in Federated Ledgers</i> (PEDROSA; ZUQUETE; COSTA, 2020) |
| 16 | <i>Caring for intimate data in fertility technologies</i> (MEHRNEZHAD; ALMEIDA, 2021) |
| 17 | <i>Dark patterns and the legal requirements of consent banners: An interaction criticism perspective</i> (GRAY et al., 2021) |
| 18 | <i>Where is our data? A Blockchain-based Information Chain of Custody Model for Privacy Improvement</i> (SILVA; GARCIA, 2021) |
| 19 | <i>Health information systems (HIS) privacy restrictions for GDPR: Assessing initial impacts perceived by patients and healthcare professionals</i> (CARVALHO et al., 2021) |
| 20 | <i>AP2I: Adaptive PII Scanning and Consent Discovery System</i> (FUGKEAW et al., 2021) |
| 21 | <i>Lightweight blockchain-based platform for GDPR-compliant personal data management</i> (DAUDEN-ESMEL et al., 2021) |
| 22 | <i>Exploiting the blockchain to guarantee GDPR compliance while consents evolve under data owners' control</i> (CALANI; DENAR LEPORATI, 2021) |
| 23 | <i>A fait accompli? An empirical study into the absence of consent to third-party tracking in Android apps</i> (KOLLNIG et al., 2021) |
| 24 | <i>Share first, ask later (or never?) Studying violations of GDPR's explicit consent in Android apps</i> (NGUYEN et al., 2021) |
| 25 | <i>Transparency and consent in data-driven smart environments</i> (KOOLEN, 2021) |
| 26 | <i>Accept All: The Landscape of Cookie Banners in Greece and the UK</i> (KAMPANOS; SHAHANDASHTI, 2021) |
| 27 | <i>The Right to Customization: Conceptualizing the Right to Repair for Informational Privacy</i> (TAMÒ-LARRIEUX et al., 2021) |
| 28 | <i>Consent Management Platforms Under the GDPR: Processors and/or Controllers?</i> (SANTOS et al., 2021a) |
| 29 | <i>AI Ethics: Algorithmic Determinism or Self-Determination? The GPDR Approach</i> (MILOSSI et al., 2021) |
| 30 | <i>A human-centric perspective on digital consenting: The case of GAFAM</i> (HUMAN; CECH, 2021) |
| 31 | <i>K-anonymous crowd flow analytics</i> (STANCIU et al., 2020) |
| 32 | <i>Consent for targeted advertising: the case of Facebook</i> (DE; IMINE, 2020) |
| 33 | <i>Designing privacy preserving data sharing middleware for internet of things</i> (GHAYYUR et al., 2020) |
| 34 | <i>Measuring the Emergence of Consent Management on the Web</i> (HILS; WOODS; BÖHME, 2020) |
| 35 | <i>Circumvention by design - Dark patterns in cookie consent for online news outlets</i> (SOE et al., 2020) |
| 36 | <i>Design and Implementation of a Blockchain-Based E-Health Consent Management Framework</i> (AGBO; MAHMOUD, 2020) |
| 37 | <i>Protecting patient privacy in digital health technology: The Dutch m-Health infrastructure of Hartwacht as a learning case</i> (WIERDA et al., 2020) |
| 38 | <i>Collecting Survey and Smartphone Sensor Data with an App: Opportunities and Challenges Around Privacy and Informed Consent</i> (KREUTER et al., 2018) |
| 39 | <i>Extracting Layered Privacy Language Purposes from Web Services</i> (HJERPPE; RUOHONEN; LEPPANEN, 2020) |
| 40 | <i>The effect of privacy choice in cookie notices on consumers' perceived fairness of frequent price changes</i> (SCHMIDT; BORNSCHEIN; MAIER, 2020) |
| 41 | <i>The impact of transparency on mobile privacy decision making</i> (BETZING et al., 2020) |
| 42 | <i>Synchronous and Asynchronous Learning Methods under the light of General Data Protection Regulation</i> (MOUGIAKOU; PAPADIMITRIOU; VIRVOU, 2020) |
| 43 | <i>ColoT: A consent and information assistant for the IoT</i> (CUNCHE; MÉTAYER; MOREL, 2020) |
| 44 | <i>Transparency by design in data-informed research: A collection of information design patterns</i> (ROSSI; LENZINI, 2020) |
| 45 | <i>Enabling data sovereignty for patients through digital consent enforcement</i> (APPENZELLER et al., 2020) |
| 46 | <i>Accept - Maybe - decline: Introducing partial consent for the permission-based access control model of android</i> (MOMEN; BOCK; FRITSCH, 2020) |
| 47 | <i>How privacy-enhancing technologies are transforming privacy by design and default: Perspectives for today and tomorrow</i> (SROUJI; MECHLER, 2020) |

| | |
|----|--|
| 48 | <i>A dynamic intelligent policies analysis mechanism for personal data processing in the iot ecosystem</i> (DEMERTZIS; RANTOS; DROSATOS, 2020) |
| 49 | <i>Do cookie banners respect my choice?: Measuring legal compliance of banners from IAB europe's transparency and consent framework</i> (MATTE; BIELOVA; SANTOS, 2020) |
| 50 | <i>Australian Aboriginal and Torres Strait Islander Collections of Genetic Heritage: The Legal, Ethical and Practical Considerations of a Dynamic Consent Approach to Decision Making</i> (PRICTOR et al., 2020) |
| 51 | <i>Cookies: a legacy of controversy</i> (JONES, 2020) |
| 52 | <i>Policy concerning the http cookies</i> (STOJANOV, 2020) |
| 53 | <i>Ad tech in a data privacy world</i> (PILAVCI; WRIGHT, 2020) |
| 54 | <i>Purposes in IAB Europe's TCF: Which Legal Basis and How Are They Used by Advertisers?</i> (MATTE; SANTOS; BIELOVA, 2020) |
| 55 | <i>Algorithmic systems: The consent is in the detail?</i> (GIANNOPOULOU, 2020) |
| 56 | <i>GDPR-Compliant Personal Data Management: A Blockchain-Based Solution</i> (TRUONG et al., 2020) |
| 57 | <i>Access Control Model Extensions to Support Data Privacy Protection based on GDPR</i> (DAVARI; BERTINO, 2019) |
| 58 | <i>Digital contracts and the loss of privacy (Between the data protection regulation and the new directive or the supply of digital contents)</i> (BARRÓN ARNICHES, 2019) |
| 59 | <i>Characterising third party cookie usage in the EU after GDPR</i> (HU; SASTRY, 2019) |
| 60 | <i>Authenticated and privacy-preserving consent management in the internet of things</i> (LAURENT et al., 2019) |
| 61 | <i>Mobile apps for people with dementia: Are they compliant with the general data protection regulation (GDPR)?</i> (MUCHAGATA; FERREIRA, 2019) |
| 62 | <i>ADvoCATE: A consent management platform for personal data processing in the IoT using blockchain technology</i> (RANTOS et al., 2019a) |
| 63 | <i>Collateral damage of Facebook third-party applications: a comprehensive study</i> (SYMEONIDIS et al., 2018) |
| 64 | <i>Blockchain-based consents management for personal data processing in the IoT ecosystem</i> (RANTOS et al., 2019b) |
| 65 | <i>New initiatives and approaches in the law of cookies in the EU</i> (RÓZENFELDOVÁ; SOKOL, 2018) |

Fonte: Elaborado pela autora.

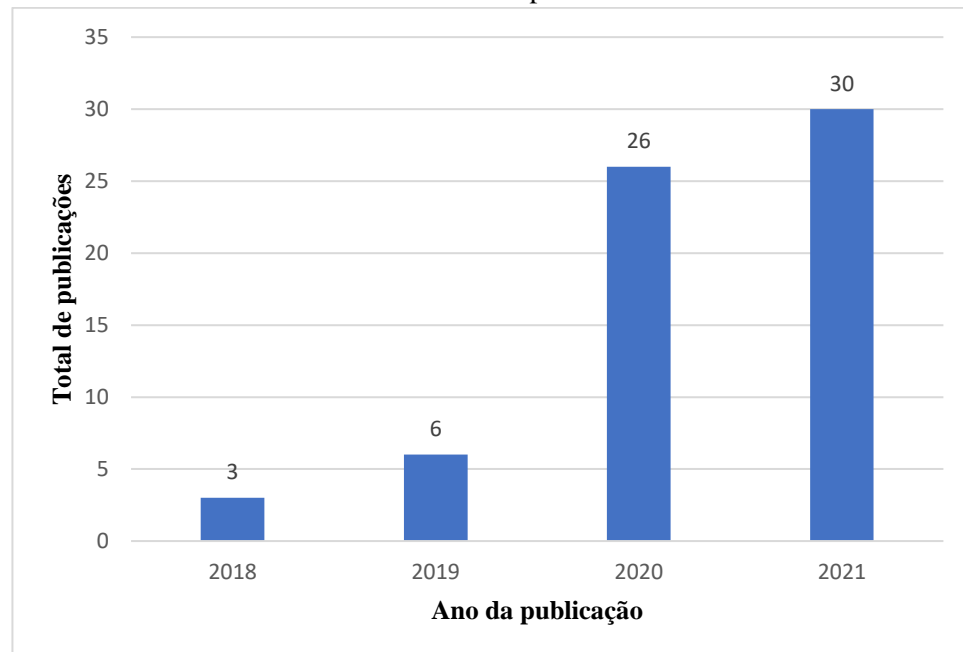
Os critérios de avaliação contribuem para justificar a inclusão dos trabalhos na amostra para ser analisada. Os objetivos dos trabalhos foram definidos de forma clara e concisa, facilitando o atendimento às questões de pesquisa dessa revisão. O contexto em que o consentimento foi aplicado está explícito em 100% dos trabalhos, o que permite identificar cenários que carecem de atenção às questões de coleta de dados *online*.

Também foi possível analisar as publicações, levando em consideração o ano em que os artigos foram publicados. A Figura 8 ilustra o ano de publicação dos trabalhos e a quantidade de artigos publicados. Observa-se que o ano de 2021 destacou-se com o número maior de publicações, com um total de 30 trabalhos. Já no ano de 2018, ano em que o GDPR foi atualizado, teve somente três trabalhos publicados, levando em consideração os critérios de inclusão desse trabalho apresentado no Quadro 3.

A Figura 8 inclui a linha de tendência, linear, entre as variáveis Total de Publicações por Ano e Ano de Publicação.

Figura 8 - Quantidade de publicações em cada ano

Fonte: Elaborado pela autora.



Observou-se que as pesquisas se apresentaram com um crescimento linear em relação ao total de publicações, isso pode estar relacionado com o aprofundamento do tema ao longo dos anos. Para destacar o escopo e a característica de cada trabalho, realizou-se a leitura dos documentos que compuseram o *corpus* da literatura selecionada, a fim de encontrar elementos conceituais vinculados às questões de consentimento na coleta de dados em ambientes digitais.

Por meio da sumarização dos trabalhos selecionados, foi possível determinar as variáveis para a caracterização dos trabalhos na síntese dos resultados (Quadro 5). Dessa forma, a estrutura é composta com os seguintes atributos: origem, fonte, tipo de documento, área de pesquisa, além dos campos contexto (em que o trabalho foi aplicado), Aplicação (foco dos estudos – no qual divide os estudos em dois cenários: modelo ou análise), modelo (modelo desenvolvido para gerenciamento da coleta de dados), tecnologia (tecnologia utilizada para desenvolvimento dos modelos) e análise (a análise aplicada sobre o cenário do consentimento na coleta de dados).

Quadro 5 - Sistematização dos trabalhos recuperados

| Art. | País | Fonte | Tipo de documento | Área de pesquisa | Contexto | Aplicação | | |
|------|----------------------------------|---|-------------------|------------------------------------|-------------------------------|---|---------------------|-------------------------|
| | | | | | | Sistema desenvolvido | | Análise |
| | | | | | | Modelo | Tecnologia | |
| 1 | Reino Unido | <i>Concurrency and Computation: Practice and Experience</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | Provedor de serviços em nuvem | Plataforma para gerenciamento de dados pessoais | Blockchain | Não explícito |
| 2 | Coreia do Sul | <i>Sensors</i> | Artigo | Ciência da Computação e Engenharia | Sistema <i>online</i> | Plataforma para gerenciamento de dados pessoais | Blockchain | Não explícito |
| 3 | Luxemburgo, Holanda, Reino Unido | <i>WPES 2021 - Proceedings of the 20th Workshop on Privacy in the Electronic Society, co-located with CCS 2021</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | <i>Sites</i> | Não explícito | Não explícito | <i>Banner de cookie</i> |
| 4 | Itália e Espanha | <i>Sensors</i> | Artigo | Ciência da Computação | Ambientes inteligentes | Modelo de arquitetura de consentimento | Computação em nuvem | Não explícito |
| 5 | Hong Kong e Finlândia | <i>Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction</i> | Artigo | Ciência da Computação | <i>Sites</i> | Não explícito | Não explícito | <i>Banner de cookie</i> |
| 6 | Estados Unidos | <i>ICN 2021 - Proceedings of the 2021 8th ACM Conference on Information-Centric Networking</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | Provedor de serviços em nuvem | Modelo de arquitetura de consentimento | Protocolos de rede | Não explícito |
| 7 | Índia | <i>Proceedings of the 3rd International Conference on Inventive Research in Computing Applications, ICIRCA 2021</i> | Artigo em evento | Eletrônica | <i>Sites</i> | Não explícito | Não explícito | Coleta de dados |
| 8 | Áustria | <i>Proceedings - 2021 IEEE European Symposium on Security and Privacy Workshops, Euro S and PW 2021</i> | Artigo em evento | Sistemas de Informação | <i>Sites</i> | Não explícito | Não explícito | Coleta de dados |
| 9 | Áustria | <i>Proceedings - 2021 IEEE European Symposium on Security and Privacy Workshops, Euro S and PW 2021</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | <i>Sites</i> | Não explícito | Não explícito | Consentimento |
| 10 | Itália e Bélgica | <i>Proceedings - 2021 IEEE European Symposium on Security and Privacy Workshops, Euro S and PW 2021</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | <i>Sites</i> | Linguagem de política de uso de dados | Algoritmos | Não explícito |
| 11 | Reino Unido, | <i>Proceedings - 15th IEEE International Conference on Service-Oriented System Engineering, SOSE 2021</i> | Artigo em evento | Engenharia | Provedor de serviços em nuvem | Plataforma para gerenciamento de dados pessoais | Blockchain | Não explícito |
| 12 | Alemanha | <i>IIC International Review of Intellectual Property and Competition Law</i> | Artigo | Ciência da Computação | Aplicativos | Não explícito | Não explícito | Coleta de dados |

| | | | | | | | | |
|----|-----------------------------|--|------------------|--------------------------|-------------------------------|---|---------------|-------------------------------------|
| 13 | Bélgica | <i>Proceedings of the 2021 IEEE International Conference on Cyber Security and Resilience, CSR 2021</i> | Artigo em evento | Segurança da Informação | Aplicativos | Não explícito | Não explícito | <i>Banner de cookie</i> |
| 14 | Holanda | <i>Computers in Human Behavior</i> | Artigo | Ciência da Computação | <i>Sites</i> | Não explícito | Não explícito | Coleta de dados |
| 15 | Portugal | <i>IEEE Journal of Biomedical and Health Informatics</i> | Artigo | Segurança da Informação | <i>Sites</i> | Protocolo de pseudonimização | Não explícito | Não explícito |
| 16 | Reino Unido e Suécia | <i>Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | Aplicativos | Não explícito | Não explícito | Avisos de privacidade |
| 17 | Estados Unidos | <i>Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | <i>Sites</i> | Não explícito | Não explícito | <i>Design</i> de análise do usuário |
| 18 | Brasil | <i>Proceedings of the 2021 IEEE 24th International Conference on Computer Supported Cooperative Work in Design, CSCWD 2021</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | <i>Sites</i> | Modelo de Cadeia de Custódia de Informações | Blockchain | Não explícito |
| 19 | Brasil e Portugal | <i>International Journal of Reliable and Quality E-Healthcare</i> | Artigo | Ciência da Computação | <i>Sites</i> | Não explícito | Não explícito | Questionário de pesquisa |
| 20 | Tailândia | <i>KST 2021 - 2021 13th International Conference Knowledge and Smart Technology</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | <i>Sites</i> | Ferramenta de detecção de consentimento | Algoritmos | Não explícito |
| 21 | Espanha | <i>2021 IEEE 5th International Conference on Cryptography, Security and Privacy, CSP 2021</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | <i>Sites</i> | Plataforma para gerenciamento de dados pessoais | Blockchain | Não explícito |
| 22 | Reino Unido | <i>CEUR Workshop Proceedings</i> | Artigo | Ciência da Computação | Provedor de serviços em nuvem | Plataforma para gerenciamento de dados pessoais | Blockchain | Não explícito |
| 23 | Itália | <i>CEUR Workshop Proceedings</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | Aplicativos | Não explícito | Não explícito | Consentimento |
| 24 | Reino Unido e Bélgica | <i>Proceedings of the 17th Symposium on Usable Privacy and Security, SOUPS 2021</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | Aplicativos | Não explícito | Não explícito | Consentimento |
| 25 | Alemanha | <i>Proceedings of the 30th USENIX Security Symposium</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | Ambientes inteligentes | Não explícito | Não explícito | Consentimento |
| 26 | Bélgica | <i>European Data Protection Law Review</i> | Artigo | <i>Marketing</i> | <i>Sites</i> | Não explícito | Não explícito | <i>Banner de cookie</i> |
| 27 | Estados Unidos | <i>IFIP Advances in Information and Communication Technology</i> | Artigo | Informação e Comunicação | <i>Sites</i> | Framework de consentimento | Algoritmos | Não explícito |
| 28 | Holanda, Dinamarca e França | <i>Lecture Notes in Computer Science</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | <i>Sites</i> | Não explícito | Não explícito | Consentimento |

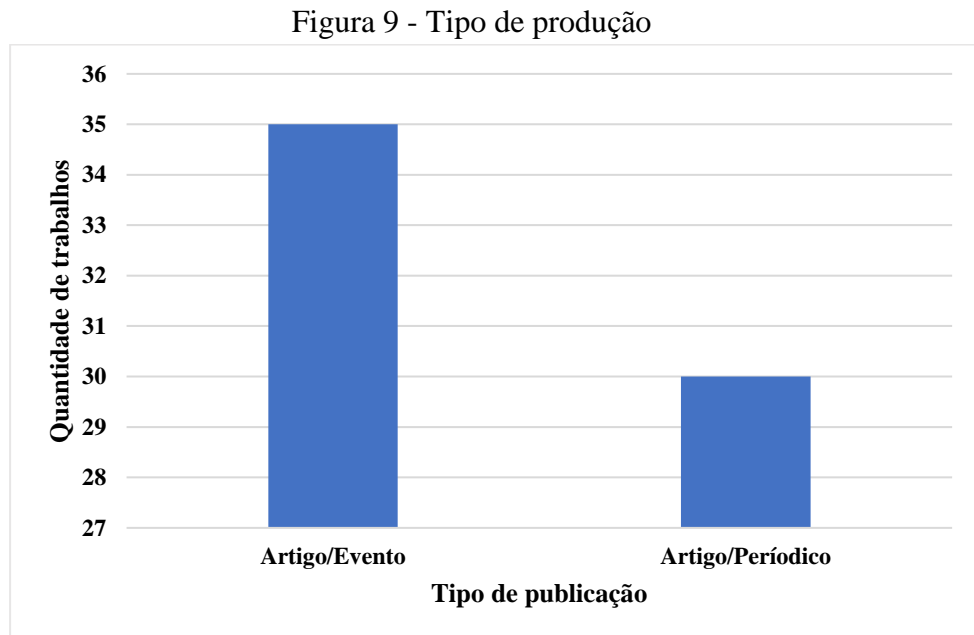
| | | | | | | | | |
|----|---------------------------|--|------------------|------------------------|---------------------|--|---------------|-------------------------|
| 29 | Grécia | <i>IEEE Access</i> | Artigo | Sistemas da Informação | <i>Sites</i> | Modelo de arquitetura de consentimento | Algoritmos | Não explícito |
| 30 | Áustria | <i>Smart Innovation, Systems and Technologies</i> | Artigo em evento | Sistemas da Informação | <i>Sites</i> | Não explícito | Não explícito | Consentimento |
| 31 | Holanda e Romênia | <i>PervasiveHealth: Pervasive Computing Technologies for Healthcare</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | Aplicativos | Técnica de anonimato | Sensores | Não explícito |
| 32 | Índia e França | <i>AI and Society</i> | Artigo | Administração | Rede social | Não explícito | Não explícito | Consentimento |
| 33 | Estados Unidos | <i>DATA 2020 - Proceedings of the 3rd Workshop on Data Acquisition To Analysis, Part of SenSys 2020, BuildSys 2020</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | Internet das coisas | Ferramenta para análise de dados | Algoritmos | Não explícito |
| 34 | Áustria | <i>Proceedings of the ACM SIGCOMM Internet Measurement Conference, IMC</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | <i>Sites</i> | Não explícito | Não explícito | Consentimento |
| 35 | Noruega | <i>PervasiveHealth: Pervasive Computing Technologies for Healthcare</i> | Artigo em evento | Sistemas da Informação | <i>Sites</i> | Não explícito | Não explícito | <i>Banner de cookie</i> |
| 36 | Canadá | <i>Conference Proceedings - IEEE International Conference on Systems, Man and Cybernetics</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | <i>Sites</i> | Framework de consentimento | Blockchain | Não explícito |
| 37 | Holanda | <i>BMJ Innovations</i> | Artigo em evento | Medicina | Aplicativos | Não explícito | Não explícito | Consentimento |
| 38 | Alemanha e Estados Unidos | <i>Social Science Computer Review</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | Aplicativos | Não explícito | Não explícito | Coleta de dados |
| 39 | Finlândia | <i>Proceedings - 5th IEEE European Symposium on Security and Privacy Workshops, Euro S and PW 2020</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | Serviços digitais | Ferramenta de análise de dados | Algoritmos | Não explícito |
| 40 | Alemanha | <i>Psychology and Marketing</i> | Artigo | <i>Marketing</i> | <i>Sites</i> | Não explícito | Não explícito | Coleta de dados |
| 41 | Alemanha | <i>Electronic Markets</i> | Artigo | Sistemas de Informação | Aplicativos | Não explícito | Não explícito | Coleta de dados |
| 42 | Grécia | <i>11th International Conference on Information, Intelligence, Systems and Applications, IISA 2020</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | Plataformas online | Não explícito | Não explícito | Coleta de dados |
| 43 | França | <i>WiSec 2020 - Proceedings of the 13th ACM Conference on Security and Privacy in Wireless and Mobile Networks</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | Internet das coisas | Aplicativo para gerenciamento de dados coletados | Algoritmos | Não explícito |
| 44 | Luxemburgo | <i>Computer Law and Security</i> | Artigo | Ciência da Computação | Pesquisas online | Não explícito | Não explícito | Coleta de dados |

| | | | | | | | | |
|----|-------------------|---|------------------|--|-------------------------------|--|------------------------|---|
| 45 | Alemanha | <i>PervasiveHealth: Pervasive Computing Technologies for Healthcare</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | Sistema <i>online</i> | Protótipo para gerenciamento do consentimento de dados | Algoritmos | Não explícito |
| 46 | Suécia e Alemanha | <i>Proceedings of ACM Symposium on Access Control Models and Technologies, SACMAT</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | Aplicativos | Protótipo para gerenciamento do consentimento de dados | Algoritmos | Não explícito |
| 47 | França | <i>Journal of Data Protection and Privacy</i> | Artigo | Administração | Tecnologias | Não explícito | Não explícito | Análise da privacidade por <i>design</i> e padrão |
| 48 | Grécia | <i>Big Data and Cognitive Computing</i> | Artigo | Ciência da Computação | Internet das coisas | Framework para gerenciamento do consentimento do usuário | Aprendizado de máquina | Não explícito |
| 49 | França e Portugal | <i>Proceedings - IEEE Symposium on Security and Privacy</i> | Artigo | Direito | <i>Sites</i> | Não explícito | Não explícito | <i>Banner de cookies</i> |
| 50 | Austrália | <i>Journal of Law, Medicine and Ethics</i> | Artigo | Saúde | Plataforma <i>online</i> | Ferramenta para gerenciamento de dados por usuários | Não explícito | Não explícito |
| 51 | Estados Unidos | <i>Internet Histories</i> | Artigo | Ciência da Computação | Tecnologias | Não explícito | Não explícito | Estudo dos <i>cookies</i> |
| 52 | Bulgária | <i>Ikonomicheski Izsledvania</i> | Artigo | Economia | Tecnologias | Não explícito | Não explícito | Estudo dos <i>cookies</i> |
| 53 | Reino Unido | <i>Journal of Data Protection and Privacy</i> | Artigo | Ciência da Computação | Tecnologia | Não explícito | Não explícito | Consentimento |
| 54 | França | <i>Lecture Notes in Computer Science</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | Consentimento | Não explícito | Não explícito | Estudo jurídico do framework (TCF) |
| 55 | Holanda | <i>Internet Policy Review</i> | Artigo | Ciência da Computação | Aplicativos | Não explícito | Não explícito | Consentimento |
| 56 | Reino Unido | <i>IEEE Transactions on Information Forensics and Security</i> | Artigo | Ciência da Computação e Ciência de Dados | Provedor de serviços em nuvem | Plataforma de gerenciamento de dados pessoais | Blockchain | Não explícito |
| 57 | Índia | <i>2019 IEEE International Conference on Big Data (Big Data)</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | Tecnologias | Modelo para verificação de conformidade | Blockchain | Não explícito |
| 58 | Espanha | <i>Cuadernos Europeos de Deusto</i> | Artigo | Ciências Humanas | Contrato Digital | Não explícito | Não explícito | Coleta de dados |
| 59 | Reino Unido | <i>WebSci 2019 - Proceedings of the 11th ACM Conference on Web Science</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | <i>Sites</i> | Não explícito | Não explícito | Coleta de dados |
| 60 | França | <i>Procedia Computer Science</i> | Artigo | Ciência da Computação | Internet das coisas | Modelo de arquitetura de consentimento | Algoritmos | Não explícito |

| | | | | | | | | |
|----|------------|--|------------------|-----------------------|---------------------|--|---------------|---|
| 61 | Portugal | <i>HEALTHINF 2019 - 12th International Conference on Health Informatics, Proceedings; Part of 12th International Joint Conference on Biomedical Engineering Systems and Technologies, BIOSTEC 2019</i> | Artigo em evento | Saúde | Aplicativos | Não explícito | Não explícito | Conformidade dos aplicativos com o GDPR |
| 62 | Grécia | <i>Lecture Notes in Computer Science</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | Internet das coisas | Plataforma de gerenciamento de consentimento | Blockchain | Não explícito |
| 63 | Bélgica | <i>Computers and Security</i> | Artigo | Tecnologia e Economia | Rede social | Não explícito | Não explícito | Coleta de dados |
| 64 | Grécia | <i>ICETE 2018 - Proceedings of the 15th International Joint Conference on e-Business and Telecommunications</i> | Artigo em evento | Ciência da Computação | Internet das coisas | Modelo de arquitetura de consentimento | Blockchain | Não explícito |
| 65 | Eslováquia | <i>IDIMT 2018: Strategic Modeling in Management, Economy and Society - 26th Interdisciplinary Information Management Talks</i> | Artigo | Ciência da Computação | Sites | Não explícito | Não explícito | Análise das leis de <i>cookies</i> |

Fonte: Elaborado pela autora.

A partir dos dados recuperados dos documentos e demonstrados no Quadro 5, realizou-se as representações gráficas e a análise dos resultados. Primeiramente, verificou-se os tipos de formatos de publicação que mais prevaleceram no *corpus* de documentos. Em sua maioria, os documentos foram frutos de trabalhos de eventos (*proceedings paper*), totalizando 53,84% dos documentos, enquanto artigos publicados em periódicos resultaram em 50,76 (FIGURA 9).

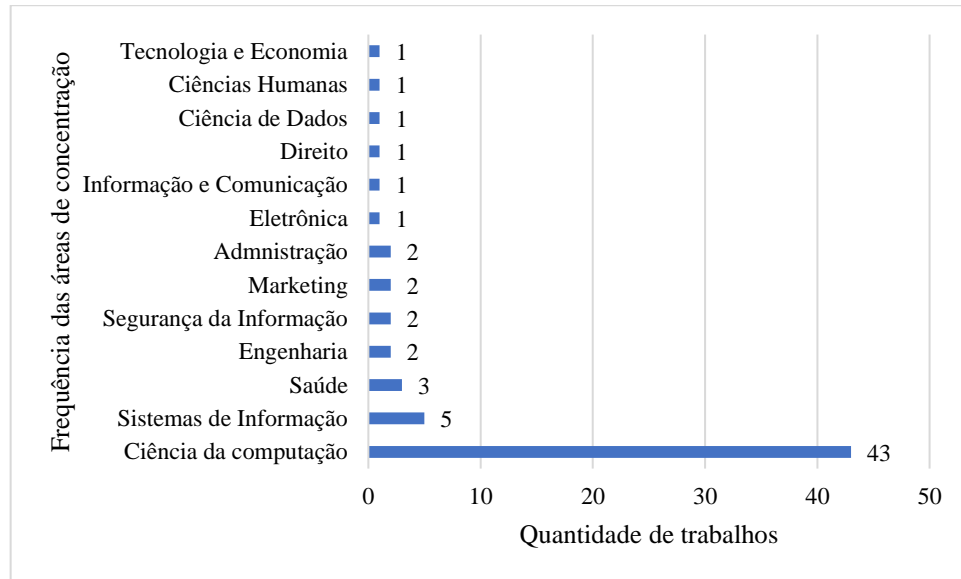


Fonte: Elaborado pela autora.

A Figura 9 destaca a visibilidade dos trabalhos publicados em eventos, sendo a área da Ciência da Computação com maior frequência de publicação neste formato. Esta área destaca-se também na quantidade de trabalhos, com 43 publicações, conforme Figura 10, sendo a maior concentração no ano de 2021, com 16 publicações neste ano.

O *IEEE European Symposium on Security and Privacy Workshops, Euro S and PW* foi o evento que reuniu mais publicações de trabalhos. Este evento ocorre anualmente na Europa e recebe trabalhos de diversos países com foco em pesquisas em Segurança de Computadores e Privacidade Eletrônica e reuni pesquisadores e profissionais da área.

Figura 10 - Frequência das áreas de pesquisas nas quais os documentos estão vinculados



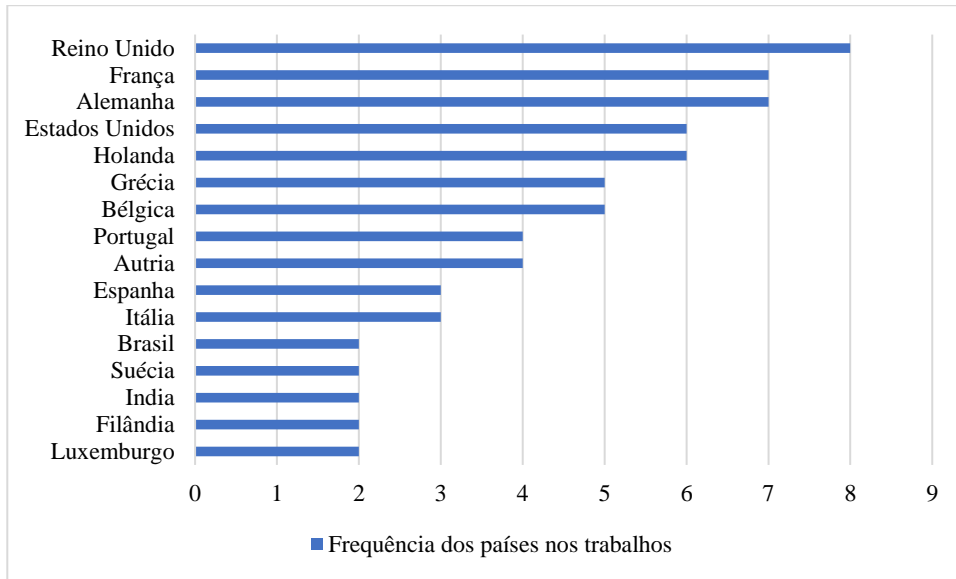
Fonte: Elaborado pela autora.

Esses resultados (Figura 10) indicam que as questões de consentimento em *sites* estão centradas nos modelos computacionais, portanto, possuem características mais tecnológicas, o que justifica a predominância da Ciência da Computação. Observa-se uma pequena participação de outras áreas de pesquisa em relação ao consentimento em *sites* no âmbito da coleta de dados, tais como Ciências Humanas, Administração, *Marketing* e Ciência de Dados, inclusive da ausência da Ciência da Informação. A justificativa para a carência de estudos na área da Ciência da Informação sobre essa temática na amostra coletada pode ser devido aos termos descritores estarem vinculados à computação e ao grande número de trabalhos com uso intenso de tecnologias para desenvolvimento de aplicações no âmbito do consentimento para a coleta de dados. Nesse sentido, a Ciência da Informação poderia contribuir para atender as necessidades da população em relação à proteção de dados pessoais, fornecendo pesquisas e métodos para minimizar a falta de conhecimento ou dificuldade para interpretar questões que compõem as mudanças relativas à proteção de dados.

A respeito da distribuição geográfica das instituições dos autores dos trabalhos analisados é possível ter um panorama das regiões de interesse sobre a temática em estudo.

No universo dos trabalhos recuperados, foram identificados 27 países que representam a origem das instituições onde os autores são afiliados. A Figura 11 apresenta a quantidade de trabalhos representados pelos países, para representação do resultado na Figura, foi considerado os países com número a partir de dois trabalhos.

Figura 11 - Frequência dos países nos trabalhos



Fonte: Elaborado pela autora.

O destaque do Reino Unido, França, Alemanha, Estados Unidos e Holanda nos trabalhos recuperados pode ser reflexo dos modelos de proteção que esses países já possuem. Por exemplo, o Reino Unido possui um Comissariado da Informação que disponibiliza em seu *site* diversas diretrizes sobre o Relatório de Impacto de Proteção de Dados (RIPD). Um RIPD descreve um processo projetado para identificar riscos provenientes do tratamento dos dados pessoais.

O Estados Unidos possui Leis setoriais que tratam especificamente de um determinado setor industrial como transação financeira, registros de crédito, prontuários médicos, comunicações, Leis Abrangentes que governam a coleta, o uso e a divulgação de informações pessoais nos setores público e privado com uma agência de fiscalização oficial e Modelo Autorregulamentado onde as empresas utilizam um código de prática por um grupo de empresas conhecido como entidades industriais. A França e Alemanha também utilizam o modelo das Leis Abrangentes (INSTITUTO AMBEV DE PREVIDÊNCIA PRIVADA, 2019).

Percebe-se que o Brasil ainda é alvo de poucas pesquisas nesse cenário, no resultado dessa revisão sistemática, aparece somente dois trabalhos. Ambos estão com foco em sistemas da área da saúde, a pesquisa *Health Information Systems (HIS) Privacy Restrictions for GDPR: Assessing Initial Impacts Perceived by Patients and Healthcare Professionals* trabalho com um questionário de pesquisa para verificar o nível de conhecimento de usuários em relação às mudanças sobre as diretrizes que impactam a privacidade dos dados de usuários. Já o trabalho *Where is our data? A Blockchain-based Information Chain of Custody Model for Privacy Improvement* foi desenvolvido uma cadeia de custódia para rastreamento de dados de usuários

do sistema utilizando a tecnologia *Blockchain*. Talvez o baixo número de publicações no Brasil nesta temática se dê pelo fato da LGPD ser recente no país e as empresas estarem se adequando às novas diretrizes de tratamento de dados pessoais, pois notou-se que crescimento do número das pesquisas foram evoluindo ao longo que os estudos sobre o tema foram aprofundados, o que é uma oportunidade para ampliar os estudos sobre essa temática nesse país, principalmente devido ao crescimento do uso de tecnologias digitais no Brasil nos últimos anos (AGÊNCIA BRASIL, 2022), e a procura de compras *online* por meio de *sites* de *e-commerce* (E-COMMERCE BRASIL, 2022) durante a Pandemia.

A respeito do contexto dos trabalhos o foco foi pesquisas em *sites*, com desenvolvimento de soluções utilizando tecnologias como *blockchain* e algoritmos. Essas soluções voltaram-se em sua maioria no desenvolvimento de plataformas de gerenciamento de dados pessoais e modelos para serem utilizados pelos ambientes digitais para controle da coleta de dados por meio do consentimento do usuário. A aplicação desses estudos se caracterizou em *sites* distintos como *site* de governo, repositório de dados, *sites* da área da saúde e *sites* educacionais, outros ambientes como aplicativos, sistemas *online*, redes sociais, sensores de coleta de dados também foram objeto de estudos, porém, com menos estudos, o que oferece oportunidades de pesquisas, pois as perspectivas sobre esses ambientes são múltiplas. Por exemplo, a ampla disseminação de dispositivos móveis inteligentes permite novas maneiras de coletar conjuntos de dados longitudinais em uma infinidade de cenários de saúde, o que pode aumentar a preocupação nas questões de proteção e privacidade dos dados (CAO et al., 2020).

Outros estudos como análises de “*Banners de Cookies*”, que totalizou em 6 trabalhos, “*Leis de Cookies*”, com dois trabalhos, e “*Pesquisas específicas sobre o uso de cookies na coleta de dados*”, também com dois trabalhos, fizeram parte da amostra dos trabalhos recuperados. Os trabalhos relacionados com os *Banners de cookies* tiveram foco em analisar o *design* do *Banner* que é disponibilizado pelos ambientes digitais, ou seja, se este está de acordo com as novas diretrizes do GDPR. Já os trabalhos sobre as *Leis de Cookies* se concentraram em esclarecer as possíveis maneiras como os dados pessoais de usuários podem ser tratados, por meio dos *cookies*, em sua interação com o ambiente digital. E nas pesquisas sobre o uso de *cookies* na coleta de dados pessoais em ambientes digitais trataram sobre os aspectos jurídicos do uso desse recurso nos ambientes.

Percebe-se, por meio destes resultados, que as questões de consentimento na coleta de dados estão centradas nos modelos computacionais, portanto, possuem características mais tecnológicas, o que justifica a predominância da Ciência da Computação. A respeito dos estudos estarem concentrados em *sites* pode ser fruto da ampliação do acesso à *Internet* durante a

pandemia, visto que, o número de publicações se concentra em meados de 2021, ano em que diversas atividades se concentraram de forma *online* e as regulamentações sobre proteção de dados foram atualizadas.

4.2 Considerações finais

Neste capítulo foi apresentado o interesse e a aplicabilidade na literatura sobre o contexto do consentimento na coleta de dados, por meio de uma revisão sistemática da literatura, uma vez que, o consentimento do usuário em relação a coleta de seus dados, para uso e tratamento de dados por parte das empresas, passou a ser requisito essencial após a atualização das diretrizes do GDPR e da implantação da LGPD no Brasil.

Nas análises realizadas, o consentimento aparece como estudo em diversos tipos de ambientes digitais, tais como aplicativos, *sites*, redes sociais com foco principal no desenvolvimento de sistemas e plataformas utilizando recursos tecnológicos como blockchain e algoritmos, para obter o gerenciamento dos dados coletados nesses ambientes. Estas pesquisas se concentraram nos países europeus, bem como as análises realizadas nos ambientes digitais convergem em países da Europa.

Interessante ressaltar a ciência da computação como a área de pesquisas na qual a maioria dos trabalhos estão vinculados, situação que indica oportunidade para outras áreas pesquisarem nesse contexto, visto que, a proteção de dados está envolvida em vários domínios. O fato de a Ciência da Computação estar em evidência, pode ser devido ao grande número de trabalhos vinculados com desenvolvimento de aplicações como forma de gerenciamento de consentimento por meio de tecnologias. Dessa forma, a área da área da Ciência da Informação, pelas suas características de interdisciplinaridade, pode contribuir significativamente ao investigar e aprofundar os estudos fornecendo pesquisas e métodos para minimizar a falta de conhecimento ou dificuldade para interpretar questões que compõem as mudanças relativas à proteção de dados. Neste contexto, essa revisão sistemática de literatura cumpre seu objetivo de evidenciar lacunas em pesquisas e de tirar conclusões gerais sobre algum fenômeno, que neste caso compreende a questão do consentimento na coleta de dados em ambientes digitais.

No próximo capítulo desta Tese, apresenta a coleta realizada nos *sites* para verificar a forma como os *sites* estão disponibilizando informações sobre a coleta de dados aos usuários.

5 DISPONIBILIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO: CONSENTIMENTO NA COLETA DE DADOS POR *COOKIES*

O consentimento nas questões vinculadas a coleta de dados como meio da proteção da privacidade tem se tornado aspecto relevante para que empresas atendam aos regulamentos de proteção de dados, uma vez que, o Regulamento (UE) 2016/679 declara que o consentimento deve ocorrer mediante declaração escrita, inclusive em formato eletrônico ou declaração oral para que ocorra a ação da coleta de dados. O regulamento detalha ainda que o consentimento pode ser dado validando uma opção ao visitar um *site* ou por meio de ação que indique claramente que o titular aceita o tratamento proposto com os dados pessoais.

Nas diretrizes, o Regulamento (UE) 2016/679 também evidencia que caso o tratamento sirva a vários fins, deverá ser realizado um consentimento para cada serviço. Regula também na consideração 32 que quando o consentimento para coleta de dados for solicitado durante um serviço eletrônico, ele deve ser claro e conciso, e não pode atrapalhar a utilização do serviço.

A LGPD exige que as organizações protejam os dados pessoais de seus usuários e obtenham o consentimento dos titulares dos dados antes de processar quaisquer informações. Para a LGPD o consentimento é necessário para que as empresas colem, utilizem e compartilhem dados pessoais. A lei também prevê a responsabilização das partes envolvidas caso não cumpram com as leis de proteção de dados.

Neste sentido, os serviços *online* estão tendo que rever a forma de tornar explícita o tratamento dos dados pessoais, assim, este capítulo explana as questões envolvidas na coleta de dados. Para tanto, realiza uma análise a partir da interpretação de políticas de privacidade; na disponibilização da informação sobre a coleta de dados, por meio dos avisos de consentimento de *cookies*, e mediante análise de *cookies* presentes nos *sites* de *e-commerce* estudados neste trabalho.

5.1 Resultados e discussões

Essa seção foi dividida em cinco partes: (1) descrição e características dos *sites* analisados; (2) a evidência do consentimento nas políticas de privacidade dos *sites* (2) a disponibilização da informação sobre a coleta de dados ao usuário (3) a menção dos *cookies* coletados pelos *sites* por meio das políticas de privacidade (5) a coleta dos *cookies* presentes nos *sites e-commerce*, utilizando a ferramenta Cookiebot.

5.1.1 Descrição e características dos sites analisados

Essa seção apresenta uma breve descrição sobre os *sites* analisados nesta pesquisa.

Mercado Livre¹³: O Mercado Livre é uma empresa de tecnologia que oferece serviços ligados principalmente ao comércio eletrônico e aos pagamentos digitais, há 21 anos. É uma empresa argentina de tecnologia, que opera em 19 países, como Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Equador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaraguá, Panamá, Paraguai, Peru, República Dominicana, Uruguai e Venezuela, para que pessoas e empresas possam comprar, vender, pagar, anunciar e enviar produtos por meio da Internet.

Os serviços oferecidos pelo Mercado Livre nos *sites* www.mercadolivre.com.br e www.mercadopago.com.br e seus aplicativos móveis foram projetados para formar um ecossistema que permita que as pessoas vendam, comprem, paguem, enviem produtos e realizem outras atividades comerciais com tecnologia aplicada.

Foi o *site* de *e-commerce* com maior número de acessos em março de 2022, foram mais de 299 milhões de acessos únicos (CONVERSION, 2022).

Americanas¹⁴: é uma empresa brasileira que atua principalmente no segmento de varejo. Fundada em 1929 no Rio de Janeiro, a companhia conta atualmente com mais de 3800 estabelecimentos físicos de venda em todo o Brasil, além de possuir o *e-commerce* Americanas.com, Shoptime e Submarino.

Amazon Brasil¹⁵: é uma empresa multinacional de tecnologia norte-americana com sede em Seattle, Washington. A companhia se concentra no *e-commerce*, computação em nuvem, streaming e inteligência artificial. É considerada uma das cinco grandes empresas de tecnologia do mundo.

Shopee¹⁶: é uma plataforma de comércio eletrônico de Singapura pertencente ao Sea Group, que é uma empresa global de Internet para o consumidor fundada em 2015. Expandiu seus serviços para a Malásia, Tailândia, Taiwan, Indonésia, Vietnã, Filipinas, México, Chile, Colômbia e Brasil.

¹³ Cf. www.mercadolivre.com.br.

¹⁴ Cf. <https://www.americas.com.br/>.

¹⁵ Cf. <https://www.amazon.com.br/>.

¹⁶ Cf. <https://shopee.com.br/>.

Magazine Luiza¹⁷: é uma empresa brasileira do setor do varejo. Fundada em 1957 na cidade de Franca, possui lojas físicas e *e-commerce*, seu modelo de negócio hoje caracteriza-se como uma plataforma digital com pontos físicos.

Aliexpress¹⁸: é um serviço de varejo *online* fundado em 2010, pertencente ao chinês Alibaba Group ou Grupo Alibaba. É um grupo de empresas com sede em Hangzhou, China, baseada em *e-commerce* na Internet, incluindo *sites online* de serviços de varejo e pagamento *online*, um motor de busca para compras e serviços de computação na nuvem centrados em dados.

Microsoft¹⁹: é uma empresa transnacional dos Estados Unidos com sede em Redmond, Washington, que desenvolve, fábrica, licencia, apoia e vende softwares de computador, produtos eletrônicos, computadores e serviços pessoais. Possui escritórios físicos espalhados pelo mundo e um *e-commerce* oferecendo todos os produtos da empresa para venda.

Casas Bahia²⁰: é uma rede de varejo de móveis e eletrodomésticos do Brasil, foi fundada em 1952, em São Caetano do Sul, São Paulo, onde se localiza a matriz. A rede é a maior varejista de eletrodomésticos e móveis do país, seu *e-commerce* abrange uma série de categorias tais como: móveis, eletrodomésticos, eletroportáteis, informática, bebê, saúde e beleza, esporte e lazer e brinquedos.

Netshoes²¹: é uma empresa brasileira de comércio eletrônico de artigos esportivos fundada em fevereiro de 2000 e adquirida pela Magazine Luiza em 2019. A Netshoes possui centros de distribuições no Brasil, e é responsável pela administração das lojas virtuais das marcas Puma, Havaianas, Globo Esporte, Oakley, Timberland, Topper e Kappa Mizuno.

5.1.2 Referência a consentimento na coleta de dados pessoais representados nas políticas de privacidade dos sites

O consentimento na coleta de dados passou a ser requisito fundamental para os *sites* obterem dados pessoais de usuários, principalmente após a LGPD entrar em vigor no Brasil e a atualização do GDPR.

¹⁷ Cf. <https://www.magazineluiza.com.br/>.

¹⁸ Cf. <https://pt.aliexpress.com/>.

¹⁹ Cf. <https://www.microsoft.com/pt-br/>.

²⁰ Cf. <https://www.casasbahia.com.br/>.

²¹ Cf. <https://www.netshoes.com.br/>.

Assim, com o objetivo de identificar como as políticas de privacidade dos *sites* têm referenciado as questões envolvidas com o consentimento na coleta de dados pessoais, o Quadro 6 apresenta especificamente a abordagem em relação à consentimento na coleta de dados pessoais. A sistematização deu-se pelos campos:

- a) **Site:** traz o *site* analisado, os 10 *sites* mais acessados no Brasil no mês de março de 2022, segundo o ranqueamento do *site* E-commerce Brasil, no qual houve a busca pela política de privacidade;
- b) **Menção ao consentimento:** Foi resgatado da política de privacidade de cada *site*, as menções sobre consentimento na coleta de dados;
- c) **Abordagem do consentimento:** Abordagem na qual o consentimento foi empregado nas políticas de privacidade, seguindo as definições dos autores relatadas no Capítulo 2, em que eles referenciam o consentimento como forma de conhecimento e/ou controle sobre seus dados. Dessa forma, a coluna “Abordagem do consentimento”, do Quadro 6 faz essa referência sobre a menção ao consentimento na política de privacidade.

Quadro 6 - Consentimento na coleta de dados representado nas políticas de privacidade dos *sites*

| <i>Site</i> | Menção ao consentimento | Abordagem do Consentimento |
|---------------|--|----------------------------|
| Mercado Livre | “Em algumas operações, podemos preferir requerer o seu consentimento . Nesses casos você será contactado previamente: Mediante o fornecimento de consentimento pelo titular (art. 7º, I da LGPD)”. | Controle |
| Americanas | 2. Definições importantes “Após dar o consentimento , você pode revogá-lo a qualquer momento. A revogação não cancela o tratamento realizado previamente”. | Controle |
| | 5. Por que solicitamos seus dados pessoais? “[...] o tratamento dos dados pessoais estará embasado no cumprimento de obrigação legal ou regulatória, na execução de contrato ou de procedimento contratual preliminar, no exercício regular de direitos em processo, no legítimo interesse ou no consentimento , encontrando fundamento em uma das bases legais previstas nos artigos 7º e 11º da LGPD”. | Conhecimento |
| | 8. Por quanto tempo armazenamos informações pessoais “Os dados pessoais tratados pela Americanas serão armazenados durante o tempo em que estiver vigente o contrato (art. 7º, inciso V da LGPD). Após o seu término, as informações do Cliente, incluindo dados pessoais de terceiros, serão armazenadas de acordo com as normas de prescrição do Direito brasileiro, salvo se o tratamento tiver como base o consentimento do titular, que poderá ser revogado a qualquer tempo”. | |
| | 9. Quais são os direitos do titular de dados? “VI - Eliminação dos dados pessoais tratados com o consentimento do titular”; “VIII - informação sobre a possibilidade de não fornecer consentimento e sobre as consequências da negativa”. “IX - Revogação do consentimento ”. | Controle |

| | | |
|----------------|---|--------------|
| Amazon.com.br | <p>Finalidades para as quais pedimos seu consentimento. “[...] podemos pedir o seu consentimento para tratar suas informações pessoais para uma finalidade específica que comunicamos a você. Quando você concorda com o tratamento de suas informações pessoais para uma finalidade específica, você pode revogar o seu consentimento a qualquer momento e nós pararemos de tratar seus dados para essa finalidade específica.</p> <p>Quando você concorda que tratemos suas informações pessoais para uma finalidade específica, você poderá revogar o seu consentimento a qualquer momento, e nós interromperemos o tratamento de seus dados para essa finalidade. Nós honramos as promessas que fazemos, e nunca mudaremos de forma substancial nossas políticas e práticas de modo que elas protejam menos as informações dos clientes coletadas no passado sem o consentimento dos clientes afetados.</p> | Controle |
| Shopee | <p>3.4 “Os Dados Pessoais também poderão ser divulgados: (i) para empresas do grupo da SHPP; e (ii) aos Prestadores de Serviços contratados pela SHPP ou que sejam integrantes do Sistema de Pagamento. Esses terceiros somente poderão utilizar os Dados Pessoais para comercializar e oferecer produtos, de forma complementar aos Serviços prestados pela SHPP, de acordo com o consentimento ou legítimo interesse do USUÁRIO”.</p> <p>5.1 “Para a realização de Transações pelo PIX, caso disponível, o USUÁRIO poderá solicitar o registro de uma Chave Pix vinculada à sua Conta de Pagamento ou Conta Bancária, sendo necessário que o USUÁRIO tenha a posse da Chave Pix escolhida – com exceção da chave aleatória – e que dê o seu consentimento para tal registro.</p> <p>5.2.1 Para a realização das Transações de Pagamentos Instantâneos, o USUÁRIO manifesta seu expresso consentimento, para fins de coleta, Tratamento e transmissão de seus Dados Pessoais ao Prestador de Serviço, que, na qualidade de participante direto, será responsável pela liquidação das Transações perante o PIX.</p> <p>5.3.1 A realização, pelo USUÁRIO, do cadastro para registro de sua Chave Pix implica na manifestação prévia de seu consentimento para o registro das Chaves Pix no DICT.</p> | Conhecimento |
| | <p>8. Direitos do USUÁRIO “Direito de não fornecer o consentimento ou de retirá-lo, e de ser informado sobre as consequências relacionadas [...]”.</p> <p>Se você não deseja que coletemos as informações / dados pessoais [...] você pode optar por não participar a qualquer momento, notificando por escrito nosso Diretor de Proteção de Dados. Mais informações sobre a desativação podem ser encontradas na seção abaixo, intitulada "Como você pode retirar o consentimento, remover, solicitar acesso ou modificar as informações que você nos forneceu?". Observe, no entanto, que a exclusão ou retirada do seu consentimento para coletar, usar ou processar seus dados pessoais pode afetar o uso dos Serviços e da Plataforma.</p> | Controle |
| Magazine Luiza | <p>“[...] nesta Política de Privacidade, você pode também exercer os direitos previstos na Lei Geral de Proteção de Dados, entre eles: Confirmação da existência de tratamento de dados pessoais, Acesso aos dados pessoais e Revogação do consentimento”</p> | Controle |
| Aliexpress | <p>“Quando exigido pela lei aplicável, ser-lhe-á solicitado o seu consentimento prévio para a recolha de informações através de <i>cookies</i> e tecnologias de rastreamento semelhantes”.</p> <p>“Se tivermos recolhido e tratado os seus dados pessoais com o seu consentimento, tem o direito de retirar o seu consentimento a qualquer momento. A retirada do seu consentimento não afetará a licitude de qualquer tratamento efetuado com base no consentimento previamente dado, nem o tratamento dos seus dados pessoais efetuado com base na necessidade de cumprir obrigações legais, para além do consentimento”.</p> | Conhecimento |
| | | Controle |

| | | |
|-------------|---|--------------|
| Microsoft | “[...] Compartilhamos seus dados pessoais com o seu consentimento ou para concluir transações ou fornecer um determinado produto solicitado ou autorizado”. | Conhecimento |
| | “[...] você pode usar os controles no seu navegador da Internet para limitar como os <i>sites</i> que você visita podem usar <i>cookies</i> e retirar o seu consentimento limpando ou bloqueando os <i>cookies</i> ”. | Controle |
| Casas Bahia | “Para possibilitar o oferecimento de serviços financeiros, seguros e operações de crédito por instituições parceiras do Grupo Via Varejo, caso se faça necessário, os dados do Usuário poderão ser compartilhados mediante o fornecimento de consentimento e desde que observadas as regras desta Política e da legislação aplicável”. | Conhecimento |
| | “Seus direitos: Confirmação da existência do tratamento, acesso, correção, anonimização, portabilidade, eliminação de dados, revogação de consentimento , dentre outros”. | Controle |
| Netshoes | Seus direitos com titular de dados <ul style="list-style-type: none"> ○ Revogação do consentimento. ○ Eliminação dos dados pessoais tratados com o consentimento ou desnecessários, excessivos ou quando entender que algum ponto da LGPD não foi atendido. | Controle |
| Amazon.com | “Não coletamos intencionalmente informações pessoais de crianças menores de 13 anos sem o consentimento dos pais ou responsáveis da criança”. | Controle |
| | “[...] mantemos as promessas que fazemos e nunca mudaremos materialmente nossas políticas e práticas para torná-las menos protetoras das informações de clientes coletadas no passado sem o consentimento dos clientes afetados”. | Conhecimento |

Fonte: Elaborado pela autora.

Mediante as informações relatadas no Quadro 6, observa-se que é recorrente a menção ao consentimento nas políticas de privacidade dos *sites*, apresentado na coluna “Menção ao consentimento”. Notou-se nas políticas que o termo consentimento se efetua sobre as atividades vinculadas aos dados coletados; na anonimização; na revogação do consentimento e transações financeiras quando há compartilhamento de dados; com ênfase no conhecimento e controle dos dados.

Como já mencionado nesta pesquisa, o consentimento é uma forma de garantir que os usuários estejam cientes do uso dos seus dados. Assim, é importante que exista um conhecimento adequado do assunto antes de conceder o consentimento para a coleta de dados. Desta forma, observa-se que as políticas de privacidade apresentam menções ao consentimento vinculadas à abordagem de conhecimento sobre a forma de tratamento dos dados. Portanto, não fica nítido nas menções a forma de como serão usados os dados, quem terá acesso aos dados, bem como qualquer outra informação necessária para tomar uma decisão informada. Essa situação pode ser observada nas políticas da Americanas, Shopee, Aliexpress, Microsoft, Casas Bahia e Amazon.com.

Notou-se também que a abordagem a respeito do consentimento alinhado ao controle dos dados é unânime em todas as políticas, apresentando questões principalmente em relação à revogação e eliminação do consentimento, quando estes foram consentidos. No entanto, não fica explícito nas políticas a forma como realizar essas ações, o que pode ser observado na política da Netshoes, dessa forma, o usuário fica insciente sobre esse processo, o que pode contribuir para falta de controle sobre seus dados.

Um dos pontos que merece destaque é a terminologia utilizada em algumas políticas de privacidade, que muitas vezes utilizam de um conceito unitário para representar um conjunto de atividades os elementos, tal como o termo “tratamento”, que é utilizado como a referência a várias atividades envolvidas com dados, tais como coleta, armazenamento, consulta e divulgação, situação representada nas políticas da Americanas, Shopee, Amazon Brasil, Magazine Luiza, Aliexpress, Casas Bahia e Netshoes. Essa generalização do termo tratamento pode dificultar a identificação e execução de diretrizes específicas para a coleta de dados.

Embora o termo consentimento seja recorrente nas políticas dos *sites* analisados, a descrição da informação sobre a forma de obter consentimento na coleta de dados tem se efetuado em muitas políticas de forma generalizada. Por exemplo, a política do Mercado Livre determina que em algumas operações o *site* pode requerer o consentimento do usuário, essa é a única menção ao consentimento em relação à coleta de dados do titular no decorrer da política.

O consentimento para a disponibilização e tratamento de dados, incluindo o consentimento do responsável para atividades com dados infantis, está presente em uma política, representado na política da Amazon.com, o que é perceptível a generalização nos aspectos vinculados ao consentimento na coleta de dados, pois o consentimento mencionado na política é regulado para tratamento de dados infantis, no entanto, não é explícita a necessidade de consentimento na coleta.

As Casas Bahia e a Shopee vinculam o consentimento às transações financeiras relacionadas no compartilhamento dos dados, podendo deixar dúvidas sobre a necessidade de execução dessa atividade na coleta.

Notou-se também que o vínculo em relação ao consentimento na coleta de dados por meio de *cookies*, pouco é falado nas políticas de privacidade dos *sites* analisados. A política do *site* da Aliexpress cita em um trecho de sua política que “[...] caso necessário ocorrerá a coleta de dados por meio de *cookies* e tecnologias semelhantes” (ALIEXPRESS, 2020). Caso semelhante é a Microsoft, menciona *cookies* para retirada do consentimento caso o usuário deseje fazer algum tipo de bloqueio de *cookies* pelo navegador. Neste caso, o usuário precisa

ter conhecimentos técnicos para realizar essa ação, pois a política não apresenta os passos para que isso ocorra.

Por meio da interpretação das políticas de privacidade, foi possível identificar que a abordagem ao consentimento na coleta de dados vem de forma genérica, ou seja, não fica claro ao usuário o que exatamente está sendo coletado, quais tipos de usos desses dados.

Ciente que a forma de como a informação é disponibilizada pelos *sites*, nas questões vinculadas ao consentimento na coleta de dados, pode provocar a insciência do usuário, a próxima seção busca identificar as práticas adotadas pelos *sites* para que essa insciência minimize no processo da coleta de dados.

5.1.3 Disponibilização da informação por meio das práticas adotadas pelos sites para coleta de dados

Com objetivo de apresentar como os *sites* estão disponibilizando as informações sobre a coleta de dados por meio do consentimento do usuário, essa seção apresenta a pesquisa realizada nos *sites* resgatando as práticas adotadas para que essa ação ocorra. Para caracterizar o resultado, elaborou-se o Quadro 7 com os seguintes campos:

- a) **Site:** O *site* estudado
- b) **Prática:** Ação adotada pelos sites para disponibilizar informação sobre a coleta de dados dos usuários, divididos pelos atributos – **Informação disponibilizada**, que é a descrição da mensagem enviada pelo *site* – **Confirmação**, o aceite ou não da coleta de dados – **Opções de gerenciamento de cookies**, se divide em duas partes: Categoria de *cookie* que representa quais tipos de *cookies* o *site* utiliza e opções pré-marcadas que verifica se as categorias de *cookies* já vêm marcada. Este campo é muito relevante, pois uns dos requisitos dos regulamentos de proteção de dados estabelece que somente os *cookies* funcionais/necessários podem vir com esta opção marcada. Os *sites* que não apresentaram nenhuma ação para disponibilização da informação da coleta de dados, foi registrado como N/A – não apresenta.

Quadro 7 - Descrição da informação adotada pelos avisos de *cookies* dos *sites*

| Site | Prática | | | |
|----------------|--|---|---|----------------------|
| | Informação disponibilizada | Confirmação | Opções de gerenciamento de <i>cookies</i> | |
| | | | Categoria de <i>cookie</i> | Opções pré-marcadas? |
| Mercado Livre | “Este <i>site</i> usa <i>cookies</i> : Ao navegar no nosso <i>site</i> você aceita o uso de <i>cookies</i> para <u>personalizar sua experiência</u> de acordo com a <u>Declaração de Privacidade</u> ”. | Entendi Configurar <i>cookies</i> | - <i>Cookies</i> funcionais - <i>Cookies</i> de publicidade | Sim |
| Americanas | “Americanas e os <i>cookies</i> : a gente usa <i>cookies</i> para personalizar anúncios e melhorar a sua experiência no <i>site</i> . Ao continuar navegando, você concorda com a nossa <u>Política de Privacidade</u> ”. | Continuar e Fechar | N/A | N/A |
| Amazon.Brasil | N/A | N/A | N/A | N/A |
| Shopee | N/A | N/A | N/A | N/A |
| Magazine Luiza | “ <i>Cookies</i> : a gente guarda estatísticas de visitas para melhorar sua experiência de navegação, saiba mais em nossa <u>política de privacidade</u> ”. | Entendi Fechar | N/A | N/A |
| Aliexpress | N/A | N/A | N/A | N/A |
| Microsoft | “Usamos <i>cookies</i> opcionais para melhorar sua experiência em nossos <i>sites</i> , como por meio de conexões de mídia social e para exibir publicidade personalizada com base em sua atividade <i>online</i> . Se você rejeitar os <i>cookies</i> opcionais, serão usados somente os <i>cookies</i> necessários para fornecer os serviços. Você pode alterar sua escolha clicando em 'Gerenciar <i>cookies</i> ' na parte inferior da página”. <u>Política de privacidade</u> <u>Cookies de terceiros</u> | Aceitar Rejeitar Gerenciar <i>Cookies</i> | - Obrigatórios | Sim |
| | | | - Análise - Mídia sociais - Publicidade | Não |
| Casas Bahia | “Utilizamos <i>cookies</i> para otimizar e aprimorar sua navegação no <i>site</i> . Todos os <i>cookies</i> , exceto os essenciais, necessitam de seu consentimento para serem executados. Saiba mais em nossa <u>Política de privacidade</u> ”. | Aceitar <i>Cookies</i> Preferência de <i>Cookies</i> | - Essencial - Publicidade - Análise e personalização - Desempenho e funcionalidade | Sim |
| Netshoes | “ <i>Cookies</i> : a gente guarda estatísticas de visitas para melhorar sua experiência de navegação. Ao continuar, você concorda com nossa <u>Política de privacidade</u> ”. | Concordar Fechar | N/A | N/A |
| Amazon.com | N/A | N/A | N/A | N/A |

Fonte: Elaborado pela autora.

Verifica-se no Quadro 7, que a prática adotada pela maioria dos *sites*, para solicitar o consentimento da coleta de dados do usuário, vem por meio de avisos de consentimento de *cookies*, observado na coluna “disponibilização da informação”.

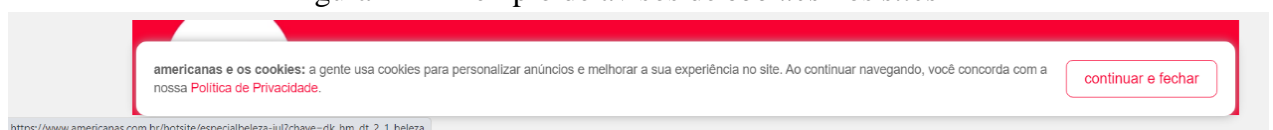
Percebe-se que alguns resultados são semelhantes, isso pode estar relacionado aos *sites* usarem o mesmo Content Management System (CMS), Sistema de Gerenciamento de Conteúdo em português. Um CMS possibilita a criação, o gerenciamento, a edição, e a publicação de conteúdos em plataformas digitais, para melhorar a gestão do conteúdo dos *sites* das organizações (BOIKO, 2001), sendo o Magento uma das plataformas mais populares do mercado. Segundo o E-commerce Brasil (2022), até 2020, 30% dos *e-commerce* utilizam essa plataforma, como Casas Bahia, Americanas, Microsoft, Amazon, Magazine Luiza e Netshoes. Já a Shoppe e o Mercado Livre têm o seu próprio CMS.

Observa-se que as mensagens disponibilizadas pelos *sites* são curtas, somente informando o uso de *cookies* para “melhorar a experiência do usuário no *site*”, seguida por um *link* direcionando para a política de privacidade do *site*, caso o usuário queira obter mais informações.

Embora seja disponibilizado um *link* para a política de privacidade do *site*, esse *link*, muitas vezes, não fica claro ao usuário que o acesso à política de privacidade é por meio dele, pois ele faz parte da mensagem sendo que alguns *links* vêm com a palavra Política de Privacidade grifado e outros somente com a palavra em destaque. Dessa forma, cabe ao usuário entender que o acesso às políticas de privacidade, pode ser por meio desses termos.

Com exceção dos *sites* Mercado Livre, Microsoft e Casas Bahia os demais apresentam apenas os avisos de consentimento de *cookies*, com botão de “Concordar”, “Entendi” e “FECHAR”, conforme apresentado na coluna Confirmação do Quadro 7, sem a opção de personalização de tipos de *cookies*. Assim, ao continuar navegando, o usuário concordará livremente com os termos de uso dos *sites*. Desta forma, o consentimento do usuário ocorreu de forma livre, porém, muitas vezes sem o conhecimento do tipo de coleta de dados que está sendo realizada. A Figura 12 mostra um exemplo dos avisos disponibilizados pelos *sites* sem a opção de personalização de *cookies*.

Figura 12 - Exemplo de avisos de *cookies* nos *sites*

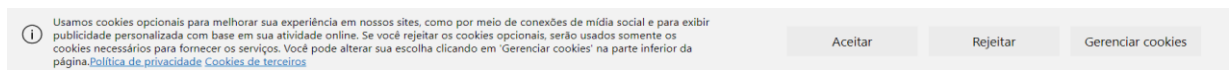


Fonte: Adaptado do *site* americanas.com.br.

O exemplo da Figura 12, o usuário ao clicar em Continuar e Fechar, automaticamente aceitará as condições de coleta de dados do *site*, o que pode provocar a insciência em relação do que exatamente está sendo coletado, quais tipos de dados e para qual finalidade. Esse exemplo se estende para os *sites* Magazine Luiza e Netshoes.

Já os *sites* Mercado Livre, Microsoft e Casas Bahia apresentam opções de configuração de *cookies*, conforme apresentado no Quadro 7 na coluna de Opções de gerenciamento de *cookies*. A Figura 13 apresenta um exemplo de aviso de *cookies* com opção e personalização, retirado do *site* da Microsoft.

Figura 13 - Exemplo de aviso de *cookie* com opção de personalização



Fonte: Adaptado do *site* microsoft.com.

Observa-se que na opção de gerenciamento de *cookies*, é disponibilizada a opção para o usuário escolher as preferências de *cookies*, no exemplo da Figura 13, são disponibilizadas as opções de *cookies* de análise (estatístico), mídia sociais e *marketing*, sendo possível o usuário “aceitar” ou “rejeitar” cada um deles. Observa-se que as opções não vêm pré-marcadas, o que atende a um dos requisitos do GDPR. Interessante ressaltar que cada opção vem com uma breve explicação sobre o que é cada tipo de *cookies*, o que pode facilitar o entendimento do usuário.

A Figura 14 apresenta um outro exemplo de personalização de *cookies*, por meio dos avisos de consentimento. Neste caso o *site* disponibiliza as opções para o usuário configurar, porém, elas já vêm pré-marcadas, neste caso o usuário precisa desmarcar as opções nas quais não autoriza. Neste sentido, o CJEU determinou que as caixas pré-marcadas em avisos de *cookies* não são permitidas, uma vez que também não cumprem a exigência de que o consentimento deve ser uma ação afirmativa dada livremente.

Figura 14 - Exemplo de aviso com preferências de *cookies*

Gerenciar preferências de cookies

Análise
Permitimos que terceiros usem cookies de análise para entender como você usa nossos sites e como podemos melhorá-los. Isso também permite que terceiros possam desenvolver e aprimorar seus produtos, os quais podem ser usados em sites que não pertencem ou não são operados pela Microsoft. Por exemplo, eles são usados para coletar informações sobre as páginas que você visita e quantos cliques são necessários para realizar uma tarefa. Usamos alguns cookies de análise para publicidade.

Aceitar Rejeitar

Mídias sociais
Assim como terceiros, usamos cookies de mídias sociais para mostrar anúncios e conteúdo com base nos perfis de redes sociais e na atividade em nossos sites. Eles são usados para conectar sua atividade em nossos sites aos perfis de redes sociais para que os anúncios e o conteúdo visualizados em nossos sites e nas mídias sociais possam refletir melhor seus interesses.

Aceitar Rejeitar

Fonte: Adaptado do *site* da [microsoft.com](https://www.microsoft.com).

Observa-se na Figura 15 que a única opção na qual não é possível personalização é a de *cookies* essenciais, o que é válido nas regulamentações. O mesmo fato ocorre no *site* do Mercado Livre, embora disponibilize as opções de gerenciamento de *cookies*, essas opções já aparecem pré-marcadas.

Figura 15 - Exemplo de opções de personalização de *cookies* pré-marcadas

Essencial Sempre ativo

Estes cookies não armazenam qualquer informação pessoal identificável, porém são necessários para que o website funcione corretamente, inclusive sob o ponto de vista de segurança, e não podem ser desativados em nossos sistemas. Normalmente estes cookies só são configurados em resposta às ações que correspondam a uma solicitação de serviços, tais como definir as suas preferências de privacidade, iniciar sessões de navegação ou preencher formulários automaticamente. Você pode configurar o seu navegador para bloquear ou alertá-lo (a) sobre esses cookies, porém algumas funcionalidades do website podem não estar disponíveis caso os cookies sejam bloqueados.

Publicidade

Estes cookies podem ser estabelecidos através do nosso site pelos nossos parceiros de publicidade. Podem ser usados por essas empresas para construir um perfil sobre os seus interesses e mostrar-lhe anúncios relevantes em outros websites. Eles não armazenam diretamente informações pessoais, mas são baseados na identificação exclusiva do seu navegador e dispositivo de internet. Se não permitir estes cookies, terá menos publicidade direcionada.

Análise e personalização

Estes cookies permitem que o site forneça funcionalidades e personalizações aperfeiçoadas. Podem ser estabelecidos por nós ou por fornecedores externos, cujos serviços adicionamos às nossas páginas. Se não permitir estes cookies algumas destas funcionalidades, ou mesmo todas, poderão não funcionar corretamente.

Desempenho e funcionalidade

Estes cookies permitem-nos contar visitas e fontes de tráfego, para que possamos medir e melhorar o desempenho do nosso website. Eles ajudam-nos a saber quais são as páginas mais e menos populares e a ver como os visitantes se movimentam pelo website. Todas as informações recolhidas por estes cookies são complementares e anônimas. Se não permitir estes cookies, não saberemos quando visitou o nosso site

[Salvar alterações](#)

Fonte: Adaptado do *site* casasbahia.com.br.

Assim, os *sites* que apresentam as opções de gerenciamento de *cookies*, somente a Microsoft atende ao requisito em que as caixas de seleção para consentimento não devem vir pré-marcadas. Requisito este, que atende o direito de escolha do usuário.

Os *sites* Amazon, Shopee e Aliexpress não apresentam nenhuma informação visual ao usuário sobre a coleta de dados no momento da navegação pelo ambiente, somente por meio das suas políticas de privacidade.

Percebe-se que é recorrente, pelos avisos de consentimento dos *sites*, o direcionamento para as políticas de privacidade, pois os avisos vêm com informações curtas, somente informando que utiliza *cookies*, o que pode deixar muitas vezes os usuários em dúvida do significado dessa informação.

Assim, para o usuário obter mais informações, é necessário a leitura das extensas políticas de privacidade dos *sites*. Dessa forma, para auxiliar os usuários na interpretação desses avisos de *cookies* por meio de suas políticas, a próxima seção apresenta a menção sobre *cookies* dentro das políticas de privacidade, uma vez que é unânime o uso de *cookies* no consentimento da coleta de dados.

Os detalhes sobre cada aviso de consentimento de *cookies* dos *sites*, será apresentado no Capítulo 5.

5.1.4 A menção dos cookies coletados pelos sites por meio das políticas de privacidade

Como visto no Quadro 7, o uso dos avisos de consentimento de *cookies* para obter a coleta de dados, é utilizado pela maioria dos *sites*. Percebe-se que as mensagens disponibilizadas são curtas, com poucas explicações, e todas apresentam um *link* com direcionamento às políticas de privacidade do site.

O *site* da Microsoft, no aviso de consentimento de *cookies*, já disponibiliza um *link* exclusivo para a política de *cookies*, os demais *sites* as informações sobre o uso de *cookies* encontram-se em tópicos dentro da própria política de privacidade.

Com a finalidade de evidenciar como os *sites* estão informando os usuários sobre o uso de *cookies*, por meio de sua política de privacidade, o Quadro 8 apresenta o recorte das menções sobre *cookies* dentro das políticas. Na coluna “Menção de *cookies*”, é resgatado as questões sobre as informações de *cookies* na política e na coluna “Contexto” é destacado o ponto principal de cada menção.

Quadro 8 - Menção sobre *cookies* nas políticas de privacidade

| Site | Menção de <i>cookies</i> | Contexto |
|----------------|---|------------------------------|
| Mercado Livre | “Os <i>cookies</i> nos ajudam a entender seus interesses e a forma como você navega no nosso <i>site</i> para poder te proporcionar uma experiência personalizada.” | Justificativa |
| | <p>“Utilizamos <i>cookies</i> funcionais e <i>cookies</i> de publicidade personalizada”</p> <p>Cookies funcionais: “São usados para reconhecer você quando acessar, salvar suas preferências de configuração e proteger sua conta. Não podem ser desativados porque são necessários para o funcionamento do nosso <i>site</i>”.</p> <p>Cookies de publicidade personalizada: “Eles nos permitem entender suas preferências para mostrar produtos e anúncios patrocinados interessantes para você”.</p> | Categorias de <i>cookies</i> |
| Americanas | “ <i>Cookies</i> são pequenos arquivos de dados que são colocados no seu computador ou em outros dispositivos (como 'smartphones' ou 'tablets'), enquanto você navega no <i>site</i> ” | Definição |
| | <p>Que tipos de informações pessoais tratamos? “[...] utilizamos <i>cookies</i> e obtemos informações quando seu navegador acessa o nosso <i>site</i>; quando você clica em anúncios, e-mails de parceiros e outros conteúdos fornecidos por nós em outros <i>sites</i>”.</p> <p>Cookies e tecnologias semelhantes “A Americanas utiliza <i>cookies</i>, pixels e outras tecnologias (coletivamente, "<i>cookies</i>") para reconhecer seu navegador ou dispositivo, aprender mais sobre seus interesses e fornece recursos e serviços essenciais”.</p> | Justificativa |
| Amazon.com.br | “Usamos <i>cookies</i> , pixels e outras tecnologias (coletivamente, " <i>cookies</i> ") para reconhecer o seu navegador ou dispositivo, saber mais sobre seus interesses e oferecer a você recursos e serviços essenciais, além de finalidades adicionais. | Justificativa |
| | Terceiros autorizados também podem usar <i>cookies</i> quando você interage com os serviços da Amazon. | Terceiros |
| Shopee | “Os Dados de Uso Técnico mostram como o USUÁRIO utiliza os Serviços prestados pela SHPP, estatísticas sobre como as páginas são carregadas ou visualizadas, os <i>sites</i> que o USUÁRIO visitou e as informações de navegação coletadas por meio de <i>Cookies</i> ou tecnologia semelhante”. | Justificativa |
| | “[...] o <i>website</i> , aplicativo e serviços de [Internet] da SHPP podem utilizar <i>Cookies</i> para fim de confirmação de identidade e do comportamento de navegação. Caso o USUÁRIO não concorde com sua utilização, poderá desabilitar o uso dessa função nas opções disponíveis no software utilizado para navegação na [Internet], para recusar o recebimento de <i>Cookies</i> e removê-los a qualquer momento. | |
| | <p>“Periodicamente a Shopee ou seus provedores e parceiros de serviços autorizados, podem utilizar "<i>cookies</i>" ou outros recursos para permitir que terceiros colem ou compartilhem informações relativamente ao uso dos Serviços ou da Plataforma por você”.</p> <p>“Nossa plataforma usa o Google Analytics, um serviço de análise <i>Web</i> fornecido pelo Google, Inc. ("Google"). O Google Analytics usa <i>cookies</i>, que são arquivos de texto colocados no seu dispositivo, para ajudar a Plataforma a analisar como os Usuários usam a Plataforma.</p> | Terceiros |
| Magazine Luiza | “Podemos utilizar certas tecnologias de monitoramento para coletar as informações das atividades realizadas nas nossas plataformas ou no Super App Magalu de forma automatizada”. | Justificativa |
| | “Os <i>cookies</i> ajudam a analisar o tráfego de Internet e nos permite saber quando o usuário visitou um <i>site</i> específico. Um <i>cookie</i> não dá acesso a um computador ou revela informações além dos dados que o usuário escolhe compartilhar conosco”. | Justificativa |

| | | |
|---|---|------------------------------|
| Aliexpress | “Quando exigido pela lei aplicável, ser-lhe-á solicitado o seu consentimento prévio para a recolha de informações através de <i>cookies</i> e tecnologias de rastreamento semelhantes”. | Justificativa |
| | “Utilizamos <i>cookies</i> primários e de terceiros, <i>cookies</i> "essenciais" ou "estritamente necessários, <i>Cookies de análise, Cookies de Personalização/Publicidade, Cookies de marketing</i> ”. | Categoria de <i>cookies</i> |
| | “Os <i>cookies</i> gerados pelo proprietário do <i>site</i> ou aplicação (neste caso, Aliexpress) são chamados de " <i>cookies primários</i> ". Os <i>cookies</i> gerados por terceiros, que não o proprietário do <i>site</i> , são chamados de " <i>cookies de terceiro</i> ". Os <i>cookies</i> de terceiros permitem que recursos ou funcionalidades de terceiros sejam disponibilizados no ou através do <i>site</i> (por exemplo, publicidade, conteúdo interativo e análise). As partes que configuram os <i>cookies</i> de terceiros podem reconhecer o seu dispositivo quando este visita o <i>site</i> em questão e também quando visita outros <i>sites</i> ”. | Terceiros |
| | “Estes <i>cookies</i> recolhem informações de forma agregada para nos ajudar a determinar e entender como os utilizadores interagem e usam a nossa Plataforma. Utilizamos estas informações para nos ajudar a melhorar e otimizar a nossa Plataforma e a sua segurança”. | |
| “Estes <i>cookies</i> são usados para tornar as mensagens de publicidade mais relevantes para o utilizador. Também executam funções como impedir que o mesmo anúncio reapareça continuamente, garantindo aos anunciantes que os anúncios sejam exibidos corretamente e, em alguns casos, selecionando anúncios com base nos seus interesses”. | | |
| | “Os <i>cookies</i> de <i>marketing</i> ajudam-nos a garantir que lhe oferecemos um <i>marketing</i> mais direcionado e relevante. Os <i>cookies</i> de <i>marketing</i> serão também utilizados para avaliar a eficácia das nossas comunicações de <i>marketing</i> , monitorizando as taxas de abertura e as conversões”. | Categoria de <i>cookies</i> |
| Microsoft | “A maioria dos <i>sites</i> da Microsoft usa " <i>cookies</i> ", arquivos de texto pequenos colocados em seu dispositivo que podem ser recuperados e utilizados mais tarde por servidores <i>Web</i> no domínio que colocou o <i>cookie</i> ”. | Definição |
| | “A Microsoft usa <i>cookies</i> e tecnologias semelhantes para várias finalidades, dependendo do contexto ou do produto, incluindo: Armazenar preferências e configurações; Credenciais e autenticação; Segurança; armazenar informações fornecidas a um <i>site</i> ; Redes sociais; Comentários; Publicidade com base em interesses; Análises, Desempenho”. | Justificativa |
| | “Quando necessário, buscamos seu consentimento antes de colocar <i>cookies</i> opcionais que não são (i) estritamente necessários para fornecer o <i>site</i> ou (ii) com a finalidade de facilitar uma comunicação. Consulte o “Como Controlar <i>Cookies</i> ” seção abaixo para obter mais informações”. | Categorias de <i>cookies</i> |
| | “Além dos <i>cookies</i> que a Microsoft define quando você visita nossos <i>sites</i> , também é possível que terceiros definam <i>cookies</i> quando visitam <i>sites</i> da Microsoft”. | Terceiros |
| Casas Bahia | “A Plataforma poderá utilizar <i>cookies</i> para facilitar o uso e adaptar a Plataforma aos seus interesses e necessidades, bem como para auxiliar na melhoria dos nossos produtos e serviços”. | Justificativa |
| Netshoes | “Podemos utilizar certas tecnologias de monitoramento para coletar as informações das atividades realizadas nas nossas plataformas ou no Super App Magalu de forma automatizada algumas das tecnologias que poderão estar presentes no Super App Magalu como <i>cookies</i> ”. | Justificativa |
| Amazon.com | “Usamos <i>cookies</i> , pixels e outras tecnologias (coletivamente, " <i>cookies</i> ") para reconhecer o seu navegador ou dispositivo, saber mais sobre seus interesses e oferecer a você recursos e serviços essenciais, além de finalidades adicionais”. | Justificativa |
| | “Terceiros autorizados também podem usar <i>cookies</i> quando você interage com os serviços da Amazon”. | Terceiros |

Fonte: Elaborada pela autora

As informações apresentadas no Quadro 8 ilustram o recorte das menções sobre *cookies* nas políticas de privacidade dos *sites* analisados. Verificou-se, que o contexto principal das informações sobre *cookies* nas políticas de privacidade dos *sites* está na Definição e explicação sobre o termo de *cookies*; na Justificativa e benefícios do uso *cookies* para coleta de dados; na participação de empresas Terceiras na interação com os serviços do *site* e a classificação dos *cookies* por meio das Categorias.

Observa-se que mesmo que o termo *cookies* seja recorrente nas políticas, há pontos falhos, ou seja, há poucas definições e explicações sobre de fato qual é a função dos *cookies*.

Notou-se que o foco das políticas está em justificar o motivo de usar *cookies* na coleta de dados, sempre com o argumento de proporcionar melhores resultados e serviços para o usuário. Percebe-se que a interação de dados, entre *site* e usuário, ocorre pela política de troca e benefício.

Pouco foi exposto sobre as categorias de *cookies* que os *sites* utilizam para coleta de dados. Somente a política do Mercado Livre, Aliexpress e Microsoft disponibilizaram essa informação, porém com poucos detalhes. Deixar claro a funcionalidade dessas categorias pode ser requisito fundamental para o usuário manter o controle sobre seus dados e minimizar a inciência que pode ocorrer sobre essa questão.

Nas políticas do Aliexpress e da Microsoft, caso o usuário queira obter mais informações, é disponibilizado *links* extras dentro da política para leitura com mais detalhes. Estes *links* apresentam uma relação de *cookies* que podem ser utilizados no *site* para coleta de dados, além de apresentar empresas terceiras autorizadas na implantação de *cookies* nos *sites*. No entanto, percebeu-se textos longos com linguagem técnica, o que pode dificultar o entendimento do usuário, e mesmo assim, os *sites* não especificam todos os *cookies* utilizados e não é possível identificar quais dados serão realmente coletados da máquina do usuário.

A informação sobre a presença de empresas terceiras nos *sites* foi mencionada por cinco políticas, sendo a Amazon Brasil, Shopee, Microsoft, Aliexpress e Amazon.com. Porém, não é disponibilizada a relação dessas empresas, com exceção da Microsoft e do Aliexpress, que lista algumas empresas que participam do compartilhamento de *cookies*.

Neste sentido, somente relatar nas políticas de privacidade que o *site* utiliza *cookies*, está muito distante da consciência do usuário e das possíveis consequências dessa coleta. E mesmo assim, dados continuam sendo coletados, tornando o usuário cada vez mais insciente e impedindo qualquer tentativa de controle de seus dados por falta de informação clara.

O usuário pode ter a ciência de que há a coleta de *cookies*, pois está explícito nas políticas de privacidade, no entanto, não está perceptível o que representa, o conteúdo dos

cookies, quais são essas empresas terceiras e para qual finalidade esses dados são coletados, pois em nenhuma política é discriminado com detalhes esse conteúdo.

Esta seção buscou evidenciar como as políticas de privacidade dos *sites* contribuem para minimizar a insciência do usuário sobre a coleta de dados por *cookies*. Uma análise mais detalhada sobre cada *site* será apresentada no Capítulo 6. Na próxima seção, é apresentada a coleta realizada nos *sites*, buscando identificar os *cookies* presentes nesses ambientes.

5.1.5 Coleta de cookies pelos sites de e-commerce

Na interação entre usuário e *site*, ocorre a coleta de dados que na maioria das vezes, as entrelinhas desse processo se tornam opacas para o usuário. Neste contexto, essa seção apresenta a coleta dos *cookies* utilizados pelos sites durante essa interação com o usuário, evidenciando a opacidade presente na coleta desses dados, principalmente em relação a quantidade e diversidade de *cookies*, incluindo os terceiros envolvidos nesse processo. Para identificação dos *cookies*, foi utilizada a Plataforma de Gerenciamento de Consentimento Cookiebot.

A interação com a ferramenta consistiu na digitação do nome do *site* no campo de busca da ferramenta. Esse processo resultou em relatórios não estruturados, dessa forma, o resultado foi tabulado e organizados em três grupos:

- a) “Empresa”, que indica o *site* pesquisado;
- b) “Resultado da busca”, que apresenta os campos: “Localização do servidor”, que é o local do processamento dos dados; “Total de *cookies*”, informa a quantidade de *cookies* encontrados pela ferramenta e a coluna “*Cookies* não classificados”, que são os *cookies* não reconhecidos pela ferramenta. Por norma, quando a ferramenta do Cookiebot não reconhece um *cookie*, classifica-o como desconhecido, que quer dizer que este é unicamente utilizado pela empresa proprietária do *site*, tendo sido criado pela mesma empresa, ou criado por uma empresa terceira, para fins específicos.
- c) “Categorias dos *cookies*”, no qual classifica os tipos de cookies encontrados nos *sites*.

O Quadro 9 apresenta a categorização do resultado da coleta.

Quadro 9 - Categorização dos *cookies* identificados nos sites²²

| Empresa | Resultado da busca | | | Categoria do <i>cookie</i> | | | |
|----------------|-------------------------|-------------------------|----------------------------------|----------------------------|--------------|-----------|-------------|
| | Localização do servidor | Total de <i>cookies</i> | <i>Cookies</i> não classificados | Necessários | Estatísticos | Marketing | Preferência |
| Mercado Livre | Reino Unido | 37 | 16 | 4 | 7 | 10 | N/A |
| Americanas | Irlanda | 12 | 12 | N/I | N/I | N/I | N/I |
| Amazon Brasil | Reino Unido | 70 | 13 | 4 | 3 | 50 | N/A |
| Shopee | Singapura | 50 | 28 | 6 | 7 | 9 | N/A |
| Magazine Luiza | Reino Unido | 129 | 29 | 5 | 19 | 76 | N/A |
| Aliexpress | Reino Unido | 158 | 49 | 11 | 12 | 85 | 1 |
| Microsoft | Irlanda | 77 | 10 | 14 | 15 | 35 | 3 |
| Casas Bahia | Irlanda | 2 | 1 | 1 | N/A | N/A | N/A |
| Netshoes | Reino Unido | 167 | 55 | 10 | 22 | 78 | 2 |
| Amazon | Irlanda | 74 | 2 | 4 | 3 | 65 | N/A |

Fonte: Elaborado pela autora.

²² N/I: não identificado; N/A: não apresenta

Os dados apresentados no Quadro 9 foram extraídos dos relatórios referentes à coleta de *cookies* nos *sites*. O *site* Americanas, houve um total de 12 *cookies* identificados, porém, não foram classificados pela ferramenta. Dessa forma, nas colunas de categorias usou-se o termo “não identificado (N/I)”. O termo “não apresenta (N/A)”, foi utilizado para as categorias, nas quais não teve *cookies* presentes.

No resultado da busca foram identificados três países, Reino Unido, Irlanda e Singapura, no qual o Reino Unido se sobressai, sendo responsável por cinco países para processamento dos dados. Esse país possui uma lei específica de proteção de dados pessoais, *Data Protection Act* 2018, contendo disposições que complementam o GDPR e implementa a Diretiva de Aplicação da Lei na EU, definindo regras sobre processamento de dados pessoais.

O país também possui o Regulamento de Privacidade e Comunicações Eletrônicas do Reino Unido, *The Privacy and Electronic Communications (EC Directive) Regulations* 2003, que apresenta notificação sobre coleta e consentimento para coleta de dados. É importante ressaltar que não é explícito o termo *cookies* no regulamento (UNITED KINGDOM, 2003).

Outro país que foi identificado pela ferramenta foi a Irlanda, que possui a *Data Protection Act* 2018, no qual aborda a proteção de dados por *design* e por *default* e consentimento do titular para processamento de dados pessoais. Não é evidente o termo *cookie* (IRELAND, 2018).

O terceiro país identificado foi Singapura, que é regulamentado pela Lei de Proteção de Dados Pessoais de 2012, essa lei abarca além da proteção de dados pessoais, a transferência de dados pessoais internacionalmente para processamento. O uso de consentimento é mencionado na legislação, no entanto, não é explícito regras para o uso de *cookies* (SINGAPORE, 2022).

Esses países foram identificados como principais países para processamento dos dados, porém, em uma análise mais específica dos *cookies* coletados, outros países aparecem recebendo determinados *cookies*. Por exemplo, o *site* do Aliexpress, além do Reino Unido, outros servidores foram encontrados, tais como: Rússia, China, Singapura, Irlanda, França. Esses servidores nesses países recebem *cookies* específicos, como é o caso do *cookie* “uid”, esse *cookie* foi classificado como *cookie* de *marketing*, e pertence ao domínio *criteo.com*, que é uma empresa global de tecnologia voltada para atividades de *marketing* localizada em diversos países, inclusive na França.

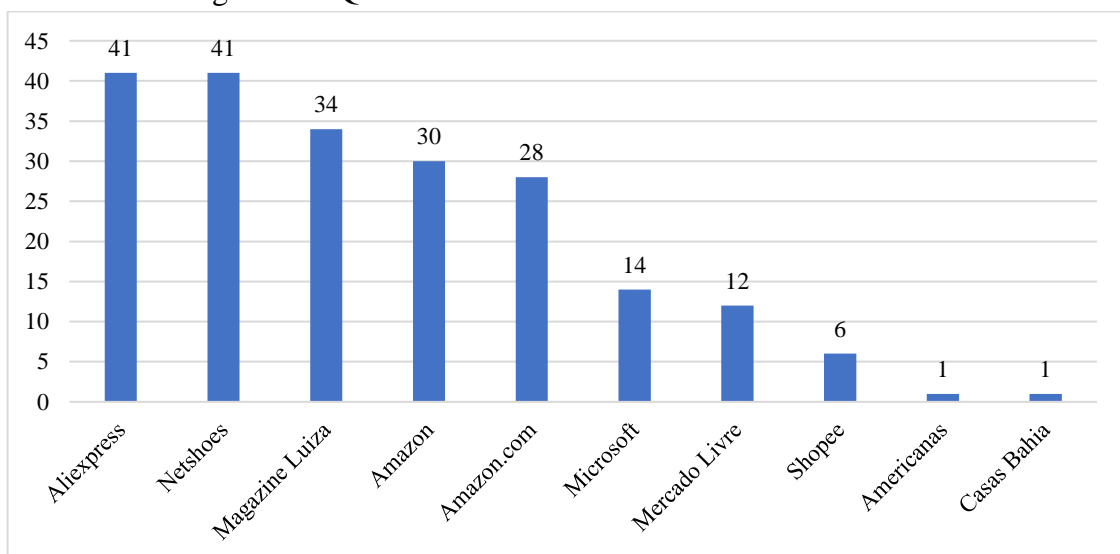
Essa é uma informação desconhecida para os usuários, ou seja, o usuário não tem ciência do tamanho da transição que é realizada a partir da coleta de dados, pois é uma informação que não é disponibilizada nas políticas de privacidade.

Foram identificados um total de 776 *cookies* nos *sites* analisados, essa quantidade de *cookies* pode revelar muita informação sobre atividades do usuário e, conseqüentemente, ameaçar a privacidade dos indivíduos referenciados nesses dados, sem que esses tenham consciência sobre a coleta de dados. Algumas dessas informações podem ser consultadas no APÊNDICE A. Para demonstrar de forma gráfica as especificidades encontradas na coleta dos *cookies*, além do Quadro 9, a pesquisa utilizou-se de gráficos para representar os resultados, no intuito de facilitar as análises dos dados.

Observa-se no Quadro 9, que o Netshoes foi o *site* com maior número de *cookies* identificados, representando 21%. Desses *cookies* identificados, 55 não foram classificados pela ferramenta, ou seja, não foi possível definir a finalidade ou o objetivo desses *cookies*.

Na sequência destaca-se o *site* Aliexpress representando 20% dos *cookies* coletados e em seguida vem o *site* Microsoft com 17%. A quantidade expressiva de *cookies* presentes nos *sites* da Netshoes e do Aliexpress, pode estar relacionado com a quantidade elevada de empresas terceiras existentes nos *sites*, o que pode ser visualizado na Figura 16.

Figura 16 - Quantidade de domínios diferentes em cada *site*



Fonte: Elaborado pela autora.

Foram identificados 208 domínios únicos de empresas terceiras presentes nos *sites*. Dentre esses domínios aparecem empresas como Facebook, Google, 360yield e Doubleclick, esta última com maior representatividade nos *sites*.

O domínio doubleclick.net está presente em oito *sites* analisados, se sobressaindo, até mesmo, em número de vezes presentes em cada *site* com *cookies* diferentes. A Doubleclick é uma empresa de publicidade usada pela maioria dos portais da Internet. O objetivo dos *cookies*

no contexto da Doubleclick é “[...] direcionar publicidade de acordo com as preferências do usuário” (GOOGLE, 2013), e para isso, é inserido um *cookie* no computador do usuário no momento do acesso a um *site* que tem a empresa Doubleclick como parceira. Esse *cookie* vincula o computador do usuário ao servidor Doubleclick no qual envia a publicidade.

Para os defensores da privacidade na Internet essa ação é uma invasão do direito à privacidade, “[...] é um tipo de monitoramento eletrônico independentemente de como o direito à privacidade é concebido.” (CHARTERS, 2002, p. 3, tradução nossa).

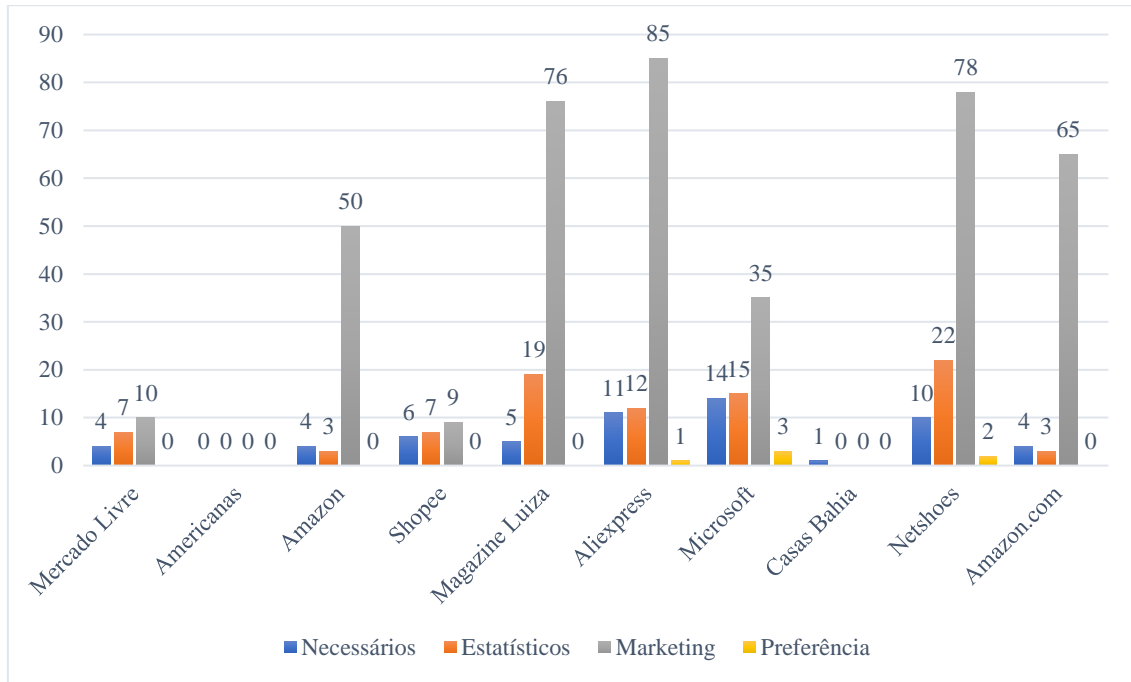
Essa prática adotada pela Doubleclick e por outras empresas não é recente, gerando preocupações relacionadas à privacidade desde 1999, quando o Electronic Privacy Information Center (EPIC) demonstrou preocupações sobre as práticas adotadas pela empresa em relação à violação de privacidade em ambiente *online*.

Mesmo a EPIC apresentando queixa à Federal Trade Commission (FTC), alegando violações de privacidade, os autores Dhillon, Oliveira e Syed (2018) relatam que desde 1999 não mudou muito as questões de privacidade no cenário das empresas de comércio eletrônico, pois essas empresas não tomaram nenhuma medida concreta para entender as preocupações sobre privacidade ou para garantir a proteção adequada dos dados de usuários.

Essa ação de coleta de dados não é exclusiva da Doubleclick, percebe-se nos resultados desta pesquisa, representados no Quadro 9 e Figura 21, a quantidade *cookies* e empresas terceiras presentes nos *sites*, onde a ação de coleta de dados pode ocorrer a cada acesso no ambiente, armazenado dados de sessão, dados de *login*, fornecendo recursos de personalização, no entanto, eles também podem ser usados para rastrear a atividade de um usuário (McKINLEY, 2008), sem mesmo ele ter conhecimento desse processo, pois “[...] os usuários podem ter uma compreensão limitada do que precisam proteger e como essa proteção pode ser obtida” (DHILLON; OLIVEIRA; SYED, 2018, p. 9, tradução nossa).

Mediante o uso de *cookies* pelos *sites*, é possível armazenar dados para serem usados em diferentes finalidades, como para análises estatísticas, para personalização de perfil, sendo que cada *cookie* armazenado pode pertencer a um tipo de categoria. No Quadro 9 é possível verificar essas categorias e a distribuição dos *cookies*.

Observa-se, no Quadro 9, a grande presença dos *cookies* de *marketing*, representando 73% dos *cookies* identificados. No total foram 408 de *marketing*, contra 88 *cookies* estatísticos, 50 necessários e 6 de preferência. A Figura 17 apresenta a distribuição da coleta por categoria e *site*.

Figura 17 - Classificação dos *cookies* por categoria nos *sites*

Fonte: Elaborada pela autora.

Observa-se na Figura 17, que a representatividade dos cookies de *marketing* se sobressaiu na maioria dos *sites*. Os *cookies* de *marketing* podem ser estabelecidos pelo próprio *site* com também por empresas terceiras para construir um perfil sobre os interesses do usuário para serem enviadas propagandas até mesmo de outro site. Alguns *sites* explicam que caso o usuário não permita estes *cookies*, terá menos propaganda direcionada, no entanto, percebeu-se no Quadro 7, que a maioria dos *sites* não disponibilizam esse recurso de personalização de *cookies*, o que força o usuário permanecer com as configurações do *site*.

Percebe-se que o Aliexpress é o *site* que mais possui *cookies* de *marketing*, esses *cookies* foram inseridos no *site* do Aliexpress por 26 empresas diferentes com servidores em diversos países. Essa situação também é recorrente nos demais *sites*, nos quais serão analisados no próximo capítulo.

O *cookie* tradicional é um *cookie* HTTP, mas outros tipos de *cookies* foram surgindo e adotados pelos *sites*, possuindo as mesmas características de coleta de dados de usuários. Nessa pesquisa foi possível identificar que dos 776 *cookies*, 74% são *cookies* HTTP, enquanto 17% foram identificados com *cookies* HTML e 9% *cookies* do tipo Pixel.

Os *cookies* HTML são os que vão no corpo do documento principal do código, ao invés de ser carregados dentro de uma linha de código específico, ele normalmente é usado para disparar avisos de *cookies* nas páginas e mostrar propagandas em tempo real, dessa forma, captando dados sobre preferências e comportamento do usuário em diferentes *sites*, por meio

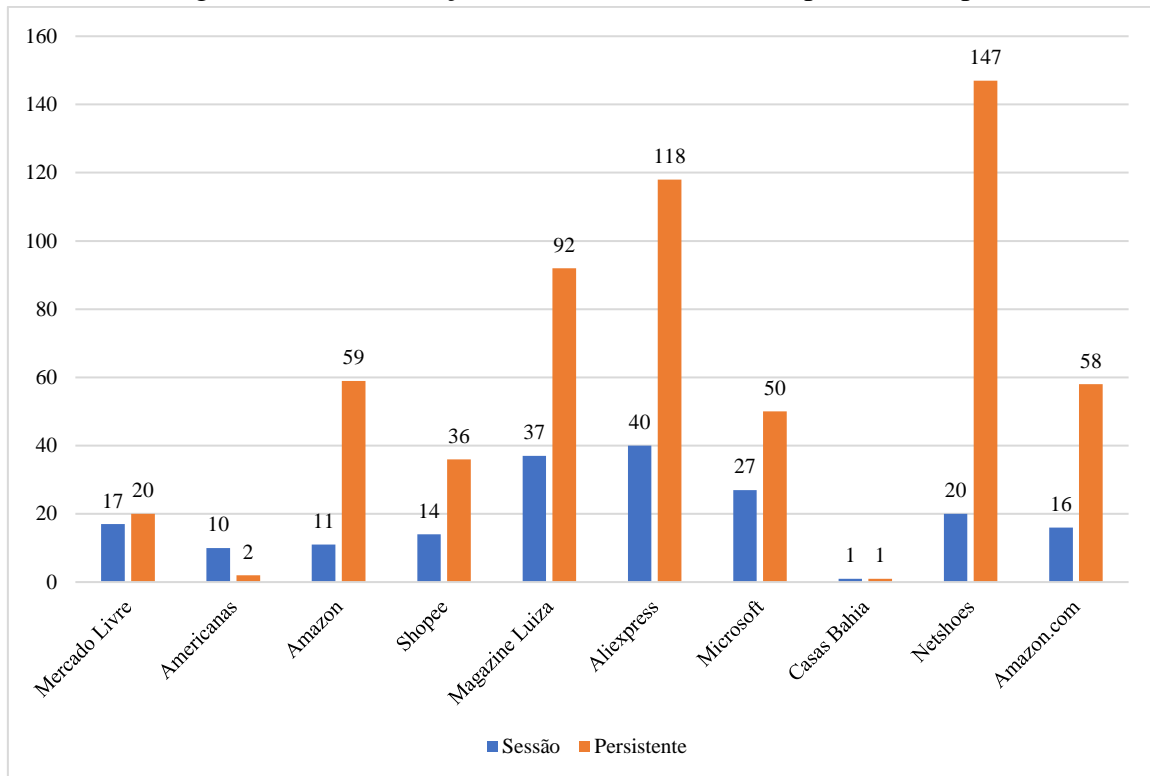
das propagandas enviadas aos usuários. Ao clicar nesses anúncios o usuário é levado a outro *site* que também pode ter ações de captura de dados por meio dos *cookies*. Esse tipo de *cookie* foi encontrado nos *sites* Mercado Livre, Amazon, Shoppe, Magazine Luiza, Microsoft e Netshoes, podendo ser vistos em categorias diferentes e fornecidos por domínios distintos.

Os *cookies* do tipo Pixel normalmente vêm no formato de uma imagem invisível, e é colocado, por exemplo, no cabeçalho de um e-mail ou no início da mensagem. Os *cookies* Pixel são capazes de captar diversas informações tais como: quantidade de acesso a determinada página, data e hora dessa ação, dispositivo usado e localização geográfica. O *site* Aliexpress foi o que mais apresentou esse tipo de *cookie*. Da mesma forma dos *cookies* HTML, esses *cookies* podem vir de domínios e categorias diferentes, porém apresentam a mesma finalidade.

Os *cookies*, uma vez inseridos no computador do usuário, podem permanecer por longa data ou até o usuário excluí-lo do computador. Essa característica refere-se aos *cookies* persistentes. Verificou-se nesta pesquisa, que a quantidade de *cookies* persistentes sobressaiu em relação aos *cookies* de sessão.

Dos 776 *cookies* identificados, 538 foram *cookies* persistentes. Esse tipo de *cookie* pode permanecer no disco rígido do usuário por anos, pois para ser apagado vai depender da data de expiração do *cookie*.

Para Gonzalez (2018), esse tipo de *cookie* aumenta os riscos à privacidade em relação aos *cookies* de sessão, pois podem ser usados pelos anunciantes para registrar informações sobre os hábitos de navegação de um usuário por um longo período. A Figura 18 apresenta a distribuição dos *cookies* de sessão e persistentes por *site*.

Figura 18 - Classificação dos *cookies* de sessão e persistentes por *site*

Fonte: Elaborado pela autora.

Como observado na Figura 17, os *cookies* persistentes apresentam uma quantidade elevada em relação aos *cookies* de sessão. Os *sites* com maior índice desse tipo de *cookie* é o Netshoes e Aliexpress. Ressalta-se que os *cookies* persistentes podem ser do próprio *site*, ou muitas vezes, de empresas terceiras, por exemplo o *site* da Netshoes, dos 147 *cookies* persistentes, 55 são de domínios de terceiros.

5.1.6 Considerações finais

Neste capítulo foram expostas as questões envolvidas na coleta de dados, para tanto, realizou-se uma análise a partir da interpretação de políticas de privacidade; na disponibilização da informação sobre a coleta de dados, por meio dos avisos de consentimento de *cookies*, e mediante análise de *cookies* presentes nos *sites* identificados pela ferramenta Cookiebot. Por meio desses resultados, é possível demonstrar como a insciência do usuário se configura coleta dados.

Observa-se que o cenário da coleta de dados pelos *sites*, no caso desta pesquisa, pelos *sites* de *e-commerce*, descaracteriza muitas das determinações presentes nos regulamentos e leis

de proteção de dados, pois as leis que amparam as questões de proteção de dados determinam diretrizes, para proporcionar a consciência sobre a coleta de dados, por meio do consentimento e da transparência sobre essa atividade.

Por meio da identificação de *cookies*, realizada pela ferramenta Cookiebot, foi possível identificar as especificidades dos *cookies* quando há a interação com o usuário. Percebe-se uma diversidade de *cookies* que são utilizados pelos *sites* para coleta de dados. Esses *cookies* possuem características que muitas vezes são opacas para o usuário. Por exemplo, a quantidade de *cookies* presentes no *site* com finalidades distintas, nos quais coletam dados no intuito de personalizar o perfil do usuário. Além, da existência do compartilhamento dos dados com terceiros, pois notou-se uma expressiva presença desses tipos de *cookies* sendo enviados para diversos países.

Outro ponto importante identificado, nesse resultado, foi a classificação dos *cookies* pertencendo a categorias distintas. Categorias essas, que as leis e regulamentos de proteção de dados, impõe clareza, pois o usuário tem direito de escolha sobre a coleta de dados ao fornecer o consentimento. Percebe-se situações como caixas de seleção pré-marcadas, falta de opções de gerenciamento de *cookies* para que o usuário tenha o direito do controle de seus dados.

Outra característica que pode refletir no controle dos dados, por parte do usuário, é o armazenamento dos *cookies* com tempo de expiração considerado eterno. Esses *cookies* foram encontrados em diversos *sites*, com tempo de expiração em torno de 60 anos, ou seja, mesmo que o usuário finalize a sessão, estes *cookies* continuam alojados no computador do usuário coletando dados toda vez que o usuário acessar o *site* novamente.

Por meio dessa coleta, foi possível verificar que muitas dessas informações não estão acessíveis aos usuários. Pois, o que se tem são políticas de privacidade rasas ao disponibilizar informação sobre a coleta de dados ao indicar os possíveis dados que o *site* terá acesso, quais tipos e usos desses dados. Além de não deixar explícita a indicação do potencial destinatário e os dados coletados por cada serviço oferecido ao usuário.

Dessa forma, a insciência do usuário em relação ao tratamento, armazenamento e compartilhamento de dados pessoais em *sites*, pode ser fortalecida a partir do momento em que o usuário não tem conhecimento sobre estes processos devido à falta de informação presente nas políticas de privacidade e nos avisos de consentimento de *cookies*.

No próximo capítulo, será apresentado uma análise descritiva por *site* de forma detalhada, apresentado as questões envolvidas sobre a coleta de dados nas políticas de privacidade e a coleta de *cookies* por *site*.

6 CENÁRIO DA COLETA DE DADOS DOS *SITES* DE *E-COMMERCE*

A coleta de dados em *sites* é uma prática comum que pode ser usada para coletar informações sobre o comportamento, as preferências e a experiência dos usuários. No entanto, a coleta de dados também pode ser invasiva e prejudicar a privacidade dos usuários, portanto, é importante que sejam tomadas medidas para garantir que a coleta seja feita de maneira que assegure os direitos à privacidade.

O uso de *cookies* como forma de coleta de dados, é um recurso comum utilizado pelos *sites*, no entanto, muitas vezes sem o conhecimento ou consentimento do usuário. Além disso, muitos *sites* coletam dados sem fornecer informações claras sobre como os dados serão usados e compartilhados, o que pode prejudicar a privacidade dos usuários.

Por isso, é importante que os *sites* adotem práticas responsáveis de coleta de dados, como fornecer informações claras sobre a coleta de dados e obter o consentimento explícito do usuário antes de coletar ou compartilhar dados pessoais.

Neste sentido, este capítulo explana as questões envolvidas na coleta de dados dos 10 *sites* de *e-commerce* estudados nesta pesquisa. Para tanto, realizou-se uma análise a partir da interpretação de políticas de privacidade, na disponibilização da informação sobre a coleta de dados, verificando os avisos de consentimento de *cookies*, e mediante análise de *cookies* presentes nos *sites*.

6.1 Mercado Livre

É explícito a menção consentimento na política de privacidade do *site*, a leitura sobre os detalhes está no documento “**Declaração de privacidade e confidencialidade da informação do Mercado Livre**”, na versão de 21 de setembro de 2021. A menção ao consentimento nessa política aborda cinco dimensões: consentimento na coleta, no compartilhamento dos dados com terceiros, uso de dados por outros usuários, revogação do consentimento e consentimento na alteração da política de privacidade do *site*, seguindo as duas abordagens apresentadas no Quadro 6 sobre conhecimento e controle dos dados.

Com relação a coleta de dados, a política apresenta um anexo com informações específicas para o Brasil, seguindo as regulamentações da LGPD, conforme o art. 7º, I da Lei, apresentado no Quadro 6. Assim, para ter acesso às outras dimensões sobre consentimento, cabe ao usuário navegar até o *link* para ter acesso a essas informações. Entretanto, notou-se

informações insuficientes para compreensão do usuário sobre o que será coletado e para qual finalidade.

Em relação a visualização da informação, o *site* disponibiliza informação sobre a coleta de dados por meio dos avisos de consentimento de *cookies*, neste momento ocorre a interação entre o usuário e o *site*. O aviso que é disponibilizado pelo *site*, informa sobre o uso de *cookies*, alertando que os *cookies* é para melhorar a experiência do usuário, onde o usuário tem duas opções: aceitar os *cookies*, clicando no botão “entendi”, tendo ciência da coleta de dados por meio de *cookies*, ou de configurar os *cookies*, conforme apresentado no Quadro 7.

Percebe-se que o requisito sobre visualização da informação, definida no consentimento informado é perceptível, porém, a falta de clareza na informação disponibilizada infringe uns dos principais princípios da LGPD que é transparência.

Outro ponto importante em relação a disponibilização da informação sobre a coleta de dados, são as opções de gerenciamento de *cookies* já pré-marcadas, o que não é válido nas diretrizes de proteção de dados que é o direito de escolha e controle de seus dados.

Em relação a identificação de *cookies*, foram registrados na ferramenta 37 *cookies* distintos, essa lista de cookies não é disponibilizada pela política de privacidade do *site*. Esses *cookies* apresentam diversas informações, nas quais poderiam ajudar na decisão do usuário em aceitar ou não o registro de *cookies* em seu computador, pois essa lista de identificação dos *cookies* relata a finalidade de cada *cookie* que é utilizado pelo *site*. Essa lista é abrangente, foram identificados *cookies* que coletam dados necessários para a navegação no site, desde *cookies* que rastreiam a navegação dos usuários identificando preferências, localização e tempo gasto no *site*. Esses *cookies* podem ser do próprio *site* ou vir de empresas terceiras e são classificados por categorias.

No Quadro 9 foi possível verificar a distribuição desses *cookies* pelas categorias de *cookies* necessários, estatísticos, *marketing* e preferências. Na categoria dos *cookies* necessários foram identificados quatro tipo de *cookies*, sendo a maioria *cookie* de sessão, ou seja, permanece no computador do usuário até a sessão ser encerrada. Percebe-se que já nessa categoria, os *cookies* de empresas terceiras já são visíveis, dos quatro *cookies* identificados, somente um é do domínio do Mercado Livre.

Na categoria dos *cookies* estatísticos foram identificados sete *cookies* que poderão coletar dados como a quantidade de visitas do usuário no *site*, o rastreamento da navegação pelo *site* e o tempo que o usuário permaneceu no *site*. Esses dados permitem ao *site* criar um perfil do usuário, para assim, disponibilizar, por exemplo, anúncios direcionados para cada usuário, esses anúncios podem vir por meio de outros *cookies*, nos quais também irão coletar

outros dados. É o que acontece pelos *cookies* da categoria de *marketing*, eles registram as preferências dos usuários, normalmente, pelo envio de anúncios.

No caso do Mercado Livre, foram identificados 10 *cookies* referente a essa categoria vindo de cinco domínios diferentes, ou seja, além do Mercado Livre outras empresas estão coletando dados, podendo ser durante o tempo de navegação do usuário pelo *site*, como também pelos *cookies* que permanecem instalados no computador por um determinado tempo, por exemplo, os *cookies_hjSessionUser_#; IDE e _gads* foram identificados no *site* com tempo de expiração de um ano, ou seja, esses *cookies* só irão ser removidos do computador do usuário nesse período ou caso o próprio usuário exclua-os do computador, nesse caso, vai depender do conhecimento técnico do usuário, pois nenhuma informação sobre essas questões são disponibilizadas ao usuário. Visto que, o aviso de consentimento de *cookies* do *site* informa o usuário somente da coleta de *cookies* oferecendo a opção de personalização dos *cookies*, neste caso, *cookies* necessários e *marketing*, no qual as duas opções já vêm pré-marcadas, o que não é válido nas regulamentações de proteção de dados, com exceção dos *cookies* necessários que não são possíveis rejeitá-los.

Dessa forma, o requisito de não utilizar caixas de seleção pré-marcadas nos avisos de *cookies*, estabelecidos pelas regulamentações de proteção de dados, não foi atendida.

Outra informação importante que foi localizada na identificação dos *cookies*, foi com relação ao processamento de dados coletados pelos *sites*. Os dados coletados dos usuários no Mercado Livre, são enviados ao Reino Unido para serem processados. Esse país está adequado com as regulamentações, pois possui leis e regulamentos próprios seguindo disposições que complementam o GDPR. Porém, a política de privacidade do *site* não possui essa informação, ela apresenta um item específico sobre “**Transferências internacionais de dados**”, no entanto, não especifica o país nos quais os dados serão enviados, conforme observado nas informações da política de privacidade do *site*.

Os serviços prestados pelo Mercado Livre requerem o suporte de uma infraestrutura tecnológica, como servidores e serviços em nuvem, que podem ser próprios ou fornecidos por terceiros.

Parte dessa infraestrutura pode ser estabelecida em um **país diferente** do seu.

Também pode acontecer de os destinatários dos dados indicados anteriormente no item “Como compartilhamos as informações pessoais?” estarem em um país diferente”.

Os países receptores dos dados que transferimos podem não oferecer os níveis adequados de proteção de dados pessoais conforme os regulamentos aplicáveis [...]. (MERCADO LIVRE, 2020, grifos do autor).

Importante ressaltar que o GDPR orienta que os dados pessoais sejam transmitidos somente para países adequados. Dessa forma, se levar em consideração a informação da ferramenta o *site* está em conformidade com as regulamentações nesse requisito, porém, não é informado ao usuário o destino de seus dados.

Foi presente também os *cookies* do tipo Pixel, esses *cookies*, geralmente, vêm como imagem em formato de anúncios, ele é usado pelos *sites* para promoções ou eventos. Por ser um recurso mais atrativo aos olhos do usuário, é recorrente o uso desse recurso nos *sites*, o que pode tornar ainda mais vulnerável a informação sobre a coleta de dados, pois com um simples clique pode ser coletado diversos tipos de dados por meio dos *cookies* que são disponibilizados nesses anúncios. Dessa forma, a insciência do usuário também se caracteriza nessa ação.

Outras informações identificadas na coleta, pela ferramenta, como tempo de expiração do *cookie* e tipo não foram identificadas na política.

Dos 37 *cookies* identificados pela ferramenta, 16 não foram classificados pela Cookiebot, ou seja, não foi possível identificar a finalidade desses *cookies*. Em uma análise mais criteriosa, pode-se observar que o *cookie* “_d2id” faz parte do *script* da página do próprio Mercado Livre, aparecendo em linhas e domínios diferentes. Esse *cookie* foi identificado em 2013 e até o mês de abril do ano de 2022 foi encontrado em 2480 domínios únicos, com maior índice de acessos em julho de 2020.

O *cookie* “_ml_ci” também não é recente, foi identificado pela primeira vez em 2013, sendo identificado em 96 domínios. Ele foi carregado por dois domínios “mercadolivre.com” e mercadolivre.com.br”.

Os *cookies* “_ml_dc” e “ml_ga”, são semelhantes, são do domínio do Mercado Livre, fazem parte da estrutura da página, porém com datas de expiração diferentes. Eles foram encontrados pela primeira vez em 2018 em seis domínios diferentes.

O *cookie* “_ml_ga_gid” foi dos que foi possível identificar a categoria, foi definido como estatístico, visto pela primeira vez em 2018 e foi encontrado em seis domínios. Por ser um *cookie* da categoria estatístico, pode ter a mesma finalidade dos *cookies* apresentados no Quadro 8, classificados como estatísticos.

Os *cookies* “events/1/NRJS-689ffbd95eae88e39ac”, “jserrors/1/NRJS-689ffbd95eae88e39ac”, foram os únicos identificados com processamento de dados nos Estados Unidos, pertencendo ao domínio “bam-cell.nr-data.net”. Esse domínio faz parte da empresa New Relic, que é uma empresa de monitoramento de dados da Califórnia, Estados Unidos. O “events/1/NRJS-689ffbd95eae88e39ac”, foi classificado sendo um *cookie*

necessário, dessa forma, acredita-se que seja um *cookie* essencial para o funcionamento da página.

Os *cookies* “*cpsession*”, “*events/1/NRJS-689ffbd95eae88e39ac*”, “*jserrors/1/NRJS-689ffbd95eae88e39ac*” e “*pixel*” não foi encontrado o período de identificação e nem outros domínios, o que podem ser exclusivos do Mercado Livre. Mesmo utilizando outros recursos, não foi possível identificar a finalidade dos *cookies*.

Neste contexto, notou-se que os usuários são informados da coleta de dados por meio dos avisos de consentimento de *cookies* e a granularidade do consentimento é presente, porém, o que é disponibilizado ao usuário são somente duas opções de configurações de *cookies* pré-marcadas, o que não é válido nas regulamentações de proteção de dados. Esse resultado não confere com a coleta da ferramenta, visto que, na da ferramenta, foram identificadas três categorias de *cookies*, com um número expressivo de *cookies*.

Com relação a revogação do consentimento, o *site* informa no item 13 de sua política de privacidade, “Como poderá exercer seus direitos de controle das suas informações pessoais?”, “[...] (vi) revogação do consentimento”, porém, não foi identificado a forma de realizar essa ação (MERCADO LIVRE, 2020).

O *site* também não apresenta a relação de *cookies*, nos quais possivelmente serão instalados no computador do usuário e como observado, foi identificado uma relação relevante na coleta.

6.2 Americanas

O termo consentimento é recorrente na política de privacidade do *site* das Americanas, sendo mencionado em diversos itens como: na “solicitação de dados pessoais” de usuários, em que a menção sobre consentimento aparece no sentido da autorização para o tratamento dos dados pessoais coletados; sobre o “tempo de armazenamento de informações pessoais”, no qual a menção sobre consentimento surge no sentido de consentir o armazenamento dos dados por um período de tempo, nesse sentido, durante esse tempo o detentor dos dados poderá realizar o tratamento dos dados e, sobre o “direito do titular dos dados” em que o item apresenta somente tópicos nos quais apresentam citam o termo consentimento nas questões sobre a eliminação dos dados, revogação do consentimento e a possibilidade de não fornecer o consentimento. O Quadro 6 apresenta o recorte de menções explícitas sobre consentimento na política de privacidade, percebe-se trechos curtos sobre a explicação do termo, o que pode deixar o usuário ainda mais em dúvida sobre a finalidade do que é coletado.

Seguindo as determinações das regulamentações sobre proteção de dados pessoais, o *site* disponibiliza em sua página inicial informações sobre a coleta de dados por meio de avisos de *cookies*. A mensagem informa sobre a utilização de *cookies* para “melhorar a experiência do usuário no *site*”, desta forma, caso o usuário continue navegando concorda com a política de privacidade do *site*. O que se percebe é uma mensagem curta com poucas informações sobre *cookies*, pois este termo não deixa claro para o usuário o que realmente está consentindo e para ter mais informações o usuário precisa acessar a política de privacidade do *site* o que traz pouca informação sobre o conceito de *cookies*, conforme apresentado no Quadro 6. A mensagem também não disponibiliza a opção para personalização de *cookies*, o que entende-se que além dos *cookies* necessários, outros *cookies* também poderão ser coletados.

Na coleta da identificação dos *cookies*, realizada pela ferramenta Cookiebot, foram encontrados 12 *cookies*, porém não foi possível classificar esses *cookies*. Os atributos identificados foram a localização do servidor para processamento de dados que se dá na Irlanda, o que não é mencionado na política de privacidade do *site*, o domínio nos quais os *cookies* pertencem, que é unânime do próprio americanas.com, o tipo dos *cookies* é HTTP e o tempo de expiração dos *cookies* que prevalece os *cookies* de sessão, ou seja, são *cookies* que permanecem armazenados enquanto o usuário não encerrar a sessão de navegação. A classificação das categorias, como *cookies* necessários, *marketing*, funcionais e estatísticos não foi classificada, o que poderia deixar o usuário mais ciente dos tipos *cookies* que estão sendo coletados e para qual finalidade.

Para esses *cookies* que não foram classificados, a ferramenta está trabalhando para conseguir identificar e classificá-los.

6.3 Amazon Brasil

A menção a consentimento na política de privacidade do *site* da Amazon Brasil, vem atrelado ao tratamento dos dados pessoais discriminado no item - “**Finalidades para as quais pedimos seu consentimento**”. Este item, além das informações sobre a coleta dos dados, expõe sobre a revogação do consentimento, no qual, segundo a política, pode ser revogado a qualquer momento. No entanto, a forma de como realizar a revogação do consentimento não está nítido ao usuário, o que pode dificultar a realização dessa ação.

Em relação à disponibilização da informação sobre a coleta de dados, apresentada no Quadro 5, percebe-se que o *website* não apresenta nenhuma informação, como exemplo os avisos de *cookies*”. Porém, em sua política de privacidade, no item “**E os cookies e outros**

identificadores” é informado que o *website* utiliza *cookies* e para obter mais informações o usuário pode acessar o *link* sobre “**Notificações sobre *cookies***”, no qual informa o usuário sobre o motivo do *website* utiliza *cookies* para coleta de dados, porém, não está explícito a definição de *cookies*, ou seja, o que é *cookies*. Pois, esse termo ainda pode ser desconhecido para muitos usuários. Somente informar o usuário sobre o uso de *cookies* não deixa claro o que exatamente acontecerá com seus dados.

Na identificação dos *cookies*, com o auxílio da ferramenta Cookiebot, apresentado no Quadro 9, foram identificados 70 tipos de *cookies*, sendo 13 não classificados pela ferramenta. Os 57 *cookies* classificados foram distribuídos em três categorias: necessários, estatísticos e *marketing*, sendo *cookies* de *marketing* com maior representatividade, ou seja, dos 57 *cookies* classificados, 50 foram identificados como *cookies* de *marketing*, ou seja, são *cookies* enviados, muitas vezes, por empresas terceiras em formato de anúncios, o que pode tornar mais atrativo aos usuários facilitando a coleta de dados por meio dos *cookies*. No caso do *website* da Amazon Brasil, foram identificados 30 domínios de empresas terceiras diferentes, ou seja, são 30 empresas coletando dados de usuários por meio dos *cookies* enviados no *site*, podendo ser por meio de anúncios, *links* e mensagens. Os *cookies* quando enviados por empresas terceiras ou pelo próprio domínio do *website*, podem permanecer por um determinado tempo no computador do usuário, esses *cookies* podem ser classificados como *cookies* de sessão ou *cookies* persistentes. No *website* da Amazon Brasil, os *cookies* persistentes foram os que sobressaíram, com tempo de expiração em média de dois anos, ou seja, ao navegar pelo *website*, os dados disponibilizados pelos usuários por meio dos *cookies*, podem permanecer por esse período no computador do usuário, ou até que o próprio usuário o exclua, coletando dados. A ação de excluir *cookies*, exige do usuário um certo conhecimento técnico, que para muitos essa atividade pode ser desconhecida.

No relatório da coleta realizada pela ferramenta Cookiebot, foram identificados quatro *cookies* pertencentes à categoria de *cookies* necessários, estes, segundo as regulamentações de proteção de dados pessoais, são permitidos, pois são *cookies* essenciais para o funcionamento da página, como exemplo, o acesso ao carrinho de compras do *website*. Na classificação desses *cookies*, foram identificadas quatro tipo de empresas terceiras diferentes, ou seja, cada *cookie* identificado nessa categoria pertence a uma empresa diferente com finalidades distintas.

Na categoria dos *cookies* estatísticos, foram identificados somente três *cookies* com domínios diferentes e com finalidade semelhante, ou seja, ajudam os proprietários de *sites* a entender como os visitantes interagem com os *websites* coletando e relatando informações anonimamente.

Já na categoria de *marketing* com 50 *cookies* identificados, foram identificadas 23 empresas distintas, percebe-se um número elevado de domínios diferentes nessa categoria, bem como se faz presente a maioria de *cookies* persistentes.

Dos *cookies* não classificados pela ferramenta, 13 no total, foi identificado somente dois domínios diferentes de empresas terceiras, sendo o domínio da própria Amazon Brasil “amazon.com.br” e “associates-amazon.com” que é um programa para associação da Amazon. O *cookie* responsável pela coleta dos dados deste domínio foi identificado como “*abid*” e está presente no link https://www.amazon.com.br/ref=nav_logo. Dessa forma, ao clicar neste link o usuário disponibilizará acesso a dados por meio deste *cookie*.

Os demais *cookies* foram identificados sendo do próprio domínio da Amazon Brasil, nos quais estão distribuídos nas páginas. Os cookies “*0J1WXZMXHX7BD36TZWPN*”, “*csa-ctoken-#*”, “*eelsts*”, “*i18n-prefs*”, “*ubid-acbbr*” foram encontrados no momento de acesso ao link “https://www.amazon.com.br/ref=nav_logo”, esse link direciona para uma página com produtos, ofertas com categorias distintas. O *cookie* “*0KB33VFQ56XP3Y47ZK77*”, foi identificado no carrinho de compras do site, por meio do link: https://www.amazon.com.br/gp/cart/view.tml?ref_=nav_cart.

A análise permitiu verificar uma quantidade expressiva de *cookies* na página do site, ou seja, durante a navegação pelo site o usuário deixa vestígios de seus dados por meio dos *cookies* distribuídos em diversos links, normalmente através de imagens de produtos promocionais, o que desperta o interesse do usuário no item.

6.4 Shopee

Em relação à menção sobre consentimento na política de privacidade do site da Shopee vem atrelado com o consentimento no compartilhamento dos dados pessoais com empresas terceiras e transações com chave PIX. No item “**Direitos do Usuário**” informa aos usuários sobre o direito de não consentir ou retirar a coleta de dados, no entanto, o usuário precisa notificar por escrito a Shopee. O procedimento para essa ação está em outro item, no qual o usuário precisa ler e interpretar uma extensa política. Na leitura dos itens da política o usuário se depara com informações sobre a forma de retirar seu consentimento, porém essa informação vem atrelado com a falta de acesso a recursos do site caso o usuário realize essa ação, o [que?] pode deixar em dúvida a decisão do usuário, pois a política não descreve claramente quais recursos são esses.

Na identificação de *cookies* por meio da ferramenta Cookiebot, obteve-se uma lista de 50 *cookies*, distribuídos por diversos tipos e categorias. O que quer dizer que o *site* utiliza *cookies* para coleta de dados de usuários, porém, essa informação está disponível somente na política de privacidade em um item sobre *cookies* e mesmo assim com informações rasas, nenhum recurso como avisos de *cookies*, é disponibilizado no site no momento do acesso à página.

Segundo as regulamentações sobre Proteção de Pessoais, LGPD e GDPR, o usuário tem o direito de escolha sobre os tipos de *cookies* nos quais o *site* pode coletar. O que não foi identificar no *site* da Shopee, pois o usuário não tem a opção de consentimento e personalização de *cookies* e de acordo com a identificação dos *cookies*, foi possível verificar um número expressivo de uso de *cookies* no *site* distribuídos pelas categorias de *cookies* necessários, *cookies* de *marketing* e estatísticos.

Foram identificados seis *cookies* pertencentes a categoria dos *cookies* necessários, tendo como finalidade o controle de segurança de acesso no *site* com tempo de expiração curto com exceção do *cookie* “*G_ENABLED_IDPS*” tendo um tempo de expiração de 8 anos. Esse *cookie* foi disponibilizado pelo domínio da própria Shopee para acesso com segurança com uma conta do Google. Esse *cookie* é enviado para o servidor dos Estados Unidos para processamento e segundo a ferramenta esse país não está adequado com as regulamentações do GDPR. Isso acontece também os *cookies* “*AMP_TOKEN*”, “*test_cookie*” e “*oauth2_cs::#.apps.googleusercontent.com*”, nos quais são enviados aos servidores dos Estados Unidos. O *cookie* com o nome “*firebase-installations-database#firebase-installations-store*”, identificado pela ferramenta, é enviado para Singapura, que também é um país não adequado com o GDPR.

Percebe-se que mesmo sendo *cookie* necessário, permitido pelas regulamentações, ainda há questões preocupantes em relação à proteção dos dados como o tempo de permanência do *cookie* e os países de envio dos dados.

Dos 7 *cookies* identificados na categoria de *cookies* estatísticos, somente o *cookie* “*collect*” pertence a uma empresa terceira, os demais são da própria Shopee. O tempo de expiração desses *cookies* são distintos, sendo desde *cookies* de sessão com duração de dois anos. Os Estados Unidos foi o país que mais sobressaiu com o recebimento dos *cookies*, dos sete *cookies* identificados nessa categoria cinco foram enviados a esse país para processamento, sendo dois *cookies* enviados à Irlanda, que é um país adequado com o GDPR.

Na categoria de *cookies* de *marketing*, foi identificado nove *cookies*, sendo quatro desses *cookies* do tipo Pixel, que é normal nesse tipo de categoria, pois normalmente os *cookies* vêm por meio de imagens de produtos despertando mais a atenção do usuário.

Dos 50 *cookies* identificados pela ferramenta, 28 não foram classificados, ou seja, não possui a descrição do *cookie*. Foi possível identificar um número expressivo de *cookie* com tempo de expiração com média de 20 anos. Esses *cookies* são do próprio domínio da Shopee e foram identificados em *links* distintos.

Essa análise permitiu identificar que a coleta de dados é realizada pelo site, usando tecnologia como *cookies*, uma série de empresas terceiras obtendo dados dos usuários, tipos e categorias de *cookies* distintos com tempo grande de expiração, e essas informações não estão claras aos usuários, pois não são disponibilizadas de forma fácil.

6.5 Magazine Luiza

O *site* da Magazine Luiza tornou-se um grande ecossistema digital, com mais de 105 milhões de acessos únicos e esteve em 5º lugar dos *sites* mais acessados em março de 2022. O *site* apresenta um *design* atrativo aos usuários, com *links* direcionando para produtos, promoções e informações específicas do *site*. Ao acessar o *site*, é disponibilizado ao usuário a informação sobre o uso de *cookies* com um *link* que direciona o usuário para a política de privacidade do *site*, caso o usuário queira obter mais informações, senão, o consentimento é dado a partir do botão “Entendi” e “Fechar”. Essa mensagem não apresenta a opção de personalização de *cookies*, dessa forma, ao clicar no botão o usuário aceitará o uso de *cookies*, sem mesmo saber quais tipos de *cookies* está aceitando.

No acesso a política de privacidade, o termo consentimento está vinculado à revogação do consentimento, o consentimento na eliminação dos dados pessoais e a possibilidade de não fornecer o consentimento e sobre as consequências da negativa. Entretanto, embora a política apresente essas menções sobre consentimento, a descrição sobre cada item é vaga, não apresenta detalhes, conforme apresentado no Quadro 6.

A referência sobre *cookies* na política de privacidade do *site* encontra-se no item “**Cookies e Tecnologias de Monitoramento**”. Este item, apresenta uma breve descrição sobre *cookies*, não traz detalhes sobre tipo, categorias e lista de *cookies* nos quais são inseridos na página (Quadro 7). No item “**Com quem nós podemos compartilhar os dados pessoais**” é informado ao usuário sobre o compartilhamento dos dados com empresas parceiras, porém, não está claro aos usuários quais são essas empresas. Na identificação da coleta de *cookies*, foi

encontrado 34 domínios de empresas distintas nas quais coletam dados de usuários por meio do *site* da Magazine Luiza, no entanto, esta lista não está detalhada na política de privacidade do *site*, desta forma, mesmo que o usuário leia a política essa informação não estará disponibilizada.

Foram identificados pela ferramenta Cookiebot um total de 129 *cookies*, nos quais foram classificados em *cookies* necessários, estatísticos e de *marketing*. Esta classificação dos *cookies* não é discriminada na política, sendo assim, o usuário não tem ciência do que está consentindo, uma vez que as regulamentações de proteção de dados, estabelece que o usuário tem que ter opção de escolha em consentir a coleta de seus dados por *cookies*. A ferramenta identificou também que os *cookies* são enviados para o Reino Unido para processamento dos dados. A política de privacidade do *site* informa no item “Transferência internacional de dados pessoais”, que “alguns de seus dados pessoais poderão ser transferidos para outros países [...]”, no entanto, não é relatado para qual país.

A categoria que mais se sobressaiu foi a de *cookie* de *marketing*, totalizando em 76 *cookies*, nos quais podem estar distribuídos em imagens e *links* do próprio *site* ou de alguma empresa terceira. Na sequência vem a categoria de *cookies* estatísticos, com um total de 19 *cookies*, esses *cookies* são responsáveis pelas análises de navegação do usuário no *site*, nesta categoria foram identificadas 5 empresas diferentes. A distribuição dos *cookies* estavam presentes em diversos *links*, por exemplo, o *cookie* “_hjSessionUser_#”, foi encontrado no *link* <https://www.magazineluiza.com.br/informatica-e-acessorios/l/ia/>, esse *cookie* tem a finalidade de verificar a quantidade de visitas e o tempo de permanência no *site*. Outros *cookies* como “_hjSession_#”, “c.gif”, “collect” possuem a mesma finalidade, sendo que cada um desses *cookies* pertence a uma empresa diferente e *links* distintos, ou seja, cada clique em um determinado produto ou *link* o usuário está deixando vestígios de dados, não só para o *site* de navegação, mas também para outros domínios de *sites*.

Além do domínio do próprio *site* da Magazine Luiza, outras empresas como doubleclick.net, google.com, facebook.com, youtube.com foram identificadas, ou seja, o usuário ao acessar o *site* disponibilizará dados não somente ao *site* da Magazine Luiza, mas sim a diversas outras empresas. Esse tipo de *cookie* foi identificado em diversos *links*, principalmente em anúncios de produtos em promoção.

Dos 129 *cookies* identificados pela ferramenta, 29 não foram classificados, ou seja, não se sabe a finalidade deles. Dentre esses *cookies*, destaca-se o *cookie* “_bid”, com uma permanência de 60 anos e que foi encontrado na página inicial do *site* sendo do próprio domínio da Magazine Luiza. Esse *cookie* pode ser considerado como “eterno”, pois enquanto o usuário

não o excluir do computador, este permanecerá instalado coletando dados em cada acesso ao *site*.

6.6 Aliexpress

A menção ao consentimento na política de privacidade está explícita em diversos itens, dentre eles em uma referência a coleta de dados utilizando *cookies*, conforme apresentado no Quadro 6. Outras referências se dão na disponibilização de dados por parte de pessoas menores de idade, em que há a possibilidade de revogar o consentimento por parte dos pais, caso o consentimento não tenha sido autorizado por eles. Em relação ao tratamento dos dados a menção ao consentimento principalmente na disponibilização dos dados a empresas terceiras. A política menciona também o direito da revogação ao tratamento de dados, porém, não está nítido como proceder essa ação.

Sobre a disponibilização da informação ao usuário sobre a forma de coleta de dados, o *site* não utiliza nenhum recurso visível, porém, em sua política de privacidade é mencionado a utilização de *cookies* como recurso de coleta de dados que está descrito no item específico sobre “*Cookies*”. Essa seção explica como o *site* utiliza *cookies* para reconhecer o usuário quando visita o *site*, explica o que é esse recurso e o direito de como o usuário controlar os *cookies*.

Interessante explicitar que o *site* apresenta uma descrição das categorias dos *cookies* que utilizam, esse quadro é dividido em colunas com os atributos “tipos de *cookies*”, “quem fornecem esses *cookies*” e “como recusar” *cookies*.

Na coluna “tipos de *cookies*” é apresentado a categoria de cookies que o *site* utiliza, sendo *cookies* essenciais, *cookies* de análise, *cookies* de personalização e personalidade, *cookies* de *marketing* e *cookies* de redes sociais com uma descrição da finalidade de cada categoria. Na coluna “quem fornece esses *cookies*” é apresentada uma lista de empresas terceiras que fornecem os *cookies* para coleta de dados, dentre elas aparece a Google, Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest. E na coluna “como recusar” é informado a ação para recusar os *cookies*, porém, com exceção da linha referente aos *cookies* necessários, às demais direcionam o usuário à leitura “Como controlar os *cookies*” que se encontra como um item no documento da política de privacidade do *site*. Entretanto, o tópico apresenta formas de configurações que o usuário precisa realizar, caso deseje controlar os *cookies* e neste caso, o usuário precisa ter habilidades técnicas para executar essas ações.

Embora o *site* apresente uma classificação de *cookies* e empresas terceiras, como forma de deixar o usuário ciente da coleta dos dados, não é disponibilizado essa informação de forma

visível, ou seja, para o usuário ter ciência da coleta de dados e uso de *cookies*, é necessário ler a política de privacidade do *site*.

Mesmo com a informação sobre a categoria de *cookies*, o *site* não apresenta um inventário dos *cookies*, conforme a ferramenta Cookiebot apresentou. No relatório da ferramenta foram identificados 158 *cookies*, sendo 49 não classificados pela ferramenta. Esses *cookies* pertencem a diversas empresas terceiras, no total foram identificadas pela ferramenta 41 domínios únicos de empresas, enquanto na política de privacidade do *site* foram classificadas 39. Somente o domínio “aliexpress.com”; “facebook.com” e “google.com” foram semelhantes, ou seja, foram identificadas em ambos os relatórios.

Em relação ao processamento de dados, a política de privacidade do *site* informa que os dados serão tratados internacionalmente através da plataforma dos Estados Unidos, Rússia, Alemanha, China e/ou Singapura, dependendo do país em que estiver localizado. A política informa ainda, que estes países têm leis de proteção de dados diferentes das leis do país do usuário, além de haver transferências internacionais das suas informações entre os países acima mencionados. A política declara ainda que as leis de algum desses países podem não ser tão “protetoras”.

No caso da Alemanha, a Lei Federal de Proteção de Dados Pessoais (Federal Data Protection Act of 30 June 2017) é a principal determinação legal para proteção de dados que visa proteger dados pessoais do processamento e uso pelas autoridades federais e órgãos públicos. A Alemanha alterou sua lei de proteção de dados em junho de 2017, que alinha com os requisitos do Regulamento (UE) 2016/679, sendo o primeiro estado-membro da UE que realizou as adequações de acordo com o novo regulamento (LIBRARY OF CONGRESS, 2018).

Os Estados Unidos não possuem uma legislação única para proteção de dados pessoais, uma vez que, utilizam uma abordagem setorial que depende da combinação entre legislação, regulamentação e autorregulação. Possuem cerca de 20 leis nacionais específicas de privacidade ou de segurança de dados, e centenas de leis entre seus 50 estados e territórios (HALPERT; KASHATUS; LUCENTE, 2017). A gênese das leis de privacidade nos Estados Unidos foi a Fair Credit Reporting Act, de 1970, e a Privacy Act, de 1974.

Singapura é regulamentada pela Lei de Proteção de Dados Pessoais de 2012, essa lei abarca além da proteção de dados pessoais, a transferência de dados pessoais internacionalmente para processamento. O uso de consentimento é mencionado na legislação, no entanto, não é explícito regras para o uso de *cookies* (SINGAPORE, 2022).

No relatório da ferramenta, o Reino Unido aparece como o principal país de processamento dos dados. O Reino Unido implementou a Diretiva de Proteção de Dados da EU

95/46/EC em março de 2000 por meio da Lei de Proteção de Dados de 1998 (Data Protection Act), como o restante da União Europeia (DYSON; McKEAN, 2018). Devido ao Regulamento (UE) 2016/679, o Reino Unido implanta a Data Protection Act 2018, com o objetivo de disponibilizar regulamentação de tratamento de informações relacionadas a indivíduos, prevendo um código de prática de *marketing* direto (UNITED KINGDOM, 2018). A Data Protection Act 2018 complementa o Regulamento (UE) 2016/679 e trata tipos de processamento ao qual esse regulamento não trata.

Outros países como Estados Unidos, Irlanda, China, Alemanha, Singapura e França também aparecem no relatório da ferramenta, porém, recebendo *cookies* específicos como exemplo o *cookie* “*umeh*” vindo do domínio da empresa 360yield.com e enviado para a Irlanda.

A Irlanda adota a Lei de Proteção de Dados de 1988 (Data Protection Act 1988), alterada pela Lei de Proteção de Dados de 2018 (Data Protection Act 2018), que implementou o Regulamento (UE) 2016/679 no dia 25 de maio de 2018. A lei define o termo processamento de forma ampla, definido como qualquer operação relacionada aos dados, seja automaticamente ou não, incluindo, coleta, registro, armazenamento, alteração, consulta (CORBET et al., 2018). Além da Lei de Proteção de dados, a Irlanda aderiu às diretrizes do European Communities (Electronic Communications Networks and Services) (Privacy and Electronic Communications) Regulations (2011) (ePrivacy Regulations), que estabelecem regras de proteção de dados relacionadas com *marketing*, redes e serviços eletrônicos, incluindo questões com dados de localização e *cookies* (NOLAN, 2018).

Na análise em relação ao tempo de expiração dos *cookies*, aparecem *cookies* com duração de 68 anos, o que podem ser considerados *cookies* eternos. Dos 158 *cookies* identificados, 13 possuem esse tempo de expiração, com finalidades distintas e vindo de domínio diferentes.

Nessa análise percebeu-se que a informação sobre a coleta de *cookies* é disponibilizada aos usuários, porém, não de forma visível e de fácil compreensão, pois para entender como é realizado o processo de coleta de dados o usuário precisa acessar a política de privacidade do *site* e muitos dos tópicos não deixando claro aos usuários, pois vem com informações técnicas com poucas explicações.

O consentimento do uso de *cookies* na coleta de dados somente aparece em parágrafos simples na política de privacidade do *site*. Na verdade, o usuário não fica ciente do que está acontecendo durante a navegação pelo *site*, ou seja, o que ele está consentindo, pois mesmo com a leitura da política não fica claro essa informação e nenhum recurso como “avisos de

cookies” são disponibilizados aos usuários, recurso este que pode deixar o usuário mais ciente sobre as questões de coleta de dados.

6.7 Microsoft

A menção ao consentimento na política de privacidade do *site* está explícita no sentido de compartilhamento dos dados pessoais e nas transações de um produto ou serviço solicitado, essa informação fica descrita no item “Motivos pelos quais compartilhamos dados pessoais”. A política faz uma menção exclusiva às tecnologias de coleta de dados nas quais o *site* utiliza, este item descreve o uso de *cookies* e informa que o usuário pode retirar o consentimento do uso de *cookies*, conforme apresentado no Quadro 6.

Sobre o uso de *cookies*, o *site* não expõe de forma clara os motivos pelos quais utilizam *cookies* para tratamento de dados, o que pode ser lido no item “*Cookies* e tecnologias semelhantes”. Este item, apresenta uma definição de *cookies* e o porquê utilizam esse recurso para coleta de dados

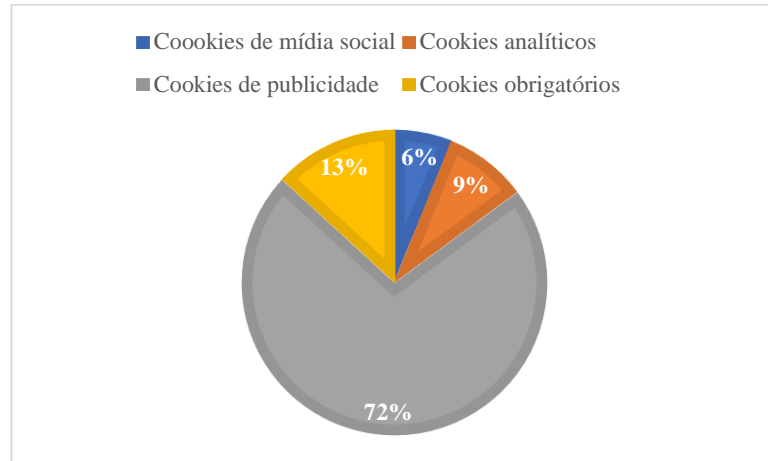
Nós usamos *cookies* e tecnologias semelhantes para armazenar e respeitar suas preferências e configurações, permitir que você faça *login*, fornecer publicidade baseada em interesses, combater fraudes, analisar o desempenho de nossos produtos e atender a outras finalidades legítimas (MICROSOFT, 2022, grifo nosso).

Além dessa descrição sobre o uso de *cookies*, a política descreve de forma detalhada o que o *site* faz com os *cookies* e apresenta uma lista de *cookies* nas quais utiliza informando que “essa lista não é abrangente, mas pretende ilustrar os principais objetivos pelos quais geralmente colocamos *cookies*”.

A lista na qual fica disponível na política, apresenta somente 13 *cookies* com sua definição, no entanto, a política faz uma menção às empresas terceiras nas quais definem *cookies* quando visitam *sites* da Microsoft. Essa lista pode ser acessada no *link* sobre “Inventários de *cookies* de terceiros”. Esse Inventário é dividido em “*cookies* de mídia social”, “*cookies* analíticos”, “*cookies* de publicidade” e “*cookies* obrigatórios”. Na expansão de cada tipo de *cookie*, é apresentado um quadro com os atributos “nome do *cookie*”, “provedor de *cookie* e *link* de privacidade” e “descrição do *cookie*”. Este quadro vai de encontro com o relatório da ferramenta Cookiebot, pois os atributos são semelhantes, o que entende que o *site* segue diretrizes propostas pelo GDPR, pois a ferramenta é totalmente baseada nas diretrizes de regulamentações de proteção de dados. No total, são 410 *cookies* descritos no quadro com seu domínio e finalidade distribuídos em *cookies* de mídia social, *cookies* analíticos, *cookies* de

publicidade e *cookies* obrigatórios, conforme Figura 19.

Figura 19 - Categorias de cookies do *site* Microsoft



Fonte: Elaborado pela autora.

Percebe-se um número expressivo de *cookies* de publicidade, a Microsoft define esses *cookies* como uma forma de [...] “rastrear quais anúncios você clica ou compras que você faz depois de clicar em um anúncio para fins de pagamento e para mostrar anúncios que são mais relevantes para você” (MICROSOFT, 2022).

A categoria de *cookies* de mídia social apresenta características semelhantes ao de publicidade, pode-se entender que é um completo a categoria de *cookies* de publicidade, pois o *site* explica que usa cookies de mídia social para

[...] mostrar a você anúncios e conteúdo com base em seus perfis de mídia social e atividades em nossos *sites*. Eles são usados para conectar sua atividade em nossos sites aos seus perfis de mídia social para que os anúncios e o conteúdo que você vê em nossos *sites* e nas mídias sociais reflitam melhor seus interesses (MICROSOFT, 2022, grifo nosso).

As empresas terceiras destacadas no quadro do *site* são semelhantes em ambas as categorias, domínios como facebook.com, google.com., twitter.com, pinterest.com se fazem presentes.

No total foram registradas 351 empresas terceiras inserido [inserindo?] *cookies* no *site* e coletando dados por meio deles, por exemplo, o *cookie* “presence” no qual pertence ao Facebook, ele coleta dados sobre os interesses dos usuários por meio de *widgets*, como o botão “Curtir” encontrado em muitos *sites*. Isso é usado para promover publicidade direcionada a seus usuários quando estiverem conectados aos seus serviços. O *cookie* “remember_checked_on” é fornecido pelo Twitter para monitorar os *links* de referências e o status de logon. Ele costuma estar presente quando há um botão “Tweetar isso”, ou outro *widget* do Twitter presente no *site*.

Percebe-se que as ações de coleta de dados ocorrem nas atividades mais atrativas do *site*, ou seja, em um simples clique para “curtir” um *post*, porém, para o usuário ter conhecimento sobre o que acontece ao navegar pelo *site*, em relação aos seus dados, é necessário ter conhecimento técnico ou ler a política de privacidade do site e interpretar as definições sobre essas ações.

Além da política de privacidade, o *site* disponibiliza um “aviso” no cabeçalho do *site* informando o usuário sobre o uso de *cookies*. Este aviso possui um *link* para a política de privacidade do *site* e um *link* para informações sobre *cookies* e terceiros. O usuário tem a opção de “Aceitar”, “Rejeitar” ou de “Gerenciar os *cookies*”. A opção de gerenciamento de *cookies* permite ao usuário configurar as preferências de *cookies* entre *cookies* de análise, *cookies* de mídias sociais e publicidade por meio das opções de aceitar ou rejeitar, além de ter a opção de redefinir tudo o que foi marcado.

Em comparação com o relatório disponibilizado pela ferramenta Cookiebot, foram identificados somente 77 *cookies*, distribuídos entre as categorias de *cookies* necessários, *marketing*, estatístico e preferência, sendo a categoria de *marketing* com maior número de *cookies*. A quantidade de empresas terceiras identificadas no relatório também foi menor, foram 44 domínios únicos. A coleta de *cookies* por meio da ferramenta foi realizada no dia 07 de abril de 2022, o resultado da coleta pode variar a cada dia, uma vez que o *site* é atualizado constantemente, aumentando ou diminuindo a quantidade de *cookies* ou até mesmo empresas terceiras.

Dos *cookies* identificados pela ferramenta, 74% foram *cookies* do tipo HTTP, ou seja, são *cookies* que estão incorporados diretamente no código e são enviados pelo servidor. Os *cookies* do tipo HTML, nos quais normalmente vêm por meio de mensagens, como exemplo, os “avisos de *cookies*”. O tipo pixel corresponde 9% do total dos *cookies* identificados, esses *cookies* podem estar em imagens de produtos, o que pode chamar mais atenção por parte do usuário.

Dos *cookies* identificados, o maior tempo de expiração foi de 2 anos, no total foram 3 *cookies* com esse tempo, pois a maioria o tempo de permanência se deu em dias ou até por sessão. Dos 77 *cookies* identificados, somente 10 não foram classificados pela ferramenta, informações de tipo de *cookies*, tempo de expiração e empresa terceira foi possível identificar. O resultado completo pode ser conferido no Apêndice A.

Para processamento dos dados a ferramenta identificou o país de destino a Irlanda, na política de privacidade não foi identificado essa menção.

O *site* da Microsoft foi uns que mais informações apresentou informações a respeito da coleta de dados, disponibilizando a informação sobre a coleta de dados por *cookies* por meio de

“avisos de *cookies*”, possibilitando aos usuários personalização de *cookies* e com *links* para leitura da política de privacidade e um item exclusivo de *cookies*. A política trouxe o inventário de *cookies* e de empresas terceiras, algo importante para que o usuário possa entender mais sobre este recurso de coleta de dados, pois para muitos usuários este termo não é conhecido. Ainda que o *site* apresente diversas informações a respeito da coleta de dados em sua política de privacidade, ainda o primeiro contato com o usuário, as informações sobre o uso de *cookies* e personalização não são bem claras para um usuário leigo.

6.8 Casas Bahia

O *site* das Casas Bahia apresenta um “aviso de *cookie*” aos usuários informando que utilizam *cookies* para coleta de dados. Junto com essa informação, disponibiliza a opção para o usuário personalizar os *cookies*. Com exceção dos *cookies* necessários que estão sempre ativos, os *cookies* de publicidade, análise/personalização e desempenho /funcionalidade o usuário pode configurar se aceita ou rejeita esses *cookies*. O quadro com as opções de personalização de cada categoria de *cookie* apresenta uma breve descrição com definições de cada categoria, no entanto, as opções já vêm pré-marcadas, dessa forma caso a intenção do usuário não seja autorizar a coleta de um determinado *cookie*, precisa se atentar a essa situação. As caixas pré-selecionadas não estão de acordo com as regulamentações de proteção de dados.

O “aviso de *cookie*” apresenta também um botão em destaque de “Aceitar *Cookies*”, o que pode fazer com que o usuário aceite sem mesmo saber o que está consentindo devido a sua evidência. As demais informações vêm por meio de *link*, como o acesso a Política de Privacidade e Personalização de *Cookie*.

Ao clicar no *link* da política de privacidade, informações sobre a coleta de dados são disponibilizadas ao usuário. A menção à coleta de dados está atrelada ao consentimento, conforme o Quadro 4, em que o *site* solicita o consentimento do usuário para tratamento de dados, principalmente em operações financeiras. Pouco é informado na política sobre *cookies*, mesmo utilizando recursos visuais para essa informação.

No acesso a política de privacidade é disponibilizado outro aviso em forma de *banner* informando sobre o uso de *cookies*, porém sem muitas informações.

Na coleta realizada pela ferramenta Cookiebot foram identificados somente dois *cookies* sendo do próprio domínio das Casas Bahia sendo um da categoria dos *cookies* necessários com tempo de expiração de 1 dia e outro sem classificação. O *cookie* identificado foi o “AKA_A2” encontrado na página inicial do *site*, sendo processado na Irlanda, país adequado com o GDPR.

O *cookie* “*ak_geo*” não foi classificado pela ferramenta, ou seja, não foi possível verificar a finalidade desse *cookie*.

Observa-se que poucas informações são disponibilizadas pelo *site* em relação a coleta de dados por *cookies*, mesmo o *site* disponibilizando de forma visual aos usuários mensagem de uso de *cookies*. O que se tem são mensagens técnicas e políticas de privacidade rasas com essas informações, o que pode fazer com que o usuário aceite e disponibilize dados sem mesmo saber o que está consentido.

6.9 Netshoes

O *site* da Netshoes utiliza como o recurso de “aviso de *cookie*” para informar ao usuário sobre a coleta de dados por *cookies*. Porém a mensagem, conforme apresentado no Quadro 5, só diz que “guarda estatísticas para melhorar sua experiência” e na sequência a opção de Concordar e Fechar e um *link* para a política de privacidade do *site*. Não apresenta opção de personalização de *cookies*. Dessa forma, se usuário continuar navegando concordará com a coleta de dados sem ter total ciência do que realmente está concordando.

No *link* da política de privacidade, a menção a consentimento, conforme o Quadro 4, surge poucas vezes atrelado com direitos do titular dos dados pessoais no sentido da revogação do consentimento e na eliminação dos dados desnecessários do titular dos dados. Sobre a revogação do consentimento a política não apresenta muitos detalhes, somente informa sobre essa possibilidade, o que dificulta essa ação ao usuário.

Sobre a coleta de dados por *cookies*, a política de privacidade do *site* apresenta um item sobre *Cookies* e Tecnologias de Monitoramento. Neste item a menção *cookies* aparece com uma breve descrição sobre o que é *cookies* e o motivo por utilizar essa tecnologia.

Observa-se que são poucas as mensagens disponibilizadas ao usuário sobre a coleta de dados e a utilização de *cookies* para tal coleta. Pois na coleta realizada pela ferramenta Cookiebot, foram identificados 167 *cookies*, distribuídos pelas categorias de *cookies* necessário, estatísticos, *marketing* e preferências, sendo a categoria de *marketing* com maior concentração de *cookies*, dos 112 *cookies* classificados, 78 são *cookies* de *marketing*, o que normalmente vem em forma de anúncios e imagens de produtos.

Foram identificadas 41 empresas terceiras, ou seja, empresas que inserem *cookies* para coleta de dados. Essa informação não é identificada na política de privacidade do *site*, o que é importante para o usuário, pois ao consentir com a coleta de dados para uso do *site*, o usuário precisa estar ciente para onde e para quem estão indo seus dados pessoais.

Outro atributo identificado pela ferramenta foi o país de destino para envio dos dados para processamento, no qual foi identificado o Reino Unido como país para processamento dos dados coletados no *site*. Essa informação não foi identificada na política de privacidade do *site*, pois a política somente informa que “[...] alguns de seus dados pessoais poderão ser transferidos para outros países” (NETSHOES, 2022).

Dos 167 *cookies*, 147 são *cookies* persistentes com tempo de expiração em média de 2 anos, poucos *cookies* foram identificados como de sessão, ou seja, com permanência no computador do usuário somente até encerrar a sessão.

A finalidade de cada *cookie* identificado no relatório da ferramenta Cookiebot pode ser conferida no Apêndice A.

Notou-se que o *site* disponibiliza informações sobre a coleta de dados e uso de ferramentas para esse processo, porém, a informação que é disponibilizada não deixa claro ao usuário o que realmente ocorre com esses dados pessoais. Não existe uma explicação concreta sobre o uso de *cookie*, para onde seus dados são enviados, sobre a existência de empresas terceiras inserindo *cookies* para coleta de dados, para o usuário consentir com consciência a coleta de seus dados.

6.10 Amazon.com

O *site* da Amazon.com não apresenta nenhum recurso como “aviso de *cookie*” para informar o usuário sobre a coleta por este recurso. A informação está em sua política de privacidade no item “**E os *cookies* e outros identificadores**”, no qual o *site* informa sobre a utilização de *cookies* para coleta de dados e disponibiliza um *link* exclusivo para maiores detalhes sobre *cookies*. Este *link* trata de informações e explicações sobre como e porque o *site* usa *cookies* e participação de empresas terceiras.

Não foi evidenciado outros atributos de *cookies* como categorias de *cookies*, quais empresas terceiras inserem *cookies*, país de transferência de dados. Observou-se que as informações contidas neste *link* sobre o uso de *cookies* pelo *site*, são descritas de forma a convencer o usuário dos benefícios de aceitar os *cookies*.

A menção ao consentimento está relacionada com a coleta de dados de menores de 13 anos sem a autorização dos pais, não foi encontrado o consentimento a respeito da coleta de dados pessoais por *cookies*.

Na coleta realizada pela ferramenta Cookiebot foram identificados 74 *cookies* distribuídos entre as categorias dos *cookies* necessários, estatísticos e *marketing*. A categoria

de cookies de *marketing* foi a que mais se destacou a respeito de quantidade de *cookies*, dos 112 *cookies* classificados pela ferramenta, 78 são de *cookies* de *marketing*.

Esses *cookies*, conforme as regulamentações de proteção de dados, precisa ser autorizado pelo usuário, no entanto, não foi encontrado este recurso para configuração e personalização de *cookies* no *site*, o que se tem é uma informação para que o usuário configure os *cookies* no navegador. Este processo pode não ser claro e de fácil entendimento ao usuário, fazendo com que o usuário aceite de forma inconsciente os termos de uso do *site* em relação a coleta de dados.

A informação sobre a participação de empresas terceiras no *site* existe, porém, não foram identificadas. Na coleta realizada pela ferramenta Cookiebot foram identificadas 28 empresas terceiras que inserem *cookies* para coleta de dados. Essas empresas pertencem a diversos países tais como Estados Unidos, China, Dinamarca, Reino Unido e Irlanda. A maior concentração dos *cookies* pertence a empresas nas quais enviam os *cookies* para processamento na Irlanda. A transferência de dados coletados para outros países para processamento também não foi identificada na política de privacidade do *site*.

A média de permanência desses *cookies* no computador do usuário é em torno de dois anos, antes disso, caso o usuário não queira que esses *cookies* permaneçam no computador, o próprio usuário precisa excluí-los.

Notou-se que a disponibilização da informação sobre a coleta de dados encontra-se somente na política de privacidade do *site*, nenhum recurso visual é disponibilizado ao usuário, como por exemplo, os avisos de *cookies*. Caso o usuário não acesse a política do *site*, este está aceitando automaticamente as condições de coleta de dados estabelecidas pelo *site*. O que pode tornar o usuário insciente nas condições de consentimento de coleta de seus dados pessoais.

6.11 Considerações finais

Este capítulo abordou possíveis fatores que podem contribuir para a insciência do usuário em relação ao consentimento na coleta de dados por *cookies*. Fatores estes que estão ligados a falta de informação e clareza na especificação da informação sobre o que é de fato coletado pelos *sites*, que pode ser observado tanto nas políticas de privacidade como nos avisos de consentimento de *cookies*, destacados nas análises por *site* e representados no Quadro 10. Por meio das análises, foi possível extrair os principais elementos para manter o usuário informado sobre o tratamento dos dados de forma consciente.

Esses elementos foram representados em forma de pergunta, a cada resposta “sim”, indica maior qualidade na informação disponibilizada pelos *sites* aos usuários e mais de acordo com o artigo Art. 9º da LGPD onde “[...] o titular tem direito ao acesso facilitado às informações sobre o tratamento de seus dados, que deverão ser disponibilizadas de forma clara, adequada e ostensiva acerca de, entre outras características previstas em regulamentação para o atendimento do princípio do livre acesso” (BRASIL, 2018), relacionados aos seguintes critérios: finalidade específica do tratamento; forma e duração do tratamento, observados os segredos comercial e industrial; identificação do controlador; informações de contato do controlador; informações acerca do uso compartilhado de dados pelo controlador e a finalidade; responsabilidades dos agentes que realizarão o tratamento; e direitos do titular, com menção explícita aos direitos contidos no art. 18 desta Lei.

Dessa forma, o Quadro 10 está estruturado da esquerda para direita com as seguintes colunas: fatores (fatores identificados que contribuem para proteção de dados, caso o *site* utilize de forma correta), *site* (os *sites* estudados nesta pesquisa) e as subcolunas (Sim, Não ou Parcialmente). As respostas “Não”, indicam que o *site* não aplica ou cita determinado conteúdo na disponibilização da informação, as respostas “parcialmente”, indica que o *site* aplica o conteúdo, porém, com poucas explicações. E as respostas “Sim”, aplicabilidade total do conteúdo em questão.

Quadro 10 - Elementos interpretados nas políticas de privacidade e na coleta de *cookies*

| Elementos | Empresas | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---------------|-----|--------------|------------|-----|--------------|---------------|-----|--------------|--------|-----|--------------|----------------|-----|--------------|------------|-----|--------------|-----------|-----|--------------|-------------|-----|--------------|----------|-----|--------------|------------|---|--|
| | Mercado Livre | | | Americanas | | | Amazon Brasil | | | Shopee | | | Magazine Luiza | | | Aliexpress | | | Microsoft | | | Casas Bahia | | | Netshoes | | | Amazon.com | | |
| | Sim | Não | Parcialmente | Sim | Não | Parcialmente | Sim | Não | Parcialmente | Sim | Não | Parcialmente | Sim | Não | Parcialmente | Sim | Não | Parcialmente | Sim | Não | Parcialmente | Sim | Não | Parcialmente | Sim | Não | Parcialmente | | | |
| ... os tipos de dados coletados por <i>cookies</i> ? | | X | | | X | | | | | X | | | X | | | X | | | X | | | X | | | X | | | X | | |
| ... a finalidade da coleta? | | | X | | | X | | | X | | | X | | | X | | | X | | | X | | | X | | | X | | X | |
| ... o tratamento de dados pessoais (finalidade e como é feito)? | | | X | | X | | | X | | | X | | X | | | X | | X | | | X | | | X | | | X | | X | |
| ... o armazenamento dos dados pessoais coletados por <i>cookies</i> ? | | X | | | X | | | X | | | X | | X | | | X | | X | | | X | | | X | | | X | | X | |
| ... o tempo de armazenamento dos dados coletados por <i>cookies</i> ? | | X | | | X | | | X | | | X | | X | | | X | | X | | | X | | | X | | | X | | X | |
| ... o local de armazenamento dos dados? | | X | | | X | | | X | | | X | | X | | | X | | X | | | X | | | X | | | X | | X | |
| ... as categorias de <i>cookies</i> ? | | | X | | X | | | X | | | X | | X | | | X | | X | | | X | | | X | | | X | | X | |
| ... a coleta de dados nos avisos de consentimento? | | X | | | X | | | X | | | X | | X | | | X | | X | | | X | | | X | | | X | | X | |
| ... a revogação do consentimento? | | | X | | X | | | X | | | X | | X | | | X | | X | | | X | | | X | | | X | | | |
| ... o uso de dados pessoais por terceiros, abordando sobre quando e como esta atividade é empregada? | | X | | | X | | | X | | | X | | | | X | | X | | | X | | | X | | | X | | | X | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|---|--|--|---|--|--|---|--|--|---|--|--|---|--|--|---|--|--|---|--|--|---|
| ... o tempo de expiração dos <i>cookies</i> ? | | X | | | X | | | X | | | X | | | X | | | X | | | X | | | X |
| ... a autonomia para rejeitar e/ou alterar configurações que afetam a coleta, uso e compartilhamento de dados pessoais antes do usuário iniciar a utilização? | | X | | | X | | | X | | | X | | | X | | | X | | | X | | | X |
| ... o direito de dar o consentimento na coleta de dados de forma separada? | | X | | | X | | | X | | | X | | | X | | | X | | | X | | | X |

Fonte: Elaborado pela autora.

O Quadro 10 apresentou uma síntese das análises realizadas por *site*, por meio da interpretação das políticas de privacidade, análises dos avisos de consentimento de *cookies* e coleta de *cookies* realizada com o auxílio da ferramenta Cookiebot.

Dessa forma, foi possível observar que, embora as políticas de privacidade apontam fatores em relação a coleta de dados, observa-se políticas extensas com pouca clareza no mapeamento dos dados pessoais, na finalidade no uso dos dados, nas bases legais que legitimam o tratamento e a forma de atendimento aos direitos do titular como acesso, retificação, exclusão, revogação de consentimento, oposição, informação sobre possíveis compartilhamentos com terceiros e portabilidade.

Observa-se que muitas das determinações estabelecidas pelas regulamentações de proteção de dados não são aplicados em totalidade nos *sites* estudados, ou seja, a forma como os *sites* estão disponibilizando as informações pode contribuir para que ocorra a insciência do usuário sobre o processo do consentimento na coleta de dados. Dessa forma, entende-se que se o usuário não tem conhecimento sobre como é tratado os dados ele não tem controle sobre seus dados.

Assim, melhorias para essa falta de clareza nas informações em relação a esses fatores, é necessário à concretização de políticas de privacidade e práticas que preze pela facilidade de leitura, clareza e interpretação dos fatos por parte de qualquer usuário que acesse esses *sites*.

6 CONCLUSÕES

O consentimento na coleta de dados ganha notoriedade nos *sites* devido ao surgimento de regulamentações para proteção de dados pessoais, destaque para a LGPD no Brasil e o GDPR na Europa. Essas regulamentações têm exigido que *sites* disponibilizem meios para que o usuário dê o consentimento para a coleta de dados ou recuse essa atividade. Esta Tese delineou uma investigação para analisar o contexto que favorece a insciência do usuário enquanto alvo de coleta de dados por *cookies* em *sites*.

Como contribuições acadêmicas, nos procedimentos metodológicos desta pesquisa, foi realizada uma revisão teórica sobre os principais temas envolvidos no consentimento, sendo possível entender o conceito e os aspectos técnicos envolvendo as práticas de consentimento nos *sites*, práticas essas, que pode favorecer a insciência do usuário em relação ao consentimento na coleta de seus dados na interação com os *sites*, o que pode reduzir o controle sobre seus dados.

Considerou-se neste trabalho que a insciência do usuário diante da coleta de dados pode ser confirmada pela falta de informação presentes nos *sites* a respeito das ações que estão envolvidas seus dados, ações estas, estão relacionadas pelas formas como as políticas disponibilizam informações para os usuários, visto que, as políticas não facilitam para que os usuários possam ter conhecimento sobre o processo de coleta de dados, pois notou-se políticas de privacidade longas e complexas, e muitas vezes escritas em linguagem jurídica que podem ser difíceis de entender para a maioria dos usuários. Além disso, sem informações específicas sobre como os dados serão coletados, compartilhados e utilizados. Isso pode fazer com que usuários não entendam completamente como seus dados pessoais serão usados ou compartilhados.

Nas políticas de privacidade, notou-se também, poucas explicações sobre *cookies*, ou seja, as políticas abordam os *cookies* como forma de benefício ao usuário. Essa falta de explicações mais detalhadas, claras e transparentes pode fazer com que o usuário inadvertidamente conceda o consentimento para a coleta de dados sem entender completamente o que está sendo coletado e como será o tratamento de seus dados.

Em relação aos avisos de consentimento de *cookies*, disponibilizados pelos *sites*, para coleta de dados é recorrente na maioria dos *sites* analisados, no entanto, esses avisos apresentam mensagens curtas, informando somente sobre o uso de *cookies* como forma de benefício ao usuário. As opções nas quais são disponibilizadas aos usuários para consentir com a coleta, apresentam em forma de botão, muitas vezes sendo mascarado, pois a maioria apresenta

somente botão com a opção de “Entendi”, o que caracteriza, para os *sites*, o consentimento do usuário para a coleta de dados.

No entanto, esse “Entendi”, pode levar os dados a uma série de ações nas quais são opacas aos usuários, como inserção de *cookies* no computador do usuário, nos quais esses *cookies* podem permanecer por muitos anos no computador do usuário coletando dados e compartilhando esses dados com terceiros.

Assim, o que se tem são avisos de consentimento confusos e complexos, fazendo com que muitos usuários acabam[em] aceitando *cookies* sem saber realmente o que estão permitindo.

Por essas razões, é importante que os avisos de consentimento de *cookies* sejam mais claros e informativos, para que os usuários possam tomar decisões informadas sobre a privacidade de suas informações.

A identificação dos *cookies*, por meio da ferramenta Cookiebot, revelou uma quantidade expressiva de *cookies* que são utilizados pelos *sites* como meio de coleta de dados. Essa lista apresenta informações importantes que podem impactar na decisão do usuário em aceitar ou não o uso de *cookies* pelos sites, por exemplo, a quantidade de empresas terceiras presentes nos *sites* e o compartilhamento desses dados muitas vezes de forma internacional.

Quando o usuário aceita o uso de *cookies*, automaticamente, está permitindo com que essas empresas colem dados por meio dos *cookies* inseridos na página do *site*. Esses *cookies*, podem permanecer no computador do usuário por um longo período, até mesmo por muitos anos e, enquanto eles permanecerem no computador eles continuam coletando dados.

Notou-se que, existe um esforço dos *sites* em estar em conformidade com as regulamentações, porém, alguns ainda apresentam deficiências na maneira de como abordam o usuário nas questões vinculadas ao consentimento na coleta de dados, descaracterizando muitas das determinações presentes nas legislações, pois as leis que amparam as questões de proteção de dados determinam diretrizes, para proporcionar a consciência sobre a coleta de dados, por meio do consentimento e da transparência sobre essa atividade, no entanto, o que se tem são políticas de privacidade e práticas de consentimento com informações rasas ao indicar os possíveis dados que o *site* terá acesso.

Por meio da interpretação das políticas de privacidade, identificação de *cookies* e práticas adotadas pelos *sites* para coleta de dados, foi possível revelar uma série de ações que são realizadas com os dados pessoais de usuários, nas quais muitas vezes são opacas aos usuários, pois percebeu-se que muitas dessas ações não são informadas, ou não estão claras aos usuários. Dessa forma, essa falta de informação caracterizada nos *sites* contribui para um

cenário que favorece a insciência do usuário, fazendo que o usuário não tenha total controle sobre seus dados.

Neste contexto, um movimento de descontinuar ou limitar o uso de cookies de terceiros em navegadores web, está sendo discutido [colocar citação para essa informação] na indústria de tecnologia e publicidade digital, justamente por violar a privacidade dos usuários, uma vez que permitem que terceiros coletam informações sobre o comportamento de navegação sem o consentimento explícito do usuário.

Como alternativa aos cookies, tem-se discutido a adoção de tecnologias que permitam a personalização de conteúdo e publicidade de forma mais transparente e consentida pelos usuários, como o uso de tecnologias de privacidade como o Privacy Sandbox do Google, que busca fornecer formas mais seguras e privadas de rastreamento de anúncios (E-COMMERCE BRASIL, 2023). Essa alternativa estava prevista para 2022, foi adiada para 2023 e agora está prevista para o segundo semestre de 2024.

Enquanto essa mudança não ocorre, os cookies continuam como o recurso mais utilizado pelos sites para coleta de dados, assim, acredita-se que o consentimento na coleta de dados, quando adequado com as regulamentações, possa ser o elemento primordial no tratamento de dados resultantes do uso dos *cookies*. Entende-se também que manter o alcance da transparência nas informações disponibilizadas aos usuários, pode ser requisito fundamental para garantir o direito do usuário em manter o controle sobre seus dados pessoais.

Assim, a opacidade no processo de coleta de dados por cookies pode resultar na falta de conscientização por parte do usuário sobre o que está sendo coletado e como está sendo usado, pois muitos usuários podem não estar cientes de que suas informações estão sendo coletadas, como elas estão sendo usadas e com quem estão sendo compartilhadas. Isso pode levar a uma sensação de falta de controle sobre seus dados pessoais.

6.1 Trabalhos futuros

Considera-se a realização de estudos futuros no sentido de propor uma amostra maior de *sites* para coleta de dados empregando métodos estatísticos, para análises sobre os dados coletados por *cookies* ou por outras ferramentas de coleta de dados, a fim de identificar novas descobertas por meio dos cruzamentos de dados.

Outros desdobramentos também podem ser mencionados, por exemplo, melhoria da usabilidade do consentimento de *cookies*, pois os usuários geralmente são solicitados a dar consentimento para o uso de *cookies* ao visitar *sites*, mas a experiência pode ser confusa e

ineficaz. Trabalhos futuros poderiam explorar maneiras de melhorar a usabilidade desses avisos de consentimento, para que os usuários possam fazer escolhas informadas e conscientes sobre o uso de *cookies* ou outras tecnologias de coleta de dados.

Por fim, uma análise mais aprofundada dos efeitos das políticas de privacidade e consentimento de *cookies* na capacidade dos usuários de encontrar informações relevantes nos sites. O estudo poderia investigar se a proliferação de avisos de consentimento e outras notificações de privacidade torna mais difícil para os usuários encontrar as informações que eles realmente procuram, ou se isso tem um efeito positivo na conscientização dos usuários sobre as práticas de privacidade dos sites que eles visitam, além de estudos de comportamento informacional.

REFERÊNCIAS

AFFONSO, E. P. **A insciência do usuário na fase de coleta de dados: privacidade em foco.** 2018. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Filosofia e Ciências, Marília, 2018.

AFFONSO, E. P.; SANTANA, R. C. G. Privacy awareness issues in user data collection by digital libraries. **IFLA Journal**, Munchen, v. 44, p. 170-182, 2018.

AGBO, C. C.; MAHMOUD, Q. H. Design and Implementation of a Blockchain-Based E-Health Consent Management Framework. *In: IEEE INTERNATIONAL CONFERENCE ON SYSTEMS, MAN, AND CYBERNETICS (SMC)*, 2020, Toronto. [**Proceedings...**] [Toronto]: IEEE, 2020. DOI [10.1109/SMC42975.2020.9283203](https://doi.org/10.1109/SMC42975.2020.9283203)

AGÊNCIA BRASIL. Brasília, DF, 2022. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/>. Acesso em: 10 jul. 2022.

ALIEXPRESS. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://pt.aliexpress.com/>. Acesso em: 10 jul. 2022.

ANNAM, J. R.; ANDE, P. K.; KANURI, B.; PRASAD, C.; BABU, B. S.; TATINENI, P. User valuation of secrecy Framing based on General Data Protection Regulation (GDPR) users. *In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON INVENTIVE RESEARCH IN COMPUTING APPLICATIONS (ICIRCA 2021)*, 3., 2021, Coimbatore. **Proceedings [...]** [Coimbatore]: IEEE, 2021. p. 1215-1219. DOI [10.1109/ICIRCA51532.2021.9544896](https://doi.org/10.1109/ICIRCA51532.2021.9544896)

APPENZELLER, A.; RODE, E.; KREMPEL, E.; BEYERER, J. Enabling data sovereignty for patients through digital consent enforcement. *In: ACM INTERNATIONAL CONFERENCE ON PERVASIVE TECHNOLOGIES RELATED TO ASSISTIVE ENVIRONMENTS*, 13., 2020, Corfu Greece. [**Proceedings...**] New York: ACM, 2020. p. 1-4. DOI <https://doi.org/10.1145/3389189.3393745>

ARAÚJO, I.; ARAÚJO, I. Developing trust in internet commerce. *In: CASCON '03: 2003 CONFERENCE OF THE CENTRE FOR ADVANCED STUDIES ON COLLABORATIVE RESEARCH*, 2003, Toronto. **Proceedings [...]** ACM, Oct. 2003. p. 1-15.

ARAÚJO, X. W. A. **O uso dos cookies à luz do regulamento geral de proteção de dados: uma análise da conformidade.** 2020. Dissertação (Mestrado em Direito e Gestão) – Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2020. Disponível em: https://run.unl.pt/bitstream/10362/132676/1/Ara%C3%BAjo_2020.pdf. Acesso em: 10 jun. 2021.

AVELINO, S. R. A evolução dos mecanismo de rastreamento e vigilância intrusivos em clientes web. *In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL LAVITS*, 6., 2019, Salvador. **Anais [...]** [Salvador: s. n.], 2019. Disponível em: <https://lavits.org/wp-content/uploads/2019/12/SilvaAvelino-LAVITISS-2019.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2021.

BARATI, M.; RANA, O. Privacy-aware cloud ecosystems: Architecture and performance. **Concurrency Computat Pract Exper**, [s. l.], v. 33, e5852, 2021. DOI

<https://doi.org/10.1002/cpe.5852>

BARRÓN ARNICHES, P. La pérdida de privacidad en la contratación electrónica (entre el Reglamento de protección de datos y la nueva Directiva de suministro de contenidos digitales). **Cuadernos Europeos de Deusto**, España, n. 61, p. 29-65, 1988.

BECHMANN, A. Non-Informed Consent Cultures: Privacy Policies and App Contracts on Facebook. **Journal of Media Business Studies**, [s. l.], v. 11, n. 1, p. 21-38, 2014.

BERMEJO FERNÁNDEZ, C. B.; CHATZOPOULOS, D.; PAPADOPOULOS, D.; HUI, P. This Website Uses Nudging: MTurk Workers' Behaviour on Cookie Consent Notices.

Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction, [s. l.], v. 5, n. 346, p. 1, 22, Oct. 2021. DOI <https://doi.org/10.1145/3476087>

BETZING, J. H.; TIETZ, M.; VOM BROCKE, J.; BECKER, J. The impact of transparency on mobile privacy decision making. **Electron Markets**, [s. l.], v. 30, p. 607-625, 2020. DOI <https://doi.org/10.1007/s12525-019-00332-3>

BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020.

BOIKO, B. Understanding Content Management. **Bulletin of the American Society for Information Science and Technology**, Silver Spring, v. 28, n. 1, p. 8-13, Oct./Nov. 2001. DOI <https://doi.org/10.1002/bult.221>

BONATTI, P. A.; SAURO, L.; LANGENS, J. Representing Consent and Policies for Compliance. *In: IEEE EUROPEAN SYMPOSIUM ON SECURITY AND PRIVACY WORKSHOPS (EUROS&PW), 2021, Vienna. [Proceedings...]* [Vienna]: IEEE, 2021. p. 283-291. DOI 10.1109/EuroSPW54576.2021.00036.

BRAIN, M. **How internet cookies work**. [S. l.], 2000. Disponível em: <http://computer.howstuffworks.com/cookie.htm>. Acesso em: 31 jan. 2021.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Dispõe sobre a proteção de dados pessoais e altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet). Brasília, DF: Presidência da República, 2018. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2019/Lei/L13853.htm#art1. Acesso em: 10 jul. 2022.

CAHN, A.; ALFELD, S.; BARFORD, P.; MUTHUKRISHNAN, S. An empirical study of web cookies. *In: INTERNATIONAL WORLD WIDE WEB CONFERENCE, 25., 2016, Montreal. [Proceedings...]*. New York: ACM, 2016. p. 891-901. DOI <https://doi.org/10.1145/2872427.2882991>

CALANI, M.; DENARO, G.; LEPORATI, A. Exploiting the blockchain to guarantee GDPR compliance while consents evolve under data owners' control. *In: ITALIAN CONFERENCE ON CYBERSECURITY, 2021, Italy. Proceedings [...]* [S. l.]: CEUR-WS, 2021. p. 331-343. Digital Event.

CAO, Y.-X.; ZHANG, H.-W.; JIN, J.-L.; LIU, H.-H.; ZHANG, Y.; GAO, Y.; GUO, Y.-L.; WU, N.-Q.; HUA, Q.; LI, Y.-F.; LI, X.-L.; XU, R.-X.; CUI, C.-J.; LIU, G.; DONG, Q.; SUN, J.; ZHU, C.-G.; LI, J.-J. The longitudinal association of remnant cholesterol with cardiovascular outcomes in patients with diabetes and pre-diabetes. **Cardiovascular Diabetology**, [s. l.], v. 19, n. 104, 2020. DOI <https://doi.org/10.1186/s12933-020-01076-7>

CARVALHO, M.; BANDIERA-PAIVA, P.; MARQUES, E.; MACHADO, J. M. Health Information Systems (HIS) Privacy Restrictions for GDPR: Assessing Initial Impacts Perceived by Patients and Healthcare Professionals. **International Journal of Reliable and Quality E-Healthcare**, [s. l.], v. 10, n. 2, p. 4-16, 2021.

CASTELLS, M. **A galáxia da internet**: reflexões sobre internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro. Editora: Zahar, 2003.

CAVALCANTI, M. F. Cookies para quem? Entre o escambo digital e os direitos à privacidade e proteção de dados. **Revista Acadêmica da Faculdade de Direito do Recife**, Recife, v. 93, n. 2, p. 96-115, out. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/ACADEMICA/article/view/249887>. Acesso em: 10 jul. 2021.

CHARTERS, D. Electronic Monitoring and Privacy Issues in Business-Marketing: The Ethics of the DoubleClick Experience. **Journal of Business Ethics**, Dordrecht, v. 35, p. 243-254, 2002.

CHOI, J. P.; JEON, D.-S.; KIM, B.-C. Privacy and personal data collection with information externalities. **Journal of Public Economics**, Amsterdam, v. 173, p. 113-124, 2019.

CORBET, R. *et al.* **Data protection in Ireland**: overview. [S. l.]: Thomson Reuters Practical Law, 1 mar. 2018.

COLESKY, M.; HOEPMAN, J.-H.; HILLEN, C. A Critical Analysis of Privacy Design Strategies. *In*: 2016 IEEE SECURITY AND PRIVACY WORKSHOPS (SPW), 2016, San Jose. [**Proceedings ...**]. [S. l.]: IEEE, 2016. DOI 10.1109/spw.2016.23

CONVERSION. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.conversion.com.br/>. Acesso em: 10 jul. 2022.

THE COOKIE COLLECTIVE. **Five Models for Cookie Law Consent**. London: CookiePro LLC, 2019. Disponível em: <https://www.cookieLaw.org/wp-content/uploads/2019/12/five-models-for-cookie-law-consent.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2022.

COOKIEBOT. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.cookiebot.com/>. Acesso em: 10 jul. 2022.

CUNCHE, M.; MÉTAYER, D. L.; MOREL, V. ColoT: A consent and information assistant for the IoT WiSec 2020. *In*: ACM CONFERENCE ON SECURITY AND PRIVACY IN WIRELESS AND MOBILE NETWORKS, 13., 2020, Linz. **Proceedings [...]** New York: ACM, 2020. p. 334-336.

CUNNINGHAM, P. J. Are cookies hazardous to your privacy? Cookies allow businesses to collect information about Internet users, but some question whether they are valuable records or unethical tracking mechanisms. (NetWise). **Information Management Journal**, [s. l.], v. 36, n. 3, p. 52-55, 2002.

DAOUDAGH, S.; MARCHETTI, E.; SAVARINO, V.; BERNABE, J. B.; MARTINEZ, J. A.; GARCÍA-RODRÍGUEZ, J.; MORENO, R. T.; MARTINEZ, J. A.; SKARMETA, A. F. Data Protection by Design in the Context of Smart Cities: A Consent and Access Control Proposal. **Sensors**, [s. l.], v. 21, n. 21, 7154, 2021.

DAUDEN-ESMEL, C.; CASTELLA-ROCA, J.; VIEJO, A.; DOMINGO-FERRER, J. Lightweight Blockchain-based Platform for GDPR-Compliant Personal Data Management. *In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON CRYPTOGRAPHY, SECURITY AND PRIVACY*, 5., 2021, Zhuhai. [**Proceedings...**]. [Zhuhai]: IEEE, 2021. DOI [10.1109/csp51677.2021.9357602](https://doi.org/10.1109/csp51677.2021.9357602)

DAVARI, M.; BERTINO, E. Access Control Model Extensions to Support Data Privacy Protection based on GDPR. *In: IEEE INTERNATIONAL CONFERENCE ON BIG DATA (BIG DATA)*, 2019, Los Angeles. [**Proceedings...**] [Los Angeles]: IEEE, 2019. p. 4017-4024. DOI [10.1109/BigData47090.2019.9006455](https://doi.org/10.1109/BigData47090.2019.9006455)

DE, S. J.; IMINE, A. Consent for targeted advertising: the case of Facebook. **AI & Society**, [s. l.], v. 35, n. 4, p. 1055-1064, 2020. DOI <https://doi.org/10.1007/s00146-020-00981-5>

DEMERTZIS, K.; RANTOS, K.; DROSATOS, G. A dynamic intelligent policies analysis mechanism for personal data processing in the IoT ecosystem. **Big Data and Cognitive Computing**, [s. l.], v. 4, n. 2, p. 1-16, 2020.

DENSMORE, R. **Gestão do programa de privacidade**: ferramentas para gerenciar a privacidade na sua organização. 2nd ed. Brussels: IAPP, 2019.

DHILLON, G.; OLIVEIRA, T.; SYED, R. Value-based information privacy objectives for Internet Commerce. **Computers in Human Behavior**, [s. l.], v. 87, p. 292-307, 2018. DOI [10.1016/j.chb.2018.05.043](https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.05.043)

DONEDA, D. A proteção dos dados pessoais como um direito fundamental. **Espaço Jurídico**, Joaçaba, v. 12, n. 2, p. 91-108, jul./dez. 2011. Disponível em: <https://portalperiodicos.unoesc.edu.br/espacojuridico/article/view/1315/658>. Acesso em: 10 jul. 2021.

DYBA, T.; DINGSOYR, T.; HANSEN, G. K. Applying systematic reviews to diverse study types: an experience report. *In: INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON EMPIRICAL SOFTWARE ENGINEERING AND MEASUREMENT*, 1., 2007, Madrid. **Proceedings [...]** [S. l.]: IEEE, 2007. p. 225-234.

DYSON, A.; MCKEAN, R. United Kingdom. *In: DLA PIPER. Data protection laws of the world: full handbook*. [S. l.]: DLA Piper, 2018. Disponível em: <https://www.dlapiperdataprotection.com/index.html>. Acesso em: 10 jul. 2021.

E-COMMERCE BRASIL. **Fim dos cookies de terceiros**: como isso impactará seu e-commerce em 2024. [S. l.]: iMasters, 2022. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/>. Acesso em: 10 jul. 2022.

EICHELBERGER, L. **The cookie controversy**. Introduction. [S. l.], 2011. Disponível em: <http://www.cookiecentral.com/ccstory/>. Acesso em: 17 jul. 2021.

EUROPEAN DATA PROTECTION BOARD. **Guidelines 05/2020 on consent under Regulation 2016/679**. Version 1.1. [S. l.]: EDPB, 2020. Disponível em: https://edpb.europa.eu/sites/default/files/files/file1/edpb_guidelines_202005_consent_en.pdf. Acesso em: 17 jul. 2021.

EUROPEAN PARLIAMENT. Council of Europe. Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council. **Official Journal of the European Union**, Brussels, 27 abr. 2016. Document 32016R0679. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>. Acesso em: 10 jul. 2021.

EUROPEAN UNION. **EU General Data Protection Regulation**. [S. l., 2016]. Disponível em: <https://gdpr.eu/>. Acesso em: 10 jul. 2021.

FADEN, R. R.; BEAUCHAMP, T. L. **A history and theory of informed consent**. Oxford University Press, 1986.

FREUDIGER, J.; VRATONJIC, N.; HUBAUX, J. Towards Privacy-Friendly Online Advertising. *In*: IEEE WEB 2.0 SECURITY AND PRIVACY (W2SP), 2009, Oakland. [Proceedings...]. [Oakland]: IEEE, 2009. Disponível em: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.296.9525&rep=rep1&type=pdf>. Acesso em: 10 jul. 2021.

FUGKEAW, S.; CHATURASRIVILAI, A.; TASUNGNOEN, P.; TECHAUDOMTHAWORN, W. AP2I: Adaptive PII Scanning and Consent Discovery System. *In*: INTERNATIONAL CONFERENCE ON KNOWLEDGE AND SMART TECHNOLOGY, 13., 2021, Bangsaen. [Proceedings...]. [Bangsaen]: IEEE, 2021. DOI 10.1109/kst51265.2021.941580

GHAYYUR, S.; PAPPACHAN, P.; WANG, G.; MEHROTRA, S.; VENKATASUBRAMANIAN, N. Designing privacy preserving data sharing middleware for internet of things. *In*: WORKSHOP ON DATA: ACQUISITION TO ANALYSIS, 3., 2020, Yokohama. **Proceedings** [...] [Yokohama: Co-Chairs & TPC Chairs], 2020. p. 1-6. DOI <https://doi.org/10.1145/3419016.3431484>

GIANNOPOULOU, A. Algorithmic systems: The consent is in the detail? **Internet Policy Review**, [s. l.], v. 9, n. 1, p. 1-19, 2020.

GONÇALVES, E. **Desenvolvendo aplicações Web com JSP Servelets, Java Server Faces, Hibernate, EJB3 Persistence e Ajax**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2007.

GOOGLE. **DoubleClick Digital Marketing platform**. [S. l.], Jan. 2013. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-apac/marketing-strategies/automation/doubleclick-digital-marketing-platform/>. Acesso em: 10 jun. 2021.

GRANDE, R. E. de. **Sistema de Integração de técnicas de proteção de privacidade que permitem personalização**. 2006. Dissertação (Mestrado em Ciência da Computação) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2006. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/bitstream/handle/ufscar/343/DissREG.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 10 jun. 2021.

GRASSEGGER, H.; KROGERUS, M. **The Data That Turned the World Upside Down**. New York: Vice, 2017. Disponível em: https://www.vice.com/en_us/article/4x4x8n/the-data-that-turned-the-world-upside-down. Acesso em: 10 jun. 2021.

GRAY, C. M.; SANTOS, C.; BIELOVA, N.; TOTH, M.; CLIFFORD, D. Dark Patterns and the Legal Requirements of Consent Banners: An Interaction Criticism Perspective. *In*: CONFERENCE ON HUMAN FACTORS IN COMPUTING SYSTEMS, 2021, Yokohama. [Proceedings...]. New York: ACM, 2021. p. 1-18. DOI [10.1145/3411764.3445779](https://doi.org/10.1145/3411764.3445779)

HALPERT, J.; KASHATUS, J.; LUCENTE, K. United States. *In*: DLA PIPER. **Data protection laws of the world: full handbook**. [S. l.]: DLA Piper, 2018. Disponível em: <https://www.dlapiperdataprotection.com/>. Acesso em: 10 jun. 2021.

HILS, M.; WOODS, D. W.; BÖHME, R. Measuring the Emergence of Consent Management on the Web. *In*: ACM SIGCOMM INTERNET MEASUREMENT CONFERENCE, 2020, Virtual Event. **Proceedings** [...] New York: ACM, 2020. p. 317-332. DOI <https://doi.org/10.1145/3419394.3423647>

HJERPPE, K.; RUOHONEN, J.; LEPPANEN, V. Extracting Layered Privacy Language Purposes from Web Services. *In*: IEEE EUROPEAN SYMPOSIUM ON SECURITY AND PRIVACY WORKSHOPS (EUROS&PW), 2020, Genoa. [Proceedings...] [Genoa]: IEEE, 2020. p. 1-8. DOI [10.1109/EuroSPW51379.2020.00050](https://doi.org/10.1109/EuroSPW51379.2020.00050)

HOOFNAGLE, C. J.; SOLTANI, A.; GOOD, N.; WAMBACH, D. J. Behavioral Advertising: The Offer You Can't Refuse. **Harvard Law & Policy Review**, [s. l.], v. 6, p. 273-296, 2012.

HORMOZI, A. M. Cookies and Privacy. **Information Systems Security**, [s. l.], v. 13, n. 6, p. 51-59, 2005. DOI [10.1201/1086/44954.13.6.20050](https://doi.org/10.1201/1086/44954.13.6.20050)

HU, X.; SASTRY, N. Characterising Third Party Cookie Usage in the EU after GDPR. *In*: ACM CONFERENCE ON WEB SCIENCE - WEBSCI '19, 2019, Boston. **Proceedings** [...] New York: ACM, 2019. p. 137-141 DOI <https://doi.org/10.1145/3292522.3326039>

HULSEBOS, A. **Whats is cookie wall?** [S. l.], 2011. Disponível em: <https://complianz.io/definition/what-is-a-cookie-wall/>. Acesso em: 17 jul. 2021.

HUMAN, S.; CECH, F. A Human-Centric Perspective on Digital Consenting: The Case of GAFAM. *In*: ZIMMERMANN, A.; HOWLETT, R.; JAIN, L. (ed.). **Human Centred Intelligent Systems**. Singapore: Springer, 2021. (Smart Innovation, Systems and Technologies, v. 189).

HUMAN, S.; KAZAZI, M. Contextuality and Intersectionality of E-Consent: A Human-centric Reflection on Digital Consenting in the Emerging Genetic Data Markets. *In: IEEE EUROPEAN SYMPOSIUM ON SECURITY AND PRIVACY WORKSHOPS, 2021, Vienna. [Proceedings...]. [Coimbatore]: IEEE, 2021. p. 307-311. DOI [10.1109/EuroSPW54576.2021.00051](https://doi.org/10.1109/EuroSPW54576.2021.00051)*

INFOMONEY. **Onde investir 2023**. [S. l.], 2023. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/tudo-sobre/onde-investir-2023/>. Acesso em: 20 jan. 2023.

INSTITUTO AMBEV DE PREVIDÊNCIA PRIVADA. **Relatório anual**: 2019. Plano CD: contribuição definida. Jaguariúna: IAPP, 2019. Disponível em: https://www.iapp.com.br/wp-content/uploads/2020/05/IAPP_Relatorio-Anual_Plano-CD-Digital_2019_final.pdf. Acesso em: 20 nov. 2022.

INTERNETLAB. **Quem defende seus dados**. [S. l.], abr. 2018. Disponível em: <http://quemdefendeseusdados.org/pt/>. Acesso em: 20 nov. 2022.

INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE. **ICC UK Cookie Guide**. 2nd. ed. [S. l.]: ICC, 2012. Disponível em: https://www.cookie-law.org/wp-content/uploads/2019/12/icc_uk_cookiesguide_revnov.pdf. Acesso em: 10 jul. 2022.

IRELAND. **Data Protection Act 2018**. [Ireland]: ISB, 2018. Disponível em: <https://www.irishstatutebook.ie/eli/2018/act/7/enacted/en/html>. Acesso em: 10 jul. 2021.

ISOHANNI, J.; GOULDEN, L.; HERMSEN, K. M.; ROSS, M.; VANBOCKRYCK, J. Disposable identities; Enabling trust-by-design to build more sustainable data driven Value. *In: IEEE INTERNATIONAL CONFERENCE ON CYBER SECURITY AND RESILIENCE, (CSR 2021), 2021, Virtual. Proceedings [...]* [S. l.]: IEEE, 2021. p. 378-383.

JONES, M. L. Cookies: a legacy of controversy. **Internet Histories**, [s. l.], v. 4, n. 1, p. 87-104, 2020.

KAMPANOS, G.; SHAHANDASHTI, S. F. Accept All: The Landscape of Cookie Banners in Greece and the UK. *In: JØSANG, A.; FUTCHER, L.; HAGEN, J. (ed.). ICT Systems Security and Privacy Protection*. [S. l.]: Springer, 2021. p. 213-227. (IFIP Advances in Information and Communication Technology, v. 625). DOI https://doi.org/10.1007/978-3-030-78120-0_14

KITCHENHAM, B. **Procedures for performing systematic reviews**: joint technical report. Keele: Keele University, 2004.

KOLLNIG, K.; BINNS, R.; DEWITTE, P.; VAN KLEEK, M.; WANG, G.; OMEIZA, D.; WEBB, H.; SHADBOLT, N. A Fait Accompli? An Empirical Study into the Absence of Consent to Third-Party Tracking in Android Apps. *In: USENIX SYMPOSIUM ON USABLE PRIVACY AND SECURITY, 7., 2021, [s. l.]. [Proceedings...]*. [S. l.]: Usenix Association, 2021. DOI <https://doi.org/10.48550/arXiv.2106.09407>

KOOLEN, C. Transparency and Consent in Data-Driven Smart Environments. **European Data Protection Law Review**, [s. l.], n. 7, p. 174-189, 2021. DOI <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3597736>

KOTLER, P. **Administração de Marketing**. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

KREUTER, F.; HAAS, G.-C.; KEUSCH, F.; BÄHR, S.; TRAPPMANN, M. Collecting Survey and Smartphone Sensor Data with an App: Opportunities and Challenges Around Privacy and Informed Consent. **Social Science Computer Review**, Durham, v. 38, n. 5, p. 533-549, 2018.

KRISTOL, M. D. HTTP Cookies: Standards, privacy, and politics. **ACM Transactions on Internet Technology**, New York, v. 1, n. 2, p. 151-198, Nov. 2001.

KRISTOL, M.; MONTULLI, L. **HTTP State Management Mechanism**. [S. l.: RFC], 1997. RFC2109. Disponível em: <https://www.rfc-editor.org/rfc/pdf/rfc2109.txt.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2021.

KRISTOL, D.; MONTULLI, M. **HTTP State Management Mechanism**. [S. l.: IETF], 2000. RFC 2965.

LAUDON, K. C.; TRAVER, C. G. **Comércio eletrônico 2019: business, technology, society**. 13th ed. [S. l.]: Pearson, 2019.

LAURENT, M.; LENEUTRE, J.; CHABRIDON, S.; LAAOUANE, I. Authenticated and Privacy-Preserving Consent Management in the Internet of Things. **Procedia Computer Science**, [s. l.], v. 151, p. 256-263, 2019.

LEITE, D.; DALMASSO, A. **Autoridade de Dados Europeia: EDPB edita guia com regras para o consentimento**. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://www.lickslegal.com/post/autoridade-de-dados-europeia-edpb-edita-guia-com-regras-para-o-consentimento>. Acesso em: 10 jul. 2021.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 2008.

LIBRARY OF CONGRESS. **Erasure of online information**: Norway. Washington, DC: Library of Congress, 2018. Disponível em: <https://tile.loc.gov/storage-services/service/l1/lglrd/2018296712/2018296712.pdf>. Acesso em: 5 maio 2020.

LIN, D.; LOUI, M.C. Taking the Byte Out of Cookies: Privacy, Consent and the web. **ACM SIGCAS Computers and Society**, [s. l.], v. 28, n. 2, p. 39-51, June 1998. DOI <https://doi.org/10.1145/276758.276775>

LUGATI, L. N.; ALMEIDA, J. E. de. Da evolução das legislações sobre proteção de dados: a necessidade de reavaliação do papel do consentimento como garantidor da autodeterminação informativa. **Revista de Direito**, [s. l.], v. 12, n. 2, p. 1-33, 2020. DOI <https://doi.org/10.32361/2020120210597>

MAGRANI, E. **Entre dados e robôs**. Ética e privacidade na era da hiperconectividade. 2. ed. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2019.

MARIKYAN, D.; LLANOS, J.; BARATI, M.; AUJLA, G.; LI, Y.; ADU-DUODU, K.; TAHIR, S.; RANA, O.; PAPAGIANNIDIS, S.; RANJAN, R., CARR, M. Privacy Cloud Services: Are We There Yet? *In: IEEE INTERNATIONAL CONFERENCE ON SERVICE-ORIENTED SYSTEM ENGINEERING (SOSE 2021)*, 15., 2021, Oxford. **Proceedings** [...] [Oxford]: IEEE, 2021. p. 11-19. DOI [10.1109/SOSE52839.2021.00006](https://doi.org/10.1109/SOSE52839.2021.00006)

MATTE, C.; BIELOVA, N.; SANTOS, C. Do Cookie Banners Respect my Choice?: Measuring Legal Compliance of Banners from IAB Europe's Transparency and Consent Framework. *In: 2020 IEEE SYMPOSIUM ON SECURITY AND PRIVACY (SP)*, 2020. **[Proceedings...]** [S. l.]: Cornell University, 2020. p. 1-19.

MATTE, C.; SANTOS, C.; BIELOVA, N. Purposes in IAB Europe's TCF: Which Legal Basis and How Are They Used by Advertisers? *In: ANNUAL PRIVACY FORUM*, 8., 2020, Lisbon. **Proceedings of Privacy Technologies and Policy**. [S. l.: s. n.], 2020. p. 163-185. Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics). 12121 LNCS.

MAYER-SCHÖNBERGER, V. The internet and privacy legislation: Cookies for a treat? **Computer Law & Security Review**, [s. l.], v. 14, n. 3, p. 166-174, 1998. DOI [10.1016/s0267-3649\(98\)80024-1](https://doi.org/10.1016/s0267-3649(98)80024-1)

McKINLEY, K. **Cleaning Up After Cookies Version 1.0**. San Francisco: iSEC Partners, Dec. 2010. (Technical report).

MEHRNEZHAD, M.; ALMEIDA, T. Caring for intimate data in fertility technologies. *In: CONFERENCE ON HUMAN FACTORS IN COMPUTING SYSTEMS*, 21., 2021, Yokohama. **Proceedings** [...] New York: ACM, 2021. p. 1-11. DOI <https://doi.org/10.1145/3411764.3445132>

MERCADO LIVRE. **Declaração de privacidade e confidencialidade da informação do Mercado Livre**. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://www.mercadolivre.com.br/privacidade/declaracao-privacidade/1.0>. Acesso em: 10 jul. 2021.

MERLEC, M. M.; LEE, Y. K.; HONG, S.-P.; IN, H. P. A Smart Contract-Based Dynamic Consent Management System for Personal Data Usage under GDPR. **Sensors**, [s. l.], v. 21, n. 3, p. 7994, 2021. DOI <https://doi.org/10.3390/s21237994>

MICROSOFT. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.microsoft.com/pt-br>. Acesso em: 10 jul. 2022.

MILOSSI, M.; ALEXANDROPOULOU-EGYPTIADOU, E.; PSANNIS, K. E. AI Ethics: Algorithmic Determinism or Self-Determination? The GDPR Approach. **IEEE Access**, [s. l.], v. 9, p. 58455-58466, 2021. DOI [10.1109/access.2021.3072782](https://doi.org/10.1109/access.2021.3072782)

MOMEN, N.; BOCK, S.; FRITSCH, L. Accept - Maybe - decline: Introducing partial consent for the permission-based access control model of android. *In: ACM SYMPOSIUM ON ACCESS CONTROL MODELS AND TECHNOLOGIES*, 25., 2020, Barcelona. [Proceedings...] [Barcelona]: ACM 2020. p. 71-80.

MOUGIAKOU, E.; PAPADIMITRIOU, S.; VIRVOU, M. Synchronous and Asynchronous Learning Methods under the light of General Data Protection Regulation. *In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON INFORMATION, INTELLIGENCE, SYSTEMS AND APPLICATIONS (IISA)*, 11., 2020, Piraeus. [Proceedings...] [Piraeus]: IEEE, 2020. DOI [10.1109/iisa50023.2020.9284341](https://doi.org/10.1109/iisa50023.2020.9284341)

MUCHAGATA, J.; FERREIRA, A. Mobile apps for people with dementia: Are they compliant with the general data protection regulation. *In: INTERNATIONAL JOINT CONFERENCE ON BIOMEDICAL ENGINEERING SYSTEMS AND TECHNOLOGIES (BIOSTEC 2019)*, 12., 2019. **Proceedings** [...] [S. l.]: Scitepress, 2019. p. 68-77. Disponível em: <https://www.scitepress.org/Papers/2019/73522/73522.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2021.

NAVARRO, A. M. N. P. O direito fundamental à autodeterminação informativa. *In: CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI*, 21., 2012, Florianópolis. **Direitos fundamentais e democracia II**. Florianópolis: FUNJAB, 2012. p. 1-29. Disponível em: <http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=86a2f353e1e6692c>. Acesso em: 20 jul. 2021.

NETSHOES. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.netshoes.com.br/>. Acesso em: 20 jul. 2022.

NOLAN, P. Ireland. *In: DLA PIPER. Data protection laws of the world: full handbook*. [S. l.]: DLA Piper, 2018. Disponível em: <http://www.dlapiperdataprotection.com/index.html>. Acesso em: 20 jul. 2021.

NGUYEN, T. T.; BACKES, M.; MARNAU, N.; STOCK, B. Share First, Ask Later (or Never?)-Studying Violations of GDPR's Explicit Consent in Android Apps. *In: USENIX SECURITY SYMPOSIUM*, 30, 2021. **Proceedings** [...] [S. l.]: USENIX, 2021. p. 3667-3684.

ODLYZKO, A. Privacy, Economics, and Price Discrimination on the Internet. *In: ICEC2003: INTERNATIONAL CONFERENCE ON ELECTRONIC COMMERCE*, 5., 2003, Pittsburgh. [Proceedings...] New York: ACM, 2003. p. 1-16. DOI <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.429762>

PALMER, C. **Secure Session Management with Cookies for Web Applications**. San Francisco: iSEC Partners, 2008.

PEDROSA, M.; ZUQUETE, A.; COSTA, C. A pseudonymisation protocol with implicit and explicit consent routes for health records in federated ledgers. **IEEE Journal of Biomedical and Health Informatics**, New York, v. 25, n. 6, p. 2172-2183, 2020. DOI [10.1109/jbhi.2020.3028454](https://doi.org/10.1109/jbhi.2020.3028454)

PESCH, P. J. Drivers and Obstacles for the Adoption of Consent Management Solutions by Ad-Tech Providers. *In: IEEE European Symposium on Security and Privacy Workshops, Euro S and PW 2021. Proceedings* [...] [S. l.]: IEEE, 2021. p. 269-277.

PIERSON, J.; HEYMAN, R. Social media and cookies: challenges for online privacy. **Info**, [s. l.], v. 13, n. 6, p. 30-42, 2011.

PILAVCI, E.; WRIGHT, S. Ad tech in a data privacy world. **Journal of Data Protection & Privacy**, [s. l.], v. 3, n. 2, p. 172-185, 2020.

PINTO, G. **Estudo dos aspectos de segurança envolvidos no comércio eletrônico: uma abordagem ao Protocolo HTTPS**. 2003. Dissertação (Mestrado em Mestrado em Ciências da Computação) - Universidade Guarulhos, Garulhos, 2003.

PRICTOR, M.; HUEBNER, S.; TEARE, H. J. A.; BURCHILL, L.; KAYE, J. Australian Aboriginal and Torres Strait Islander Collections of Genetic Heritage: The Legal, Ethical and Practical Considerations of a Dynamic Consent Approach to Decision Making. **Journal of Law, Medicine & Ethics**, [s. l.], v. 48, n. 1, p. 205-217, 2020.

QUEIROZ, A. A. L. **A invasão de privacidade na Internet: um modelo de boas práticas e uma proposta interativa de proteção da privacidade por meio dos cookies**. 2011. Dissertação (Mestrado em Ciência da Computação) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2011. Disponível em: https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/1298/1/arquivo1177_1.pdf. Acesso em: 21 jul. 2021.

RANTOS, K.; DROSATOS, G.; DEMERTZIS, K.; ILIOUDIS, C.; PAPANIKOLAOU, A.; KRITSAS, A. ADvoCATE: A Consent Management Platform for Personal Data Processing in the IoT Using Blockchain Technology. In: LANET, J. L.; TOMA, C. (ed.). **Innovative Security Solutions for Information Technology and Communications**. [S. l.]: Springer, 2019a. (SECITC 2018. Lecture Notes in Computer Science, v. 11359).

RANTOS, K.; DROSATOS, G.; KRITSAS, A.; ILIOUDIS, C.; PAPANIKOLAOU, A.; FILIPPIDIS, A. P. A Blockchain-Based Platform for Consent Management of Personal Data Processing in the IoT Ecosystem. **Security and Communication Networks**, [s. l.], 1431578, p. 1-15, 2019b. DOI <https://doi.org/10.1155/2019/1431578>

RAPOSO, J. N. **Guia prático do regulamento geral sobre a protecção de dados**. [S. l.]: Escryptos, 2018.

RESCORLA, E. **HTTP Over TLS**. [S. l.: IETF], May 2000. RFC 2818. Disponível em: <https://www.ietf.org/rfc/rfc2818.txt>. Acesso em: 21 jul. 2021.

ROHR, A. 'Cookie eterno' pode rastrear internauta e é impossível de apagar. **G1**, [s. l.], 2010. Tecnologia e Games. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2010/10/cookie-eterno-pode-rastrear-internauta-e-e-impossivel-de-apagar.html#:~:text='Cookie%20eterno'%20pode%20rastrear%20internauta,apagar%20%7C%20Tecnologia%20e%20Games%20%7C%20G1&text='Evercookie'%20tamb%C3%A9m%20%20compartilhado%20entre,pol%C3%A4mica%20sobre%20privacidade%20na%20web>. Acesso em: 17 jul. 2022.

ROSSI, A.; LENZINI, G. Transparency by design in data-informed research: A collection of information design patterns. **Computer Law & Security Review**, [s. l.], v. 37, 105402, 2020. DOI 10.1016/j.clsr.2020.105402

RODOTÀ, S. **Tecnologie e diritti**. Bologna: Il Mulino, 1995.

RÓZENFELDOVÁ, L.; SOKOL, P. New initiatives and approaches in the law of cookies in the EU. *In: INTERDISCIPLINARY INFORMATION MANAGEMENT TALKS*, 26., 2018. **IDIMIT-2018: Strategic Modeling in Management, Economy and Society**. Linz: Trauner Verlag Universität, 2018. p. 303-310.

SALESFORCE. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.salesforce.com/br>. Acesso em: 17 jul. 2022.

SANT'ANA, R. C. G. Ciclo de vida dos dados e o papel da Ciência da Informação. *In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO*, 14., 2013, Florianópolis. **Anais** [...] Florianópolis: ANCIB, 2013. p. 1-21.

SANT'ANA, R. C. G. Ciclo de vida dos dados: uma perspectiva a partir da ciência da informação. **Informação & Informação**, Londrina, v. 21, n. 2, p. 116-142, 2016.

SANT'ANA, R. C. G. Diagrama estrutural para teses e dissertações: uma proposta didática. *In: MOREIRA, F. M. (org.). et al. Acesso a dados e a Ciência da Informação: aplicação, tendências e reflexos*. Tupã: Faculdade de Ciências e Engenharia UNESP, 2022. p. 330-345. No prelo.

SANTOS, C.; NOUWENS, M.; TOTH, M.; BIELOVA, N.; ROCA, V. Consent Management Platforms Under the GDPR: Processors and/or Controllers? *In: GRUSCHKA, N.; ANTUNES, L. F. C.; RANNENBERG, K.; DROGKARIS, P. (ed.). Privacy Technologies and Policy*. [S. l.]: Springer, 2021a. (Lecture Notes in Computer Science, v. 12703). DOI https://doi.org/10.1007/978-3-030-76663-4_3

SANTOS, C.; ROSSI, A.; SANCHEZ CHAMORRO, L.; BONGARD-BLANCHY, K.; ABUSALMA, R. Cookie Banners, What's the Purpose? Analyzing Cookie Banner Text through a Legal Lens. *In: WORKSHOP ON PRIVACY IN THE ELECTRONIC SOCIETY, CO-LOCATED WITH CCS*, 20, 2021, Virtual. **Proceedings** [...] New York: ACM, 2021b. p. 187-194.

SARLET, G. B. S.; CALDEIRA, C. O consentimento informado e a proteção de dados pessoais de saúde na internet: uma análise das experiências legislativas de Portugal e do Brasil para a proteção integral da pessoa humana. **Civilistica.com**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 1, 2019.

SCHMIDT, L.; BORNSCHEIN, R.; MAIER, E. The effect of privacy choice in cookie notices on consumers' perceived fairness of frequent price changes. **Psychology & Marketing**, [s. l.], Apr. 2020. DOI <https://doi.org/10.1002/mar.21356>

SHIFLETT, C. **Essential PHP Security**. Sebastopol: O'Reilly Media, 2005.

SIEBECKER, R. M. Cookies and the common law: are internet advertisers trespassing on our computers? **Computer & Internet Law**, [s. l.], v. 94, n. 3, p. 893-952, 2003.

SILVA, W.; GARCIA, A. C. B. Where is our data? A Blockchain-based Information Chain of Custody Model for Privacy Improvement. *In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON*

COMPUTER SUPPORTED COOPERATIVE WORK IN DESIGN, 24., 2021, Dalian. [Proceedings...]. [Dalian]: IEEE, 2021. DOI [10.1109/cscwd49262.2021.9437727](https://doi.org/10.1109/cscwd49262.2021.9437727)

SINGAPORE. **PDPA Overview**. Singapore: Personal Data Protection Commission, 2022. Disponível em: <https://www.pdpc.gov.sg/Overview-of-PDPA/The-Legislation/Personal-Data-Protection-Act>. Acesso em: 10 jul. 2022.

SMIT, E. G.; VAN NOORT, G.; VOORVELD, H. A. M. Understanding online behavioural advertising: User knowledge, privacy concerns and online coping behaviour in Europe. **Computers in Human Behavior**, [s. l.], v. 32, p. 15-22, 2014. DOI <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.11.008>

SOE, T. H.; NORDBERG, O. E.; GURIBYE, F.; SLAVKOVIK, M. Circumvention by design - dark patterns in cookie consent for online news outlets. *In*: NORDIC CONFERENCE ON HUMAN-COMPUTER INTERACTION: SHAPING EXPERIENCES, SHAPING SOCIETY, 11., 2020, Tallinn. **Proceedings** [...] New York: ACM, 2020. p. 1-19. DOI <https://doi.org/10.1145/3419249.3420132>

SROUJI, J.; MECHLER, T. How privacy-enhancing technologies are transforming privacy by design and default: Perspectives for today and tomorrow. **Journal of Data Protection and Privacy**, [s. l.], v. 3, n. 3, p. 268-280, 2020.

STANCIU, V.-D.; VAN STEEN, M.; DOBRE, C.; PETER, A. K-anonymous crowd flow analytics. *In*: EAI INTERNATIONAL CONFERENCE ON MOBILE AND UBIQUITOUS SYSTEMS: COMPUTING, NETWORKING AND SERVICES, 17., 2020, Darmstadt. **Proceedings** [...] New York: ACM, 2020. p. 376-385. DOI <https://doi.org/10.1145/3448891.3448903>

STEINFELD, Nili. “I agree to the terms and conditions”: (how) do users read privacy policies online? an eye-tracking experiment. **Computers in Human Behavior**, [s. l.], v. 55, p. 992-1000, 2016.

STOJANOV, M. Policy Concerning the HTTP Cookies. **Economic Studies Journal**, [s. l.], n. 2, p. 151-162, 2020.

STRYCHARZ, J.; SMIT, E.; HELBERGER, N.; VAN NOORT, G. No to cookies: Empowering impact of technical and legal knowledge on rejecting tracking cookies. **Computers in Human Behavior**, [s. l.], v. 120, 106750, July 2021. DOI [10.1016/j.chb.2021.106750](https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106750)

SYMEONIDIS, I.; BICZÓK, G.; SHIRAZI, F.; PÉREZ-SOLÀ, C.; SCHROERS, J.; PRENEEL, B. Collateral damage of Facebook third-party applications: a comprehensive study. **Computers & Security**, Amsterdam, v. 77, p. 179-208, 2018.

TAMÒ-LARRIEUX, A.; ZIHLMANN, Z.; GARCIA, K.; MAYER, S. The Right to Customization: Conceptualizing the Right to Repair for Informational Privacy. *In*: GRUSCHKA, N.; ANTUNES, L. F. C.; RANNENBERG, K.; DROGKARIS, P. (ed.). **Privacy Technologies and Policy**. [S. l.]: Springer, 2021. (Lecture Notes in Computer Science, v. 12703). DOI https://doi.org/10.1007/978-3-030-76663-4_1

TANENBAUM, A. S. **Redes de computadores**. 4. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

TOUBIANA, V.; NARAYANAN, A.; BONEH, D. Privacy Preserving Targeted Advertising *In: NETWORK AND DISTRIBUTED SYSTEM SYMPOSIUM*, 2010, San Diego.

Proceedings [...] [*S. l.: s. n.*], 2010. Disponível em:

<https://crypto.stanford.edu/adnestic/adnestic-ndss.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2021.

TRAN, C.; TOURANI, R.; MISRA, S.; MACHACEK, T.; PANWAR, G. Analyzing GDPR Compliance of Named Data Networking. *In: ACM CONFERENCE ON INFORMATION-CENTRIC NETWORKING (ICN 2021)*, 8., 2021, Paris. **Proceedings** [...] New York: ACM, 2021. p. 107-117.

TRUONG, N. B.; SUN, K.; LEE, G. M.; GUO, Y. GDPR-Compliant Personal Data Management: A Blockchain-Based Solution. **IEEE Transactions on Information Forensics and Security**, New York, v. 15, p. 1746-1761, 2020.

UNIÃO EUROPEIA. Agência dos Direitos Fundamentais. **Manual da Legislação Europeia sobre Proteção de Dados**. Luxemburgo: Serviço das Publicações da União Europeia, 2014.

Disponível em: https://www.echr.coe.int/Documents/Handbook_data_protection_Por.pdf.

Acesso em: 17 jul. 2021.

UNITED KINGDOM. Information Commissioner's Office. **The Privacy and Electronic Communications (EC Directive) Regulations**. [United Kingdom]: ICO., 2003.

UNITED KINGDOM. **Data protection act 2018**: chapter 12. United Kingdom: [*s. n.*], 2018.

Disponível em: http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2018/12/pdfs/ukpga_20180012_en.pdf.

Acesso em: 21 jul. 2021.

UNITED STATES. Federal Trade Commission. **Privacy online**: a report to congress.

Washington: Federal Trade Commission, 1998. Disponível em:

<https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/reports/privacy-online-report-congress/priv-23a.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2021.

VYGOTSKY, L. S. **Obras escogidas III**. Madri: Visor, 1995.

WIEDEMANN, K. Data Protection and Competition Law Enforcement in the Digital

Economy: Why a Coherent and Consistent Approach is Necessary. **IIC - International**

Review of Intellectual Property and Competition Law, [*s. l.*], v. 52, p. 915-933, 2021. DOI

<https://doi.org/10.1007/s40319-021-01090-6>

WIERDA, E.; BLOK, S.; SOMSEN, G. A.; VELDE, E. T van der; TULEVSKI, I. I.;

STAVROV, B.; WILDT, M. C. C.; BORN, B. J. H. van der; BREUKEL, L.; MOL, B. A. J.

M.; PLOEM, M. C.; WINTER, M. M. Protecting patient privacy in digital health technology:

The Dutch m-Health infrastructure of Hartwacht as a learning case. **BMJ Innovations**, [*s. l.*],

v. 6, n. 4, p. 170-176, 2020. DOI <http://dx.doi.org/10.1136/bmjinnov-2019-000399>

WOJTOWICZ, P. **Darknet e Deep Web**: il Lato Oscuro del Web per la Privacy e la

Protezione dei Dati. 2013. Tesi di Laurea (Coso di Laurea in Ingegneria Elettronica,

Informatica e Telecomunicazioni) – Università di Bologna, Italia, 2013.

ZANFIR-FORTUNA, G. **Forgetting About Consent: Why the Focus Should Be on 'Suitable Safeguards' in Data Protection Law.** Craiova: University of Craiova, May 2013. Working Paper. DOI <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2261973>

APÊNDICE A - SISTEMATIZAÇÃO DOS *COOKIES* IDENTIFICADOS NOS *SITES*

| Classificação dos <i>cookies</i> – Mercado Livre | | | | | |
|--|-------------------------------------|---------------------|------|-----------|--|
| Categoria | Atributos | | | | |
| | Nome do <i>cookie</i> | Domínio | Tipo | Expiração | Finalidade |
| <i>Cookies</i> Necessários | <i>_csrf</i> | mercadolivre.com.br | HTTP | Sessão | Garantir a segurança da navegação do visitante evitando a falsificação de solicitação entre <i>sites</i> . |
| | <i>JSESSIONID</i> | nr-data.net | HTTP | Sessão | Preserva os estados dos usuários nas solicitações de páginas |
| | <i>rc::e</i> | google.com | HTML | Sessão | Usado para diferenciar humanos e robôs |
| | <i>test_cookie</i> | doubleclick.net | HTTP | 1 dia | Usado para verificar se o navegador do usuário suporta <i>cookies</i> |
| <i>Cookies</i> Estatísticos | <i>_hjAbsoluteSessionInProgress</i> | mercadolivre.com.br | HTTP | 1 dia | Usado para contar quantas vezes um <i>site</i> foi visitado por diferentes visitantes - isso é feito atribuindo ao visitante um ID ²³ , para que o visitante não seja registrado duas vezes |
| | <i>_hjFirstSeen</i> | mercadolivre.com.br | HTTP | 1 dia | É usado para determinar se o visitante já visitou o <i>site</i> antes, ou se é um novo visitante. |
| | <i>_hjIncludedInPageviewSample</i> | mercadolivre.com.br | HTTP | 1 dia | Usado para detectar se a navegação do usuário e as interações estão incluídas na análise de dados do <i>site</i> . |
| | <i>_hjIncludedInSessionSample</i> | mercadolivre.com.br | HTTP | 1 dia | Regista a quantidade de visitas de um usuário no site. Isso é usado para análise interna e otimização do <i>site</i> . |
| | <i>_hjSession_#</i> | mercadolivre.com.br | HTTP | 1 dia | Coleta estatísticas sobre as visitas do visitante ao site, como número de visitas, tempo médio gasto no <i>site</i> e quais páginas foram lidas. |
| | <i>_hjSessionUser_#</i> | mercadolivre.com.br | HTTP | 1 ano | Coleta estatísticas sobre as visitas do visitante ao site, como número de visitas, tempo médio gasto no <i>site</i> e quais páginas foram lidas. |
| | <i>_hjTLDTTest</i> | mercadolivre.com.br | HTTP | Sessão | Cadastra dados estatísticos sobre o comportamento dos usuários no <i>site</i> . Usado para análises internas pelo operador do <i>site</i> |
| | <i>__gads</i> | mercadolivre.com.br | HTTP | 1 ano | Usado para registrar quais anúncios foram exibidos para o usuário. |

²³ Pode ser definido como código do usuário, ou registro do usuário

| | | | | | |
|---------------------------------|----------------------------|---------------------------|-------|--------|---|
| Cookie s de Market ing | <i>ads/ga-audiences</i> | google.com | Pixel | Sessão | Usado pelo Google <i>AdWords</i> para reengajar visitantes que provavelmente se converterão em clientes com base no comportamento <i>online</i> do visitante nos <i>sites</i> . |
| | <i>GoogleAdServingTest</i> | mercadolivre.com.br | HTTP | Sessão | Usado para registrar quais anúncios foram exibidos para o usuário |
| | <i>IDE</i> | doubleclick .net | HTTP | 1 ano | Usado pelo Google DoubleClick para registrar e relatar as ações do usuário do <i>site</i> após visualização ou clique em um dos anúncios do anunciante com o objetivo de mensurar a eficácia de um anúncio e apresentar anúncios direcionados ao usuário. |
| | <i>pcs/activeview</i> | googlesyndication.com | Pixel | Sessão | Usado pela DoubleClick para determinar se o anúncio do <i>site</i> foi exibido corretamente - Isso é feito para tornar seus esforços de <i>marketing</i> mais eficientes. |
| | <i>pixel.gif</i> | melidata.mercadolivre.com | Pixel | Sessão | Coleta informações sobre as preferências do usuário e/ou interação com o conteúdo da <i>Web</i> -campanha - Este é usado no <i>CRM-campaign</i> -plataforma utilizada pelos donos do <i>site</i> para promoção de eventos ou produtos. |
| | <i>pixel.gif</i> | melidata.mercadolivre.com | Pixel | Sessão | Coleta informações sobre as preferências do usuário e/ou interação com o conteúdo da <i>Web</i> -campanha - É usado em <i>CRM-campaign</i> -plataforma utilizada pelos donos do <i>site</i> para promoção de eventos ou produtos. |
| | <i>pixel.gif</i> | melidata.mercadopago.com | Pixel | Sessão | Coleta informações sobre as preferências do usuário e/ou interação com o conteúdo da <i>Web</i> -campanha - É usado em <i>CRM-campaign</i> -plataforma utilizada pelos donos do <i>site</i> para promoção de eventos ou produtos. |
| | <i>pixel.gif</i> | melidata.mercadopago.com | Pixel | Sessão | Coleta informações sobre as preferências do usuário e/ou interação com o conteúdo da <i>Web</i> -campanha - É usado em <i>CRM-campaign</i> -plataforma utilizada pelos donos do <i>site</i> para promoção de eventos ou produtos. |
| | <i>pixel.gif</i> | melidata.mercadopago.com | Pixel | Sessão | Coleta informações sobre as preferências do usuário e/ou interação com o conteúdo da <i>Web</i> -campanha - É usado em <i>CRM-campaign</i> -plataforma utilizada pelos donos do <i>site</i> para promoção de eventos ou produtos. |

| Classificação dos <i>cookies</i> - Americanas | | | | | |
|---|-------------------------------------|---------------------|-------|-----------|---|
| Categoria | Atributos | | | | |
| | Nome do <i>cookie</i> | Domínio | Tipo | Expiração | Finalidade |
| Cookies Necessários | <i>_csrf</i> | mercadolivre.com.br | HTTP | Sessão | Garantir a segurança da navegação do visitante evitando a falsificação de solicitação entre <i>sites</i> . |
| | <i>JSESSIONID</i> | nr-data.net | HTTP | Sessão | Preserva os estados dos usuários nas solicitações de páginas |
| | <i>rc::e</i> | google.com | HTML | Sessão | Usado para diferenciar humanos e robôs |
| | <i>test_cookie</i> | doubleclick.net | HTTP | 1 dia | Usado para verificar se o navegador do usuário suporta <i>cookies</i> |
| Cookies Estatísticos | <i>_hjAbsoluteSessionInProgress</i> | mercadolivre.com.br | HTTP | 1 dia | Usado para contar quantas vezes um <i>site</i> foi visitado por diferentes visitantes - isso é feito atribuindo ao visitante um ID, para que o visitante não seja registrado duas vezes |
| | <i>_hjFirstSeen</i> | mercadolivre.com.br | HTTP | 1 dia | É usado para determinar se o visitante já visitou o <i>site</i> antes, ou se é um novo visitante. |
| | <i>_hjIncludedInPageviewSample</i> | mercadolivre.com.br | HTTP | 1 dia | Usado para detectar se a navegação do usuário e as interações estão incluídas na análise de dados do <i>site</i> . |
| | <i>_hjIncludedInSessionSample</i> | mercadolivre.com.br | HTTP | 1 dia | Regista a quantidade de visitas de um usuário no <i>site</i> . Isso é usado para análise interna e otimização do <i>site</i> . |
| | <i>_hjSession_#</i> | mercadolivre.com.br | HTTP | 1 dia | Coleta estatísticas sobre as visitas do visitante ao <i>site</i> , como número de visitas, tempo médio gasto no <i>site</i> e quais páginas foram lidas. |
| | <i>_hjSessionUser_#</i> | mercadolivre.com.br | HTTP | 1 ano | Coleta estatísticas sobre as visitas do visitante ao <i>site</i> , como número de visitas, tempo médio gasto no <i>site</i> e quais páginas foram lidas. |
| | <i>_hjTLDTest</i> | mercadolivre.com.br | HTTP | Sessão | Cadastra dados estatísticos sobre o comportamento dos usuários no <i>site</i> . Usado para análises internas pelo operador do <i>site</i> |
| Cookies de Marketing | <i>__gads</i> | mercadolivre.com.br | HTTP | 1 ano | Usado para registrar quais anúncios foram exibidos para o usuário. |
| | <i>ads/ga-audiences</i> | google.com | Pixel | Sessão | Usado pelo Google <i>AdWords</i> para reengajar visitantes que provavelmente se converterão em clientes com base no comportamento <i>online</i> do visitante nos <i>sites</i> . |
| | <i>GoogleAdServingTest</i> | mercadolivre.com.br | HTTP | Sessão | Usado para registrar quais anúncios foram exibidos para o usuário |
| | <i>IDE</i> | doubleclick .net | HTTP | 1 ano | Usado pelo Google <i>DoubleClick</i> para registrar e relatar as ações do usuário do <i>site</i> após visualização ou |

| | | | | | |
|--|-----------------------|---------------------------|-------|--------|--|
| | | | | | clique em um dos anúncios do anunciante com o objetivo de mensurar a eficácia de um anúncio e apresentar anúncios direcionados ao usuário. |
| | <i>pcs/activeview</i> | googlesyndication.com | Pixel | Sessão | Usado pela DoubleClick para determinar se o anúncio do <i>site</i> foi exibido corretamente - Isso é feito para tornar seus esforços de <i>marketing</i> mais eficientes. |
| | <i>pixel.gif</i> | melidata.mercadolivre.com | Pixel | Sessão | Coleta informações sobre as preferências do usuário e/ou interação com o conteúdo da <i>Web-campanha</i> - Este é usado no <i>CRM-campaign-plataforma</i> utilizada pelos donos do <i>site</i> para promoção de eventos ou produtos. |
| | <i>pixel.gif</i> | melidata.mercadolivre.com | Pixel | Sessão | Coleta informações sobre as preferências do usuário e/ou interação com o conteúdo da <i>Web-campanha</i> - É usado em <i>CRM-campaign-plataforma</i> utilizada pelos donos do <i>site</i> para promoção de eventos ou produtos. |
| | <i>pixel.gif</i> | melidata.mercadopago.com | Pixel | Sessão | Coleta informações sobre as preferências do usuário e/ou interação com o conteúdo da <i>Web-campanha</i> - É usado em <i>CRM-campaign-plataforma</i> utilizada pelos donos do <i>site</i> para promoção de eventos ou produtos. |
| | <i>pixel.gif</i> | melidata.mercadopago.com | Pixel | Sessão | Coleta informações sobre as preferências do usuário e/ou interação com o conteúdo da <i>Web-campanha</i> - É usado em <i>CRM-campaign-plataforma</i> utilizada pelos donos do <i>site</i> para promoção de eventos ou produtos. |
| | <i>pixel.gif</i> | melidata.mercadopago.com | Pixel | Sessão | Coleta informações sobre as preferências do usuário e/ou interação com o conteúdo da <i>Web-campanha</i> - É usado em <i>CRM-campaign-plataforma</i> utilizada pelos donos do <i>site</i> para promoção de eventos ou produtos. |

| Classificação dos <i>cookies</i> – Amazon Brasil | | | | | |
|--|---------------------------|---------------------|------|-----------|---|
| Categoria | Atributos | | | | |
| | Nome do <i>cookie</i> | Domínio | Tipo | Expiração | Finalidade |
| Cookies Necessários | <i>c</i> | myvisualiq.net | HTTP | 2 anos | Usado para detectar spam e melhorar a segurança do <i>site</i> |
| | <i>SESS#</i> | amazon.com.br | HTTP | 1 ano | Preserva os estados dos usuários nas solicitações de página. |
| | <i>SESS#</i> | stickyadstv.com | HTTP | Seção | preserva os estados dos usuários nas solicitações de página |
| | <i>test_cookie</i> | doubleclick.net | HTTP | 1 dia | Usado para verificar se o navegador do usuário suporta <i>cookies</i> |
| Cookies Estatísticos | <i>ab</i> | agkn.com | HTTP | 1 ano | Este <i>cookie</i> é usado pelo operador do <i>site</i> em contexto com teste multivariado. Esta é uma ferramenta usada para combinar ou altere o conteúdo do <i>site</i> . Isso permite que o <i>site</i> encontre a melhor variação/edição do <i>site</i> |
| | <i>personalization_id</i> | twitter.com | HTTP | 2 anos | Este <i>cookie</i> é definido pelo Twitter - O <i>cookie</i> permite que o visitante compartilhe conteúdo do <i>site</i> para seu perfil do Twitter |
| | <i>PugT</i> | pubmatic.com | HTTP | 29 dias | Usado para determinar o número de vezes que os <i>cookies</i> foram atualizados no navegador do visitante. Usado também otimizar a eficiência do servidor do <i>site</i> |
| Cookies de Marketing | <i>_kuid_</i> | krxd.net | HTTP | 179 dias | Registra um ID único que identifica o dispositivo de um usuário que retornou. O ID é usado para anúncios direcionados |
| | <i>A3</i> | yahoo.com | HTTP | 1 ano | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é utilizada para otimizar a relevância da publicidade no <i>site</i> |
| | <i>ad-id</i> | amazon-adsystem.com | HTTP | 271 dias | Usado pela Amazon Advertising para registrar ações do usuário e conteúdo de destino no <i>site</i> com base em cliques em anúncios em um <i>site</i> diferente |
| | <i>ad-privacy</i> | amazon-adsystem.com | HTTP | 1913 dias | Usado pela Amazon Advertising para registrar ações do usuário e conteúdo de destino no <i>site</i> com base em cliques em anúncios em um <i>site</i> diferente |
| | <i>APID</i> | advertising.com | HTTP | 1 ano | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é utilizada para otimizar a relevância da publicidade no <i>site</i> |

| | | | | |
|----------------------------|-----------------|------|------------|---|
| <i>audience</i> | spotxchange.com | HTTP | 1 ano | Usado para determinar se os anúncios em vídeo foram exibidos corretamente no <i>site</i> - Isso é feito para tornar os anúncios em vídeo mais eficazes e garantir que o visitante não veja os mesmos anúncios mais vezes do que o pretendido. O <i>cookie</i> também detecta se o visitante tem alguma preferência. |
| <i>c</i> | bidswitch.net | HTTP | 1 ano | Regula a sincronização da identificação do usuário e a troca de dados do usuário entre vários serviços de anúncios. |
| <i>C</i> | adform.net | HTTP | 29 dias | Usado para verificar se o navegador do usuário suporta <i>cookies</i> . |
| <i>CMID</i> | casalemedia.com | HTTP | 1 ano | Recolhe dados do visitante relacionados com as visitas do utilizador ao <i>website</i> , tais como o número de visitas, tempo médio gasto no <i>site</i> e quais páginas foram carregadas, com o objetivo de exibir anúncios direcionados. |
| <i>CMPRO</i> | casalemedia.com | HTTP | 3 meses | Coleta dados sobre o comportamento do visitante de vários <i>sites</i> , a fim de apresentar anúncios mais relevantes - Isso também permite que o <i>site</i> limite o número de vezes que são exibidos o mesmo anúncio |
| <i>CMPS</i> | casalemedia.com | HTTP | 3 meses | Recolhe dados do visitante relacionados com as visitas do utilizador ao <i>website</i> , tais como o número de visitas, tempo médio gasto no <i>site</i> e quais páginas foram carregadas, com o objetivo de exibir anúncios direcionados |
| <i>CMRUM3</i> | casalemedia.com | HTTP | 1 ano | Recolhe dados do visitante relacionados com as visitas do utilizador ao <i>website</i> , tais como o número de visitas, tempo médio gasto no <i>site</i> e quais páginas foram carregadas, com o objetivo de exibir anúncios direcionados |
| <i>CMST</i> | casalemedia.com | HTTP | 1 dia | Recolhe dados do visitante relacionados com as visitas do utilizador ao <i>website</i> , tais como o número de visitas, tempo médio gasto no <i>site</i> e quais páginas foram carregadas, com o objetivo de exibir anúncios direcionados |
| <i>csa-tabbed-browsing</i> | amazon.com.br | HTML | Permanente | Optimiza a promoção de produtos no <i>website</i> , recolhendo informação sobre quais os produtos ou |

| | | | | | |
|--|------------------------|---------------|------|------------|---|
| | | | | | eventos foram vistos pelo usuário e, em seguida, promovendo produtos e eventos relacionados |
| | <i>csm:adb</i> | amazon.com.br | HTML | Permanente | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é utilizada para otimizar a relevância da publicidade no <i>site</i> |
| | <i>CSM_previousURL</i> | amazon.com.br | HTML | Seção | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é utilizada para otimizar a relevância da publicidade no <i>site</i> . |
| | <i>csm-bf</i> | amazon.com.br | HTML | 1 ano | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é utilizada para otimizar a relevância da publicidade no <i>site</i> |
| | <i>csm-hit</i> | amazon.com.br | HTTP | 1 ano | determina quais produtos o usuário visualizou, permitindo que o <i>site</i> promova produtos relacionados |
| | <i>csm-hit</i> | amazon.com.br | HTML | 1 ano | determina quais produtos o usuário visualizou, permitindo que o <i>site</i> promova produtos relacionados. |
| | <i>csmtid</i> | amazon.com.br | HTML | Seção | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é utilizada para otimizar a relevância da publicidade no <i>site</i> |
| | <i>demdex</i> | demdex.net | HTTP | 179 dias | Por meio de um ID único que é utilizado para análise semântica do conteúdo, a navegação do usuário no <i>site</i> é cadastrada conectado e vinculado a dados <i>offline</i> de pesquisas e registros semelhantes para exibir anúncios direcionados |
| | <i>dpm</i> | demdex.net | HTTP | 179 dias | Define um ID único para o visitante, que permite a anunciantes terceirizados segmentar o visitante com informações relevantes anúncio. Este serviço de emparelhamento é fornecido por <i>th ubs</i> de publicidade de terceiros, o que facilita a licitação em tempo real para os anunciantes |
| | <i>EE</i> | exelator.com | HTTP | 119 dias | Recolhe dados relativos às visitas do utilizador ao <i>website</i> , como o número de visitas, tempo médio despendido para no <i>site</i> e quais páginas foram carregadas, com o objetivo de exibir anúncios direcionados |
| | <i>i</i> | openx.net | HTTP | 1 ano | Registra os dados de um usuário on ymizado, como endereço IP, localização geográfica, <i>sites</i> visitados e quais anúncios o usuário clicou, com o objetivo de otimizar a exibição do anúncio com base na |

| | | | | | |
|--|----------------------|---------------------|------|----------|---|
| | | | | | movimentação do usuário em <i>sites</i> que usam o mesmo anúncio rede |
| | <i>id</i> | mookie1.com | HTTP | 1 ano | Registra um ID único que identifica o dispositivo de um usuário que retornou. O ID é usado para anúncios direcionados |
| | <i>IDE</i> | doubleclick.net | HTTP | 1 ano | Usado pelo Google DoubleClick para registrar e relatar as ações do usuário do <i>site</i> após visualizar ou clicar um dos anúncios do anunciante com o objetivo de medir a eficácia de um anúncio e apresentar anúncios direcionados ao usuário |
| | <i>IDSYNC</i> | analytics.yahoo.com | HTTP | 1 ano | Usado para identificar o visitante em todas as visitas e dispositivos. Isso permite que o <i>site</i> apresente o visitante com relevância publicidade van t - O serviço é fornecido por th ubs publicitários de terceiros, que facilitam os lances em tempo real para os anunciantes |
| | <i>KADUSERCOOKIE</i> | pubmatic.com | HTTP | 3 meses | Registra um ID único que identifica o dispositivo do usuário durante as visitas de retorno em <i>sites</i> que usam o mesma rede de anúncios. O ID é usado para permitir anúncios direcionados |
| | <i>KRTBCOOKIE_#</i> | pubmatic.com | HTTP | 3 meses | Não classificado |
| | <i>mdata</i> | mookie1.com | HTTP | 1 ano | Registra um ID único que identifica o dispositivo de um usuário que retornou. O ID é usado para anúncios direcionados |
| | <i>ndat</i> | ninthdecimal.com | HTTP | 179 dias | Usado para rastrear o visitante em vários dispositivos, incluindo TV. Isso é feito para redirecionar o visitante para múltiplos canais. |
| | <i>ov</i> | mookie1.com | HTTP | 1 ano | Apresenta ao usuário conteúdo e propaganda relevantes. O serviço é fornecido por terceiros Th ubs publicitários, que facilitam os lances em tempo real para os anunciantes |
| | <i>pt</i> | ispot.tv | HTTP | 2 anos | Usado para rastrear o visitante em vários dispositivos, incluindo TV. Isso é feito para redirecionar o visitante para múltiplos canais. |
| | <i>PUBMDCID</i> | pubmatic.com | HTTP | 3 meses | registra um ID único que identifica o dispositivo do usuário durante as visitas de retorno em <i>sites</i> que usam o mesma rede de anúncios. O ID é usado para permitir anúncios direcionados |

| | | | | | |
|--|------------------|-----------------|------|----------|--|
| | <i>r1</i> | serving-sys.com | HTTP | Seção | Recolhe dados relativos às visitas de navegação do utilizador a páginas <i>Web</i> de forma a avaliar a eficácia dos anúncios que são exibidos no <i>site</i> |
| | <i>sambapxid</i> | ads.samba.tv | HTTP | 1 ano | Usado para rastrear o visitante em vários dispositivos, incluindo TV. Isso é feito para redirecionar o visitante através de vários canais. |
| | <i>SEUNCY</i> | semasio.net | HTTP | 2 anos | Registra um ID único que identifica o dispositivo do usuário para visitas de retorno |
| | <i>tuuid</i> | bidswitch.net | HTTP | 1 ano | Registra se o usuário consentiu ou não com o uso de <i>cookies</i> |
| | <i>tuuid</i> | myvisualiq.net | HTTP | 2 anos | Recolhe dados do visitante relacionados com as visitas do utilizador ao <i>website</i> , tais como o número de visitas, tempo médio gasto no <i>site</i> e quais páginas foram carregadas, com o objetivo de exibir anúncios direcionados |
| | <i>tuuid_lu</i> | bidswitch.net | HTTP | 1 ano | Contêm um ID de visitante único, que permite que o B idswitch .com rastreie o visitante em vários <i>sites</i> . Esse permite que o B idswitch otimize a relevância do anúncio e assegure-se de que o visitante não veja os mesmos anúncios várias vezes |
| | <i>tuuid_lu</i> | myvisualiq.net | HTTP | 2 anos | Contêm um ID de visitante único, que permite que o B idswitch .com rastreie o visitante em vários <i>sites</i> . Esse permite que o B idswitch otimize a relevância do anúncio e assegure-se de que o visitante não veja os mesmos anúncios várias vezes |
| | <i>u2</i> | serving-sys.com | HTTP | 3 meses | Recolhe dados relativos às visitas de navegação do utilizador a páginas <i>Web</i> de forma a avaliar a eficácia dos anúncios que são exibidos no <i>site</i> |
| | <i>ud</i> | exelator.com | HTTP | 119 dias | Recolhe dados do visitante relacionados com as visitas do utilizador ao <i>website</i> , tais como o número de visitas, tempos médios gastos no <i>site</i> e quais páginas foram carregadas, com o objetivo de exibir anúncios direcionados |
| | <i>udo</i> | exelator.com | HTTP | 119 dias | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é utilizada para otimizar a relevância da publicidade no <i>site</i> |

| | | | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------|------------|------------------|---|
| | <i>uid</i> | adform.net | HTTP | 2 meses | registra um ID de usuário único que reconhece o navegador do usuário ao visitar <i>sites</i> que usam o mesmo anúncio rede. O objetivo é otimizar a exibição de anúncios com base nos movimentos do usuário e em vários lances de provedores de anúncios para exibição de um usuário. |
| | <i>UID</i> | scorecardresearch.com | HTTP | 2 anos | Coleta informações do usuário e de seu movimento, como timestamp para visitas, carregadas mais recentemente páginas e endereço IP. Os dados são usados pela rede de pesquisa de <i>marketing</i> , Scorecard Research, para analisar padrões de tráfego e realizar pesquisas para ajudar seus clientes a entender melhor as preferências do cliente |
| | <i>UID</i> | stickyadstv.com | HTTP | 29 dias | ID de usuário único que reconhece o usuário em visitas recorrentes |
| | <i>uid-bp-#</i> | stickyadstv.com | HTTP | 13 dias | Não classificado |
| | <i>uuid2</i> | adnxs.com | HTTP | 3 meses | Registra um ID único que identifica o dispositivo de um usuário que retornou. O ID é usado para anúncios direcionados |
| | <i>zc</i> | zeotap.com | HTTP | 1 ano | Registra dados sobre visitantes de várias visitas e em vários <i>sites</i> . O que está em formação é usado para medir a eficiência da propaganda em <i>sites</i> |
| Não classificado | <i>009QPC0J12MBAT7TJZPS</i> | amazon.com.br | HTML | Temporário | Não classificado |
| | <i>0J1WXZMXHX7BD36TZWPN</i> | amazon.com.br | HTML | Temporário | Não classificado |
| | <i>0KB33VFQ56XP3Y47ZK77</i> | amazon.com.br | HTML | Temporário | Não classificado |
| | <i>abid</i> | associates-amazon.com | HTTP | 27 dias | Não classificado |
| | <i>a-font-class</i> | amazon.com.bramazon.com.br | HTML | Permanente | Não classificado |
| | <i>amznfbgid</i> | amazon.com.br | HTML | Permanente | Não classificado |
| | <i>amznTest</i> | amazon.com.br | HTTP | Temporário | Não classificado |
| | <i>csa-ctoken-#</i> | amazon.com.b | HTML | Permanente | Não classificado |
| | <i>eelsts</i> | amazon.com.br | HTML | Temporário | Não classificado |
| | <i>H60QR3EY9BKSXEZKE10J</i> | amazon.com.br | HTML | Temporário | Não classificado |
| | <i>i18n-prefs</i> | amazon.com.br | HTTP | 1 ano | Não classificado |
| | <i>ubid-acbbr</i> | amazon.com.br | HTTP | 1 ano | Não classificado |
| <i>YVM4B2QA6QDT734QN9A7</i> | amazon.com.br | HTML | Temporário | Não classificado | |

| Classificação dos <i>cookies</i> - Shopee | | | | | |
|---|---|---------------------|------|--------------|--|
| Categoria | Atributos | | | | |
| | Nome do <i>cookie</i> | Domínio | Tipo | Expiração | Finalidade |
| Cookies Necessários | <i>AMP_TOKEN</i> | shopee.com.br | HTTP | 1 dia | Garante a segurança de navegação do visitante, prevenindo a falsificação de solicitações entre <i>sites</i> . Este <i>cookie</i> é essencial para segurança do <i>site</i> e do visitante. |
| | <i>csrftoken</i> | shopee.com.br | HTTP | Sessão | Ajude a prevenir ataques de falsificação de solicitação entre <i>sites</i> (CSRF). |
| | <i>firebase-installations-database#firebase-installations-store</i> | shopee.com.br | 6 | Permanente | <i>Cookie</i> de controle usado em conexão com a rede de distribuição de conteúdo (CDN) do <i>site</i> . |
| | <i>G_ENABLED_IDPS</i> | shopee.com.br | HTTP | 2913809 dias | Usado para <i>login</i> seguro no <i>site</i> com uma conta do Google. |
| | <i>oauth2_cs::#.apps.googleusercontent.com</i> | accounts.google.com | HTML | Sessão | Usado para <i>login</i> seguro no <i>site</i> com uma conta do Google. |
| | <i>test_cookie</i> | doubleclick.net | HTTP | 1 dia | Usado para verificar se o navegador do usuário suporta <i>cookies</i> . |
| Cookies Estatísticos | <i>@firebase/performance/config</i> | shopee.com.br | HTML | Permanente | Registra a velocidade e o desempenho do <i>site</i> . Esta função pode ser usada em contexto com estatísticas. |
| | <i>@firebase/performance/configexpire</i> | shopee.com.br | HTML | Permanente | Registra a velocidade e o desempenho do <i>site</i> . Esta função pode ser usada em contexto com estatísticas e balanceamento de carga . |
| | <i>_dc_gtm_UA-#</i> | shopee.com.br | HTTP | 1 dia | Usado pelo Gerenciador de tags do Google para controlar o carregamento de uma tag de script do Google Analytics. |
| | <i>_ga</i> | shopee.com.br | HTTP | 2 anos | Registra um ID único que é utilizado para gerar dados estatísticos sobre a forma como o visitante utiliza o <i>site</i> . |
| | <i>_ga_#</i> | shopee.com.br | HTTP | 2 anos | Usado pelo Google Analytics para coletar dados sobre o número de vezes que um usuário visitou o <i>site</i> , bem como datas da primeira e mais recente visita. |

| | | | | | |
|-----------------------------|---|----------------------|-------|------------|---|
| | <i>_gid</i> | shopee.com.br | HTTP | 1 dia | Regista um ID único que é utilizado para gerar dados estatísticos sobre a forma como o visitante utiliza o <i>site</i> . |
| | <i>collect</i> | google-analytics.com | Pixel | Sessão | Usado para enviar dados para o Google Analytics sobre o dispositivo e comportamento do visitante. Rastreia o visitante através de vícios e canais de <i>marketing</i> . |
| Cookies de Marketing | <i>_fbp</i> | shopee.com.br | HTTP | 3 meses | Usado pelo Facebook para fornecer uma série de produtos de publicidade, como lances em tempo real de terceiros. |
| | <i>_gcl_au</i> | shopee.com.br | HTTP | 3 meses | cedido pelo Google Ad Sense para experimentar a eficiência de publicidade em <i>sites</i> usando seus Serviços. |
| | <i>ads/ga-audiences</i> | google.com | Pixel | Sessão | Usado pelo Google Ad Words para reengajar visitantes que provavelmente se converterão em clientes com base no visitante é o comportamento <i>online</i> em vários <i>sites</i> . |
| | <i>fbssls_#</i> | shopee.com.br | HTML | Sessão | Coleta dados sobre o uso do visitante do sistema de comentários no <i>site</i> e quais blogs/artigos o visitante r foi lido. Isso pode ser usado para fins de <i>marketing</i> . |
| | <i>fr</i> | facebook.com | HTTP | 3 meses | Usado pelo Facebook para fornecer uma série de produtos de publicidade, como lances em tempo real de terceiros. |
| | <i>IDE</i> | doubleclick.net | HTTP | 1 ano | Usado pelo Google DoubleClick para registrar e relatar as ações do usuário do <i>site</i> após visualizar ou clicar um dos anúncios do anunciante com o objetivo de medir a eficácia de um anúncio e apresentar anúncios direcionados ao usuário. |
| | <i>pagead/1p-conversion/#</i> | google.com | Pixel | Sessão | Não classificado |
| | <i>pagead/viewthroughconversion/670162852</i> | doubleclick.net | Pixel | Sessão | Não classificado |
| | <i>tr</i> | facebook.com | Pixel | Sessão | Usado pelo Facebook para fornecer uma série de produtos de publicidade, como lances em tempo real de terceiros anunciantes. |
| Não classificado | <i>@shopee/authentication-background</i> | shopee.com.br | HTML | Permanente | Não classificado |
| | <i>@shopee/rcmd-top-product-clusters</i> | shopee.com.br | HTML | Permanente | Não classificado |
| | <i>@shopee/rcmd-top-product-image-index</i> | shopee.com.br | HTML | Sessão | Não classificado |
| | <i>@shopee/rcmd-trending-search</i> | shopee.com.br | HTML | Permanente | Não classificado |
| | <i>__LOCALE__null</i> | shopee.com.br | HTML | Sessão | Não classificado |

| | | | | |
|--|---------------|------|------------|------------------|
| <i>__WIR_SZ_UNIQ_DC</i> | shopee.com.br | HTML | Permanente | Não classificado |
| <i>_QPWSDCXHZQA</i> | shopee.com.br | HTML | Sessão | Não classificado |
| <i>de_device_id</i> | shopee.com.br | HTML | Permanente | Não classificado |
| <i>irebase-installations-database#session_v2</i> | shopee.com.br | 6 | Permanente | Não classificado |
| <i>OPESKEDCVSD</i> | shopee.com.br | HTML | Sessão | Não classificado |
| <i>REC_T_ID</i> | shopee.com.br | HTTP | 20 anos | Não classificado |
| <i>reduxPersist:featureToggles</i> | shopee.com.br | HTML | Permanente | Não classificado |
| <i>reduxPersist:notificationCommon</i> | shopee.com.br | HTML | Permanente | Não classificado |
| <i>reduxPersist:notificationSummary</i> | shopee.com.br | HTML | Permanente | Não classificado |
| <i>reduxPersist:personalizedSearch</i> | shopee.com.br | HTML | Permanente | Não classificado |
| <i>reduxPersist:sharedCategory</i> | shopee.com.br | HTML | Permanente | Não classificado |
| <i>reduxPersist:topProducts</i> | shopee.com.br | HTML | Permanente | Não classificado |
| <i>shopee_webUnique_ccd</i> | shopee.com.br | HTTP | Sessão | Não classificado |
| <i>shopee_webUnique_ccd</i> | shopee.com.br | HTML | Sessão | Não classificado |
| <i>SPC_EC</i> | shopee.com.br | HTTP | 20 anos | Não classificado |
| <i>SPC_F</i> | shopee.com.br | HTTP | 20 anos | Não classificado |
| <i>SPC_IA</i> | shopee.com.br | HTTP | 20 anos | Não classificado |
| <i>SPC_R_T_ID</i> | shopee.com.br | HTTP | 20 anos | Não classificado |
| <i>SPC_R_T_IV</i> | shopee.com.br | HTTP | 20 anos | Não classificado |
| <i>SPC_SI</i> | shopee.com.br | HTTP | 1 dia | Não classificado |
| <i>SPC_T_ID</i> | shopee.com.br | HTTP | 20 anos | Não classificado |
| <i>SPC_T_IV</i> | shopee.com.br | HTTP | 20 anos | Não classificado |
| <i>SPC_U</i> | shopee.com.br | HTTP | 20 anos | Não classificado |

| Classificação dos cookies – Magazine Luiza | | | | | |
|--|--------------------|----------------------|------|-----------|---|
| Categoria | Atributos | | | | |
| | Nome do cookie | Domínio | Tipo | Expiração | Finalidade |
| | <i>CONSENT</i> | youtube.com | HTTP | 2 anos | Usado para detectar se o visitante aceitou a categoria de <i>marketing</i> no <i>banner</i> do <i>cookie</i> . Este <i>cookie</i> é necessário para a conformidade com GDPR do <i>site</i> |
| Cookies Necessários | <i>FCNEC</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | Seção | Verifica se o <i>banner</i> de consentimento de <i>cookies</i> está ativo no <i>site</i> |
| | <i>test_cookie</i> | doubleclick.net | HTTP | 1 dia | Usado para verificar se o navegador do usuário suporta <i>cookies</i> |
| | <i>ts</i> | creativecdn.com | HTTP | 1 ano | Este <i>cookie</i> é necessário para a função de <i>login</i> do PayPal no <i>site</i> |
| | <i>u</i> | creativecdn.com | HTTP | 1 dia | Necessário para a função de inscrição no <i>site</i> |
| Cookies de Marketing | <i>_clk</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 1 ano | Coleta dados sobre a navegação e comportamento do usuário no <i>site</i> . Isso é usado para compilar relatórios estatísticos e mapas de calor para o proprietário do <i>site</i> . Coleta dados sobre a navegação e comportamento do usuário no <i>site</i> . Isso é usado para compilar relatórios estatísticos e mapas de calor para o proprietário do <i>site</i> |
| | <i>_clsk</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 1 dia | Registra dados estatísticos sobre o comportamento dos usuários no <i>site</i> . Usado para análise interna pelo operador do <i>site</i> |
| | <i>cltk</i> | magazineluiza.com.b | HTML | Seção | Registra dados estatísticos sobre o comportamento dos usuários no <i>site</i> . Usado para análise interna pelo operador do <i>site</i> |
| | <i>_ga</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 2 anos | Registra um ID único que é utilizado para gerar dados estatísticos sobre a forma como o visitante utiliza o <i>website</i> |
| | <i>_ga_#</i> | amazon-adsystem.com | HTTP | 2 anos | Usado pelo Google Analytics para coletar dados sobre o número de vezes que um usuário visitou o <i>site</i> , bem como as datas da primeira e mais recente visita |

| | | | | |
|-------------------------------------|----------------------|-------|------------|---|
| <i>_gat</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 1 dia | Usado pelo Google Analytics para limitar a taxa de solicitação |
| <i>gid</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 1 dia | Regista um ID único que é utilizado para gerar dados estatísticos sobre como o visitante utiliza o <i>website</i> |
| <i>_hjAbsoluteSessionInProgress</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 1 dia | Este <i>cookie</i> é utilizado para contar quantas vezes um <i>site</i> foi visitado por diferentes visitantes - isto é feito atribuindo ao visitante um ID, para que o visitante não fique registado duas vezes |
| <i>_hjFirstSeen</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 1 dia | Este <i>cookie</i> é usado para determinar se o visitante já visitou o <i>site</i> antes ou se é um novo visitante no <i>site</i> |
| <i>_hjIncludedInPageviewSample</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 1 dia | Usado para detectar se a navegação e as interações do usuário estão incluídas na análise de dados do <i>site</i> |
| <i>hjIncludedInSessionSample</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 1 dia | Registra dados sobre o comportamento dos visitantes do <i>site</i> . Isso é usado para análise interna e otimização do <i>site</i> |
| <i>_hjSession_#</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 1 dia | Recolhe estatísticas sobre as visitas do visitante ao <i>website</i> , tais como o número de visitas, tempo médio despendido no <i>website</i> e que páginas foram lidas |
| <i>_hjSessionUser_#</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 1 ano | Recolhe estatísticas sobre as visitas do visitante ao <i>website</i> , tais como o número de visitas, tempo médio despendido no <i>website</i> e que páginas foram lidas |
| <i>hjTLDDTest</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | temporário | Registra dados estatísticos sobre o comportamento dos usuários no <i>site</i> . Usado para análise interna pelo operador do <i>site</i> |
| <i>c.gif</i> | c.clarity.ms | pixel | temporário | Coleta dados sobre a navegação e comportamento do usuário no <i>site</i> . Isso é usado para compilar relatórios estatísticos e mapas de calor para o proprietário do <i>site</i> |
| <i>cksync.php</i> | media.net | pixel | temporário | Este <i>cookie</i> é usado para determinar se a sincronização de dados de <i>cookie</i> está habilitada ou desabilitada – a sincronização de dados de <i>cookie</i> é usada para sincronizar e coletar dados de visitantes em vários domínios |
| <i>collect</i> | google-analytics.com | pixel | temporário | Usado para enviar dados para o Google Analytics sobre o dispositivo e comportamento do visitante. Rastreia o visitante em vários dispositivos e canais de <i>marketing</i> |

| | | | | | |
|-----------------------------|---------------------------|----------------------|------|------------|--|
| | <i>FCCDCF</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | Temporario | Coleta dados sobre a navegação e comportamento do usuário no <i>site</i> . Isso é usado para compilar relatórios estatísticos e mapas de calor para o proprietário do site |
| | <i>personalization_id</i> | twitter.com | HTML | 2 anos | Este <i>cookie</i> é definido pelo Twitter - O <i>cookie</i> permite que o visitante compartilhe conteúdo do <i>site</i> em seu perfil do Twitter |
| | <i>visitor-id</i> | media.net | HTTP | 1 ano | Este <i>cookie</i> é utilizado para coletar informações sobre o visitante. Esta informação será armazenado para análise interna no operador do <i>site</i> – A análise interna é usada por <i>sites</i> para otimizar seus domínios |
| | <i>X-AB</i> | sc-static.net | HTTP | 1 dia | Este <i>cookie</i> é usado pelo operador do <i>site</i> em contexto com teste multivariado. Esta é uma ferramenta utilizada para combinar ou alterar o conteúdo do <i>site</i> . Isso permite que o <i>site</i> encontre a melhor variação/edição do <i>site</i> |
| Cookies Estatísticos | <i>__rtbhouse.lid</i> | magazineluiza.com.br | HTML | Permanente | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é utilizada de forma a otimizar a relevância da publicidade no <i>website</i> |
| | <i>_fbp</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 3 meses | Usado pelo Facebook para fornecer uma série de produtos publicitários, como lances em tempo real de anunciantes terceirizados |
| | <i>gcl_au</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 3 meses | Usado pelo Google AdSen se para experimentar a eficiência de publicidade em <i>sites</i> usando seus serviços |
| | <i>pin_unauth</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 1 ano | Usado pelo Pinterest para rastrear o uso de serviços |
| | <i>pinterest_ct_ua</i> | pinterest.com | HTTP | 1 ano | Usado pelo Pinterest para rastrear o uso de serviços |
| | <i>sch</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | Temporário | Rastreia as sessões individuais no <i>website</i> , permitindo que o <i>website</i> compile dados estatísticos de múltiplas visitas. Esses dados também podem ser usados para criar leads para fins de <i>marketing</i> |
| | <i>_scid</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 13 meses | Define um ID exclusivo para o visitante, que permite que anunciantes terceirizados direcionem o visitante com anúncios relevantes. Este serviço de emparelhamento é fornecido por th ubs de publicidade de terceiros, o que facilita a licitação em tempo real para os anunciantes |

| | | | | |
|-------------------------|----------------------|-------|------------|---|
| <i>_uetsid</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 1 dia | Coleta dados sobre o comportamento do visitante de vários <i>sites</i> , a fim de apresentar anúncios mais relevantes - Isso também permite que o <i>site</i> limite o número de vezes que são exibidos no mesmo anúncio |
| <i>_uetsid</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 1 dia | Recolhe dados sobre o comportamento do visitante de vários <i>websites</i> , de forma a apresentar anúncios mais relevantes - Isto também permite que o <i>website</i> limite o número de vezes que são exibidos no mesmo anúncio |
| <i>_uetsid</i> | magazineluiza.com.br | HTML | Permanente | Usado para rastrear visitantes em vários <i>sites</i> , a fim de apresentar anúncios relevantes com base nas preferências do visitante |
| <i>_uetsid_exp</i> | magazineluiza.com.br | HTML | Permanente | Usado para rastrear visitantes em vários <i>sites</i> , a fim de apresentar anúncios relevantes com base nas preferências do visitante |
| <i>_uetvid</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 1 ano | Usado para rastrear visitantes em vários <i>sites</i> , a fim de apresentar anúncios relevantes com base nas preferências do visitante |
| <i>_uetvid</i> | magazineluiza.com.br | HTML | Permanente | Usado para rastrear visitantes em vários <i>sites</i> , a fim de apresentar anúncios relevantes com base nas preferências do visitante |
| <i>_uetvid_exp</i> | magazineluiza.com.br | HTML | Permanente | Contém a data de validade do <i>cookie</i> com o nome correspondente |
| 0 | 360yield.com | HTTP | Temporário | Não classificado |
| 0123456789# | 360yield.com | HTTP | 3 meses | Não classificado |
| -1 | 360yield.com | HTTP | 3 meses | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é utilizada de forma a otimizar a relevância da publicidade no <i>website</i> |
| A3 | yahoo.com | HTTP | 1 ano | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é utilizada para otimizar a relevância da publicidade no <i>site</i> |
| <i>ads/ga-audiences</i> | google.com | Pixel | Temporário | Usado pelo Google AdWords para reengajar visitantes que provavelmente se converterão em clientes com base no comportamento <i>online</i> do visitante em <i>sites</i> |
| <i>adx/cm</i> | ash.creativecdn.com | Pixel | Temporário | Coleta informações sobre as preferências do usuário e/ou interação com o conteúdo da campanha na <i>Web</i> - Isso é usado na plataforma de campanha CRM usada |

| | | | | | |
|--|----------------|-----------------|------|---------|--|
| | | | | | por proprietários de <i>sites</i> para promover eventos ou produtos |
| | <i>anj</i> | adnxs.com | HTTP | 3 meses | Registra um ID único que identifica o dispositivo de um usuário que retornou. O ID é usado para anúncios direcionados |
| | <i>ANONCHK</i> | c.clarity.ms | HTTP | 1 dia | Registra dados sobre visitantes de múltiplas visitas e em múltiplos <i>websites</i> . Essas informações são usadas para medir a eficiência da propaganda em <i>sites</i> |
| | <i>APID</i> | advertising.com | HTTP | 1 ano | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é utilizada para otimizar a relevância da publicidade no <i>site</i> |
| | <i>B</i> | yahoo.com | HTTP | 1 ano | Recolhe dados anônimos relativos às visitas do utilizador ao <i>website</i> , tais como o número de visitas, tempo médio de permanência no <i>website</i> e que páginas foram carregadas. Os dados cadastrados são utilizados para categorizar os interesses e perfis demográficos dos usuários com a finalidade de customizar o conteúdo do <i>site</i> de acordo com o visitante |
| | <i>c</i> | bidswitch.net | HTTP | 1 ano | Regulamenta a sincronização da identificação do usuário e a troca de dados do usuário entre vários serviços de anúncios |
| | <i>CMID</i> | casalemedia.com | HTTP | 1 ano | recolhe dados dos visitantes relativos às visitas do utilizador ao <i>website</i> , tais como o número de visitas, tempo médio de permanência no <i>website</i> e que páginas foram carregadas, com o objetivo de apresentar anúncios direcionados. |
| | <i>CMPRO</i> | casalemedia.com | HTTP | 3 meses | Recolhe dados sobre o comportamento do visitante de vários <i>websites</i> , de forma a apresentar anúncios mais relevantes - Isto também permite que o <i>website</i> limite o número de vezes que são exibidos no mesmo anúncio |
| | <i>CMPS</i> | casalemedia.com | HTTP | 3 meses | Recolhe dados dos visitantes relativos às visitas do utilizador ao <i>website</i> , tais como o número de visitas, tempo médio de permanência no <i>website</i> e que páginas foram carregadas, com o objetivo de apresentar anúncios direcionados |
| | <i>CMRUM3</i> | casalemedia.com | HTTP | 1 ano | Recolhe dados do visitante relacionados com as visitas do utilizador ao <i>website</i> , tais como o número de |

| | | | | | |
|--|--------------------------|----------------------|-------|------------|--|
| | | | | | visitas, tempo médio despendido no <i>website</i> e que páginas foram carregadas, com o objetivo de apresentar Publicidades |
| | <i>CMST</i> | casalemedia.com | HTTP | 1 dia | Recolhe dados do visitante relacionados com as visitas do utilizador ao <i>website</i> |
| | <i>criteo</i> | outbrain.com | HTTP | 19 dias | Define um ID único para o visitante, que permite que anunciantes terceirizados direcionem o visitante com anúncios relevantes. Este serviço de emparelhamento é fornecido por th ubs de publicidade de terceiros, o que facilita a licitação em tempo real para os anunciantes |
| | <i>criteo_write_test</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 1 dia | Define um ID exclusivo para o visitante, que permite que anunciantes terceirizados direcionem o visitante com anúncios relevantes. Este serviço de emparelhamento é fornecido por th ubs de publicidade de terceiros, o que facilita a licitação em tempo real para os anunciantes |
| | <i>cto_bundle</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 13 meses | Apresenta ao usuário conteúdo e propaganda relevantes. O serviço é fornecido por th ubs de publicidade de terceiros, que facilitam a licitação em tempo real para os anunciantes |
| | <i>cto_bundle</i> | magazineluiza.com.br | HTML | Permanente | Apresenta ao usuário conteúdo e propaganda relevantes. O serviço é fornecido por anunciantes de terceiros, que facilitam os lances em tempo real para os anunciantes |
| | <i>cto_tld_test</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 1 dia | Usado para identificar o visitante em todas as visitas e dispositivos. Isso permite que o <i>site</i> apresente ao visitante anúncios relevantes - O serviço é fornecido por anúncios publicitários de terceiros, que facilitam lances em tempo real para os anunciantes. |
| | <i>data-c</i> | media.net | HTTP | 29 dias | Apresenta ao usuário conteúdo e propaganda relevantes. O serviço é fornecido por anunciantes de terceiros, que facilitam os lances em tempo real para os anunciantes. |
| | <i>data-c-ts</i> | media.net | HTTP | 29 dias | Coleta dados sobre o usuário em <i>sites</i> - Esses dados são usados para tornar a publicidade mais relevante |
| | <i>demconf.jpg</i> | demdex.net | Pixel | seção | Define um ID exclusivo para o visitante, que permite que anunciantes terceirizados direcionem o visitante |

| | | | | | |
|--|---|-----------------|-------|----------|--|
| | | | | | com anúncios relevantes. Este serviço de emparelhamento é fornecido por publicidade de terceiros, o que facilita a licitação em tempo real para os anunciantes |
| | <i>demdex</i> | demdex.net | HTTP | 179 dias | Por meio de um ID único que é usado para análise de conteúdo semântico, a navegação do usuário no <i>site</i> é registrada e vinculada a dados <i>offline</i> de pesquisas e registros semelhantes para exibição direcionada Publicidades |
| | <i>dis/rtb/appnexus/cookie match.aspx</i> | criteo.com | Pixel | seção | Define um ID exclusivo para o visitante, que permite que anunciantes terceirizados direcionem o visitante com anúncios relevantes. Este serviço de emparelhamento é fornecido por th ubs de publicidade de terceiros, o que facilita a licitação em tempo real para os anunciantes |
| | <i>dis/rtb/google/cookie match.aspx</i> | criteo.com | Pixel | seção | Define um ID único para o visitante, que permite que anunciantes terceirizados direcionem o visitante com anúncios relevantes. Este serviço de emparelhamento é fornecido por th ubs de publicidade de terceiros, o que facilita a licitação em tempo real para os anunciantes |
| | <i>dpm</i> | demdex.net | HTTP | 179 dias | Define um ID exclusivo para o visitante, que permite que anunciantes terceirizados direcionem o visitante com anúncios relevantes. Este serviço de emparelhamento é fornecido por th ubs de publicidade de terceiros, o que facilita a licitação em tempo real para os anunciantes |
| | <i>dt</i> | udmserve.net | HTTP | 1 ano | Permite que o visitante compartilhe conteúdo do <i>site</i> em plataformas de mídia social ou sites. |
| | <i>fr</i> | facebook.com | HTTP | 3 meses | Usado pelo Facebook para entregar uma série de produtos publicitários, como lances em tempo real de terceiros anunciantes |
| | <i>IDE</i> | doubleclick.net | HTTP | 1 ano | Usado pelo Google DoubleClick para registrar e relatar as ações do usuário do <i>site</i> após visualizar ou clicar um dos anúncios do anunciante com o objetivo de medir a eficácia de um anúncio e apresentar anúncios direcionados ao usuário |

| | | | | |
|--|---------------------|-------|---------|---|
| <i>IDSYNC</i> | analytics.yahoo.com | HTTP | 1 ano | Usado para identificar o visitante em todas as visitas e dispositivos. Isso permite que o <i>site</i> apresente o visitante com relevância publicidade van t - O serviço é fornecido por th ubs publicitários de terceiros, que facilitam os lances em tempo real para os anunciantes. |
| <i>muc_ads</i> | t.co | HTTP | 2 ano | Coleta dados sobre o comportamento e interação do usuário para otimizar o <i>site</i> e fazer propaganda no <i>site</i> mais relevante |
| <i>MUID</i> | bing.com | HTTP | 1 ano | Usado amplamente pela Microsoft como um ID de usuário único. O <i>cookie</i> permite o rastreamento do usuário sincronizando o ID across man e domínio s da Microsoft |
| <i>MUID</i> | clarity.ms | HTTP | 1 ano | Usado amplamente pela Microsoft como um ID de usuário único. O <i>cookie</i> permite o rastreamento do usuário sincronizando o ID em muitos domínios da Microsoft. |
| <i>nid</i> | navdmp.com | HTTP | 2 anos | Registra um ID único que identifica o dispositivo de um usuário que retornou. O ID é usado para anúncios direcionados |
| <i>obuid</i> | outbrain.com | HTTP | 3 meses | Define um ID único para o visitante, que permite a anunciantes terceirizados segmentar o visitante com informações relevantes anúncio. Este serviço de emparelhamento é fornecido por th ubs de publicidade de terceiros, o que facilita a licitação em tempo real para os anunciantes. |
| <i>pagead/1p-user-list/#</i> | google.com | Pixel | seção | Rastreia se o usuário demonstrou interesse em produtos ou eventos específicos em vários <i>sites</i> e detecta h como o usuário navega entre os <i>sites</i> . Isso é usado para medir esforços de publicidade e facilitar o pagamento de taxas de aposta de referência <i>websites</i> |
| <i>pagead/viewthroughconversion/1012714216</i> | doubleclick.net | Pixel | seção | Não classificado |
| <i>rtbh</i> | udmserve.net | HTTP | 1 ano | Registra um ID único que identifica o dispositivo do usuário durante as visitas de retorno. Usado para rastreamento de versão ed para medir a eficácia de anúncios <i>online</i> |
| <i>rum</i> | casalemedia.com | Pixel | seção | Recolhe dados relativos às visitas do utilizador ao <i>website</i> , tais como o número de visitas, tempo médio |

| | | | | | |
|--|----------------------|-------|---------|--|---|
| | | | | | despendido no <i>site</i> e quais páginas foram carregadas, com o objetivo de exibir anúncios direcionados |
| <i>sc_at</i> | snapchat.com | HTTP | 1 ano | | Usado pelo Snapchat para implementar conteúdo publicitário no <i>site</i> - O <i>cookie</i> detecta a eficiência dos anúncios e coleta dados do visitante para posterior segmentação do visitante |
| <i>SM</i> | c.clarity.ms | HTTP | seção | | Registra um ID único que id |
| <i>sp.pl</i> | analytics.yahoo.com | Pixel | seção | | Registra o comportamento e navegação do usuário no <i>site</i> , e qualquer interação com campanhas ativas. Isso é usado para otimizar anúncios e para redirecionamento eficiente |
| <i>spp.pl</i> | analytics.yahoo.com | Pixel | seção | | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é utilizada para otimizar a relevância da publicidade no <i>site</i> |
| <i>SRM_B</i> | bing.com | HTTP | 1 ano | | Rastreia a interação do usuário com a função da barra de pesquisa do <i>site</i> . Esses dados podem ser usados para apresentar o usuário com produtos ou serviços relevantes |
| <i>tpI9mkIjtdsn3cPBJgiM8cOIzAJSRa</i> - <i>tKdkBwKVeUhIXQ3FuAnwISPBFb</i> <i>sXhs6 YQwnbgrctY</i> | 360yield.com | HTTP | seção | | Não classificado |
| <i>tr</i> | facebook.com | Pixel | seção | | Usado pelo Facebook para entregar uma série de produtos publicitários, como lances em tempo real de terceiros anunciantes. |
| <i>tt_appInfo</i> | magazineluiza.com.br | HTML | seção | | Usado pelo serviço de rede social, TikTok, para rastrear o uso de serviços incorporados |
| <i>tt_sessionId</i> | magazineluiza.com.br | HTML | seção | | Usado pelo serviço de rede social, TikTok, para rastrear o uso de serviços incorporados |
| <i>Tuuid</i> | 360yield.com | HTTP | 3 meses | | Recolhe dados do visitante relacionados com as visitas do utilizador ao <i>website</i> , tais como o número de visitas, tempo médio gasto no <i>site</i> e quais páginas foram carregadas, com o objetivo de exibir anúncios direcionados |
| <i>tuuid</i> | bidswitch.net | HTTP | 1 ano | | Registra se o usuário consentiu ou não com o uso de <i>cookies</i> . |

| | | | | |
|---------------------------|----------------------|-------|----------|---|
| <i>tuuid_lu</i> | 360yield.com | HTTP | 3 meses | Contêm um ID de visitante único, que permite que o B idswitch .com rastreie o visitante em vários <i>sites</i> . Esse permite que o B idswitch otimize a relevância do anúncio e assegure-se de que o visitante não veja os mesmos anúncios várias vezes. |
| <i>tuuid_lu</i> | bidswitch.net | HTTP | 1 ano | Contêm um ID de visitante único, que permite que o B idswitch .com rastreie o visitante em vários <i>sites</i> . Esse permite que o B idswitch otimize a relevância do anúncio e assegure-se de que o visitante não veja os mesmos anúncios várias vezes. |
| <i>udmts</i> | udmserve.net | HTTP | 1 ano | Usado para medir a eficiência dos esforços de publicidade do <i>site</i> , por meio da coleta de dados no taxa de conversão dos anúncios do <i>site</i> em vários <i>sites</i> . |
| <i>uid</i> | api-ads.percycle.com | HTTP | 10 anos | ID de usuário único que reconhece o usuário em visitas recorrentes |
| <i>uid</i> | criteo.com | HTTP | 1 ano | Recolhe dados do visitante relacionados com as visitas do utilizador ao <i>website</i> , tais como o número de visitas, tempo médio gasto no <i>site</i> e quais páginas foram carregadas, com o objetivo de exibir anúncios direcionados. |
| <i>ul_cb/sync</i> | bidswitch.net | Pixel | seção | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é utilizada para otimizar a relevância da publicidade no <i>site</i> |
| <i>um</i> | 360yield.com | HTTP | 3 meses | Registra o comportamento do visitante nas mídias sociais - pode ser usado para otimizar a relevância do anúncio e alvejando |
| <i>umeh</i> | 360yield.com | HTTP | 3 meses | Usado para rastrear visitantes em vários <i>sites</i> , a fim de apresentar anúncios relevantes com base no visitante preferências |
| <i>uuid2</i> | adnxs.com | HTTP | 3 meses | Registra um ID único que identifica o dispositivo de um usuário que retornou. O ID é usado para anúncios direcionados |
| <i>v3</i> | pinterest.com | Pixel | seção | Usado pelo Pinterest para rastrear o uso de serviços |
| <i>VISITOR_INFO1_LIVE</i> | youtube.com | HTTP | 179 dias | Tenta estimar a largura de banda dos usuários em páginas com vídeos do You Tube integrados |

| | | | | | |
|--------------------------|---------------------------------|------------------------|---------|------------------|---|
| | <i>YSC</i> | youtube.com | HTTP | seção | Registra um ID único para manter estatísticas de quais vídeos do You Tube o usuário viu |
| Não classificados | <i>__bid</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 60 anos | Não classificado |
| | <i>__client.gif</i> | c.btg360.com.br | Pixel | seção | Não classificado |
| | <i>__crto_ml_adb</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 6 dias | Não classificado |
| | <i>__ssds</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 179 dias | Não classificado |
| | <i>__sstester</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 179 dias | Não classificado |
| | <i>__ssuzjsr3</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 179 dias | Não classificado |
| | <i>__uzmaj3</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 179 dias | Não classificado |
| | <i>__uzmbj3</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 179 dias | Não classificado |
| | <i>__uzmcj3</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 179 dias | Não classificado |
| | <i>__uzmdj3</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 179 dias | Não classificado |
| | <i>cus</i> | cdn.navdmp.com | Pixel | seção | Não classificado |
| | <i>mixer_hub_shipping</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | seção | Não classificado |
| | <i>mixer_shipping</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | seção | Não classificado |
| | <i>ml2_redirect_8020</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | seção | Não classificado |
| | <i>MLPARCEIRO</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 29 dias | Não classificado |
| | <i>noe_freight</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | seção | Não classificado |
| | <i>noe_hub_shipping_enabled</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | seção | Não classificado |
| | <i>p</i> | tr.snapchat.com | Pixel | seção | Não classificado |
| | <i>stwt</i> | m.magazineluiza.com.br | HTTP | 1 ano | Não classificado |
| | <i>stwt</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 1 ano | Não classificado |
| | <i>stwu</i> | m.magazineluiza.com.br | HTTP | 1 ano | Não classificado |
| | <i>stwu</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | 1 ano | Não classificado |
| | <i>stwu</i> | rgr.bob-recs.com | HTTP | 5 anos | Não classificado |
| <i>toggle_wishlist</i> | magazineluiza.com.br | HTTP | seção | Não classificado | |
| <i>uidLegacy</i> | api-ads.percycle.com | HTTP | 10 anos | Não classificado | |
| <i>v.gif</i> | api-ads.percycle.com | Pixel | seção | Não classificado | |

| Classificação dos cookies - Aliexpress | | | | | |
|--|---|-------------------|------|-------------|---|
| Categoria | Atributos | | | | |
| | Nome do cookie | Domínio | Tipo | Expiração | Finalidade |
| Cookies Necessários | <i>AKA_A2</i> | aliexpress.com | HTTP | 1 Dia | Este <i>cookie</i> é necessário para a função de cache. Um cache é usado pelo <i>site</i> para otimizar a configuração de resposta entre o visitante e o <i>site</i> . O cache geralmente é armazenado no navegador do visitante. |
| | <i>JSESSIONID</i> | aliexpress.com | HTTP | Sessão | Preserva os estados dos usuários nas solicitações da página. |
| | <i>JSESSIONID</i> | wp.aliexpress.com | HTTP | Sessão | Preserva os estados dos usuários nas solicitações da página. |
| | <i>opt_out</i> | postrelease.com | HTTP | 1 ano | Utilizado para detectar se o visitante aceitou a categoria de <i>marketing</i> no <i>banner</i> de <i>cookies</i> . Isso é <i>cookie</i> é necessário para a conformidade do G DPR do <i>site</i> . |
| | <i>RT</i> | aliexpress.com | HTTP | 6 dias | Este <i>cookie</i> é utilizado para identificar o visitante através de uma aplicação. Isso permite que o visitante faça <i>login</i> em um <i>site</i> da <i>Web</i> por meio de seu aplicativo LinkedIn, por exemplo. |
| | <i>SESS#</i> | stickyadstv.com | HTTP | Sessão | Preserva os estados dos usuários nas solicitações da página. |
| | <i>test_cookie</i> | doubleclick.net | HTTP | 1 dia | Usado para verificar se o navegador do usuário suporta <i>cookies</i> . |
| | <i>ts</i> | creativecdn.com | HTTP | 1 ano | Este <i>cookie</i> é necessário para a função de <i>login</i> do PayPal no <i>site</i> . |
| | <i>u</i> | creativecdn.com | HTTP | 1 ano | Necessário para a função de inscrição no <i>site</i> . |
| | <i>workbox-expiration#cache-entries</i> | aliexpress.com | 6 | Persistente | Este <i>cookie</i> é necessário para a função de cache. Um cache é usado pelo <i>site</i> para otimizar a resposta tempo entre o visitante e o <i>site</i> . O cache geralmente é armazenado no navegador do visitante. |

| | | | | | |
|-----------------------------|---------------------|----------------|-------|-------------|---|
| | <i>XSRF-TOKEN</i> | aliexpress.com | HTTP | Sessão | Garante a segurança de navegação do visitante, prevenindo a falsificação de solicitações entre <i>sites</i> . Este <i>cookie</i> é essencial para segurança do <i>site</i> e do visitante. |
| Preferências | <i>l</i> | aliexpress.com | HTTP | 179 dias | O <i>cookie</i> determina o idioma pré-referido e a configuração do país do visitante - Isso permite que o <i>site</i> para mostrar o conteúdo mais relevante para aquela região e idioma. |
| Cookies Estatísticos | <i>_ga</i> | aliexpress.com | HTTP | 2 anos | Regista um ID único que é utilizado para gerar dados estatísticos sobre a forma como o visitante utiliza o <i>site</i> . |
| | <i>_ga_#</i> | aliexpress.com | HTTP | 2 anos | Usado pelo Google Analytics para coletar dados sobre o número de vezes que um usuário visitou o <i>site</i> , bem como datas da primeira e mais recente visita. |
| | <i>_gat</i> | aliexpress.com | HTTP | 1 dia | Usado pelo Google Analytics para limitar a taxa de solicitação |
| | <i>_gid</i> | aliexpress.com | HTTP | 1 dia | Regista um ID único que é utilizado para gerar dados estatísticos sobre a forma como o visitante utiliza o <i>site</i> . |
| | <i>APLUS_CNA</i> | aliexpress.com | HTML | Persistente | Registra dados estatísticos sobre o comportamento dos usuários no <i>site</i> . Usado para análises internas pelo operador do <i>site</i> . |
| | <i>APLUS_LS_KEY</i> | aliexpress.com | HTML | Persistente | Registra dados estatísticos sobre o comportamento dos usuários no <i>site</i> . Usado para análise interna pelo operador do <i>site</i> . |
| | <i>bounce</i> | adnxs.com | Pixel | Sessão | Determina se um usuário sai do <i>site</i> imediatamente. Esta informação é usada para estatísticas internas e analytics pelo operador do <i>site</i> . |
| | <i>cksync.php</i> | media.net | Pixel | Sessão | Este <i>cookie</i> é usado para determinar se a sincronização de dados de <i>cookies</i> está habilitada ou desativada – dados de <i>cookies</i> a sincronização é usada para sincronizar e reunir dados de visitantes em vários domínios. |
| | <i>PugT</i> | pubmatic.com | HTTP | 29 dias | Usado para determinar o número de vezes que os <i>cookies</i> foram atualizados no navegador do visitante. Usado também otimiza a eficiência do servidor do <i>site</i> . |

| | | | | | |
|-----------------------------|-----------------------|----------------|---------|---|---|
| | <i>visitor-id</i> | media.net | HTTP | 1 ano | Este <i>cookie</i> é usado para coletar informações sobre o visitante. Esta informação será armazenada para uso interno análise no operador do <i>site</i> – A análise interna é usada por <i>sites</i> para otimizar seus domínios. |
| | <i>x5secdata</i> | taobao.com | HTTP | 1 dia | Registra dados estatísticos sobre o comportamento dos usuários no <i>site</i> . Usado para análises internas pelo operador do <i>site</i> . |
| | <i>xlly_s</i> | aliexpress.com | HTTP | 1 dia | Coleta dados sobre a interação do visitante com o conteúdo de vídeo do <i>site</i> . Esses dados são usados para fazer o vídeo-conteúdo do <i>site</i> é mais relevante para o visitante. |
| Cookies de Marketing | <i>#.gif</i> | rlcdn.com | Pixel | Sessão | Não classificado |
| | <i>#URL#</i> | aliexpress.com | HTML | Persistente | Necessário para a implementação da galeria de imagens do Instagram no <i>site</i> . |
| | <i>__ID</i> | revcontent.com | HTTP | 50 anos | Define um ID único para o visitante, que permite que anunciantes de terceiros segmentem o visitante com anúncios relevantes. Este serviço de pareamento é fornecido por anunciantes de terceiros, o que facilita lances em tempo real para anunciantes. |
| | <i>__rtbhouse.lid</i> | aliexpress.com | HTML | Persistente | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é usada para otimizar a relevância do anúncio no <i>site</i> . |
| | <i>_fbp</i> | aliexpress.com | HTTP | 3 meses | Usado pelo Facebook para fornecer uma série de produtos de publicidade, como lances em tempo real de terceiros anunciantes. |
| | <i>_gcl_au</i> | aliexpress.com | HTTP | 3 meses | Usado pelo Google AdSen se para experimentar a eficiência de publicidade em <i>sites</i> usando seus Serviços. |
| | <i>_li_ss</i> | liadm.com | HTTP | 29 dias | Define um ID único para o visitante, que permite que anunciantes de terceiros segmentem o visitante com anúncios relevantes sêmen t. Este serviço de pareamento é fornecido por anunciantes de terceiros, o que facilita lances em tempo real para anunciantes. |
| | <i>0</i> | 360yield.com | HTTP | Sessão | Não Classificado |
| | <i>0123456789#</i> | 360yield.com | HTTP | 3 meses | Não Classificado |
| <i>-1</i> | 360yield.com | HTTP | 3 meses | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é usada para otimizar a relevância do anúncio no <i>site</i> . | |

| | | | | |
|-------------------------|---------------------|-------|------------|---|
| <i>A3</i> | yahoo.com | HTTP | 1 ano | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é usada para otimizar a relevância do anúncio no <i>site</i> . |
| <i>acs_usuc_t</i> | aliexpress.com | HTTP | Sessão | Usado para identificar o usuário, salvar detalhes de registro, registrar o movimento do usuário no <i>site</i> , segmentar anúncios e campanhas e troque informações do usuário com parceiros anunciantes. |
| <i>ads/ga-audiences</i> | google.com | Pixel | Sessão | Usado pelo Google Ad Words para reengajar visitantes que provavelmente se converterão em clientes com base no visitante é o comportamento <i>online</i> em vários <i>sites</i> . |
| <i>AdServer/Pug</i> | pubmatic.com | Pixel | Sessão | Define um registro de data e hora para quando o visitante entrou no <i>site</i> . Isso é usado para fins analíticos no Local na rede Internet. |
| <i>adx/cm</i> | ash.creativecdn.com | Pixel | Sessão | Coleta informações sobre as referências do usuário e/ou interação com o conteúdo da campanha na <i>Web</i> - Isso é usado em Plataforma de campanha de CRM usada por donos de <i>sites</i> para promover eventos ou produtos. |
| <i>aep_usuc_f</i> | aliexpress.com | HTTP | 68 anos | Usado para identificar o usuário, salvar detalhes de registro, registrar o movimento do usuário no <i>site</i> , segmentar anúncios e campanhas e troque informações do usuário com parceiros anunciantes. |
| <i>ali_apache_id</i> | aliexpress.com | HTTP | 22882 dias | Usado para identificar o usuário, salvar detalhes de registro, registrar o movimento do usuário no <i>site</i> , segmentar anúncio s e campanha e troque informações do usuário com os parceiros. |
| <i>anj</i> | adnxs.com | HTTP | 3 meses | Registra um ID único que identifica o dispositivo de um usuário que está retornando. O ID é usado para anúncios segmentados. |
| <i>atpsida</i> | mmstat.com | HTTP | Sessão | Registra um ID único que identifica o dispositivo do usuário durante as visitas de retorno. Usado para rastreamento de conversão e d para medir a eficácia de anúncios <i>online</i> . |
| <i>B</i> | yahoo.com | HTTP | 1 ano | Coleta dados anônimos relacionados às visitas do usuário ao <i>site</i> , como número de visitas, tempo médio gastou no <i>site</i> e quais páginas foram carregadas. Os dados registrados são usados para o aumentar o |

| | | | | |
|----------------------|-----------------------|-------|---------|--|
| | | | | interesse dos usuários e perfis demográficos com o objetivo de personalizar o conteúdo do <i>site</i> de acordo com o visitante. |
| <i>c</i> | bidswitch.net | HTTP | 1 ano | Regula a sincronização da identificação do usuário e a troca de dados do usuário entre vários serviços de anúncios. |
| <i>cm/pixel_sync</i> | trends.revcontent.com | Pixel | Sessão | Usado para sincronização de dados com redes de publicidade. |
| <i>CMID</i> | casalemedia.com | HTTP | 1 ano | Coleta dados do visitante relacionados às visitas do usuário ao <i>site</i> , como número de visitas, tempo médio penetre no <i>site</i> e quais páginas foram carregadas, com o objetivo de exibir anúncios direcionados. |
| <i>CMPRO</i> | casalemedia.com | HTTP | 3 meses | Coleta dados sobre o comportamento do visitante em vários <i>sites</i> da <i>Web</i> , a fim de apresentar anúncios mais relevantes - Isso também permite que o <i>site</i> limite o número de vezes que são exibidos o mesmo anúncio. |
| <i>CMPS</i> | casalemedia.com | HTTP | 3 meses | Coleta dados do visitante relacionados às visitas do usuário ao <i>site</i> , como número de visitas, tempo médio penetre no <i>site</i> e quais páginas foram carregadas, com o objetivo de exibir anúncios direcionados. |
| <i>CMRUM3</i> | casalemedia.com | HTTP | 1 ano | Coleta dados do visitante relacionados às visitas do usuário ao <i>site</i> , como número de visitas, tempo médio penetre no <i>site</i> e quais páginas foram carregadas, com o objetivo de exibir anúncios direcionados. |
| <i>CMST</i> | casalemedia.com | HTTP | 1 dia | Coleta dados do visitante relacionados às visitas do usuário ao <i>site</i> , como número de visitas, tempo médio penetre no <i>site</i> e quais páginas foram carregadas, com o objetivo de exibir anúncios direcionados. |
| <i>cna</i> | aliexpress.com | HTTP | 20 anos | Usado para identificar o usuário, salvar detalhes de registro, registrar o movimento do usuário no <i>site</i> , segmentar anúncios e campanhas e troque informações do usuário com parceiros anunciantes. |
| <i>cna</i> | mmstat.com | HTTP | 10 anos | Apresenta ao usuário conteúdo e propaganda relevantes. O serviço é fornecido por anúncios de terceiros, que facilitam lances em tempo real para anunciantes. |
| <i>crateo</i> | outbrain.com | HTTP | 19 dias | Define um ID único para o visitante, que permite que anunciantes de terceiros segmentem o visitante com |

| | | | | | |
|--|---|-----------------|-------|---------|--|
| | | | | | informações relevantes anúncio. Este serviço de pareamento é fornecido por anunciantes de terceiros, o que facilita lances em tempo real para anunciantes. |
| | <i>criteo_write_test</i> | aliexpress.com | HTTP | 1 dia | Define um ID único para o visitante, que permite que anunciantes de terceiros segmentem o visitante com anúncios relevantes sêmen t. Este serviço de pareamento é fornecido por anunciantes de terceiros, o que facilita lances em tempo real para anunciantes. |
| | <i>data-c</i> | media.net | HTTP | 29 dias | Apresenta ao usuário conteúdo e propaganda relevantes. O serviço é fornecido por terceiros Thubs de anunciantes, que facilitam lances em tempo real para anunciantes. |
| | <i>data-c-ts</i> | media.net | HTTP | 29 dias | Coleta dados sobre o usuário em <i>sites</i> da <i>Web</i> - Esses dados são usados para tornar o anúncio mais relevante. |
| | <i>dis/rtb/appnexus/cookie match.aspx</i> | criteo.com | Pixel | Sessão | Define um ID único para o visitante, que permite que anunciantes de terceiros segmentem o visitante com informações relevantes anúncio. Este serviço de pareamento é fornecido por anunciantes de terceiros, o que facilita lances em tempo real para anunciantes. |
| | <i>dis/rtb/cdb/cookie match.aspx</i> | criteo.com | Pixel | Sessão | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é usada para otimizar a relevância do anúncio no <i>site</i> . |
| | <i>dis/rtb/google/cookie match.aspx</i> | criteo.com | Pixel | Sessão | Define um ID único para o visitante, que permite que anunciantes de terceiros segmentem o visitante com informações relevantes anúncio. Este serviço de pareamento é fornecido por anunciantes de terceiros, o que facilita lances em tempo real para anunciantes. |
| | <i>fr</i> | facebook.com | HTTP | 3 meses | Usado pelo Facebook para fornecer uma série de produtos de publicidade, como lances em tempo real de terceiros anunciantes. |
| | <i>HYbwXGmm30Ss9yeD6XCyEs wUGWB7P8JWZ1LIwkGs8qXA Z44zqXTmfSaEc-vewFqbw5VC4GjT</i> | 360yield.com | HTTP | Sessão | Não Classificado |
| | <i>IDE</i> | doubleclick.net | HTTP | 1 ano | Usado pelo Google Double Click para se registrar e relatar as ações do usuário do <i>site</i> após visualizar ou clicar e dos anúncios do anunciante com o objetivo de |

| | | | | | |
|----------------------------|---------------------------|------|-------------|--|---|
| | | | | | medir a eficácia de um anúncio e apresentar anúncios direcionados ao usuário. |
| <i>IDSYNC</i> | analytics.yahoo.com | HTTP | 1 ano | | Usado para identificar o visitante em todas as visitas e dispositivos. Isso permite que o <i>site</i> apresente ao visitante anúncios relevantes - O serviço é fornecido por anúncios de terceiros, que facilitam lances em tempo real para os anunciantes. |
| <i>intl_common_forever</i> | aliexpress.com | HTTP | 68 anos | | Usado para identificar o usuário, salvar detalhes de registro, registrar o movimento do usuário no <i>site</i> , segmentar anúncios e campanha e troque informações do usuário com os parceiros. |
| <i>intl_locale</i> | aliexpress.com | HTTP | Sessão | | Usado para identificar o usuário, salvar detalhes de registro, registrar o movimento do usuário no <i>site</i> , segmentar anúncios e campanhas e troque informações do usuário com parceiros anunciantes. |
| <i>isg</i> | aliexpress.com | HTTP | 179 dias | | Define um ID único para o visitante, que permite que anunciantes de terceiros segmentem o visitante com anúncios relevantes sêmen t. Este serviço de pareamento é fornecido por anunciantes de terceiros, o que facilita lances em tempo real para anunciantes. |
| <i>isg__</i> | aliexpress.com | HTML | Persistente | | Apresenta ao usuário conteúdo e propaganda relevantes. O serviço é fornecido por terceiros Thubs de anunciantes, que facilitam lances em tempo real para anunciantes. |
| <i>KRTBCOOKIE_#</i> | liadm.com | HTTP | 2 anos | | Coleta dados sobre o comportamento e interação dos visitantes - Isso é usado para fazer anúncios no <i>site</i> mais relevante. O <i>cookie</i> também permite que o <i>site</i> detecte quaisquer referências de outros <i>sites</i> . |
| <i>MUID</i> | bing.com | HTTP | 1 ano | | Amplamente utilizado pela M icro so ft como um ID de usuário único. O <i>cookie</i> permite o rastreamento do usuário sincronizando o ID em vários domínios de software da Micro. |
| <i>na_id</i> | ranslatepa.googleapis.com | HTTP | 6 meses | | Registra um ID único que identifica o dispositivo de um usuário que está retornando. O ID é usado para anúncios segmentados. |
| <i>obuid</i> | outbrain.com | HTTP | 3 meses | | Define um ID único para o visitante, que permite que anunciantes de terceiros segmentem o visitante com informações relevantes |

| | | | | | |
|--|-----------------------|-------------------|-------|---------|--|
| | | | | | anúncio. Este serviço de pareamento é fornecido por anunciantes de terceiros, o que facilita lances em tempo real para anunciantes. |
| | <i>ouid</i> | addthis.com | HTTP | 1 ano | Define uma <i>string</i> de ID para o visitante específico. Isso é usado para reconhecer o visitante na reentrada. Isso permite que <i>site</i> para registrar o com portamento do visitante e facilitar a função de compartilhamento nas redes sociais fornecida por Addthis.com. |
| | <i>pagead/landing</i> | doubleclick.net | Pixel | Sessão | Coleta dados sobre o comportamento do visitante em vários <i>sites</i> da <i>Web</i> , a fim de apresentar anúncios mais relevantes - Isso também permite que o <i>site</i> limite o número de vezes que são exibidos o mesmo anúncio. |
| | <i>pagead/landing</i> | google.com | Pixel | Sessão | Coleta dados sobre o comportamento do visitante em vários <i>sites</i> da <i>Web</i> , a fim de apresentar anúncios mais relevantes - Isso também permite que o <i>site</i> limite o número de vezes que são exibidos o mesmo anúncio. |
| | <i>PUBMDCID</i> | pubmatic.com | HTTP | 3 meses | Registra um ID único que identifica o dispositivo do usuário durante as visitas de retorno em <i>sites</i> que usam a mesma rede de anúncios. O ID é usado para permitir anúncios segmentados. |
| | <i>pxrc</i> | rlcdn.com | HTTP | 2 meses | Este <i>cookie</i> registra os dados do visitante. A informação é usada para otimizar a relevância do anúncio. |
| | <i>redir</i> | smartadserver.com | Pixel | Sessão | Apresenta ao usuário conteúdo e propaganda relevantes. O serviço é fornecido por terceiros Thubs de publicidade, que facilitam lances em tempo real para anunciantes. |
| | <i>rlas3</i> | rlcdn.com | HTTP | 1 ano | Coleta dados do visitante relacionados às visitas do usuário ao <i>site</i> , como número de visitas, tempo médio penetre no <i>site</i> e quais páginas foram carregadas, com o objetivo de exibir anúncios direcionados. |
| | <i>rum</i> | casalemedia.com | Pixel | Sessão | Coleta dados do visitante relacionados às visitas do usuário ao <i>site</i> , como número de visitas, tempo médio penetre no <i>site</i> e quais páginas foram carregadas, com o objetivo de exibir anúncios direcionados. |
| | <i>s/28292</i> | liadm.com | Pixel | Sessão | Apresenta ao usuário conteúdo e propaganda relevantes. O serviço é fornecido por anúncios de |

| | | | | |
|--------------------|---------------------|-------|---------|--|
| | | | | terceiros <i>third parties</i> , que facilitam lances em tempo real para anunciantes. |
| <i>spp.pl</i> | analytics.yahoo.com | Pixel | Sessão | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é usada para otimizar a relevância do anúncio no <i>site</i> . |
| <i>stx_user_id</i> | sharethrough.com | HTTP | 29 dias | Define um ID único para um visitante específico. Este ID pode ser usado para reconhecer o visitante na reentrada e implementar qualquer escolha de preferência feita. O <i>cookie</i> também permite que o <i>site</i> rastreie o visitante em vários <i>sites</i> para fins de <i>marketing</i> . |
| <i>suid/1017</i> | postrelease.com | Pixel | Sessão | Apresenta ao usuário conteúdo e propaganda relevantes. O serviço é fornecido por terceiros <i>Thubs</i> de propaganda, que facilitam lances em tempo real para anunciantes. |
| <i>sync</i> | tremorhub.com | Pixel | Sessão | Coleta dados sobre o comportamento e interação do usuário para otimizar o <i>site</i> e fazer anúncios no <i>site</i> mais relevante. |
| <i>sync</i> | yieldmo.com | Pixel | Sessão | Coleta dados sobre o comportamento e interação do usuário para otimizar o <i>site</i> e fazer anúncios no <i>site</i> mais relevante. |
| <i>sync/v1</i> | sharethrough.com | Pixel | Sessão | Este <i>cookie</i> é usado para atribuir visitantes específicos a segmentos, esta segmentação é baseada no comportamento do visitante no <i>site</i> - a segmentação pode ser usada para atingir grupos maiores. |
| <i>tluid</i> | 3lift.com | HTTP | 3 meses | Este <i>cookie</i> é usado para identificar o visitante e otimizar a relevância do anúncio, coletando dados do visitante de vários <i>websites</i> - esta troca de dados de visitantes é normalmente fornecida por um centro de dados ou troca de anúncios de terceiros. |
| <i>tr</i> | facebook.com | Pixel | Sessão | Usado pelo Facebook para fornecer uma série de produtos de publicidade, como lances em tempo real de terceiros publicitários. |
| <i>tuuid</i> | 360yield.com | HTTP | 3 meses | Coleta dados do visitante relacionados às visitas do usuário ao <i>site</i> , como número de visitas, tempo médio gastos no <i>site</i> e quais páginas foram carregadas, com o objetivo de exibir anúncios direcionados. |

| | | | | |
|--------------------------------|-----------------|-------|----------|--|
| <i>tuuid</i> | bidswitch.net | HTTP | 1 ano | Registra se o usuário consentiu ou não com o uso de <i>cookies</i> . |
| <i>tuuid_lu</i> | 360yield.com | HTTP | 3 meses | Contêm um ID de visitante único, que permite que o Bid switch.com rastreie o visitante em vários <i>sites</i> . Esse permite que o Bid switch otimize a relevância do anúncio e garanta que o visitante não veja o mesmo anúncio várias vezes. |
| <i>tuuid_lu</i> | bidswitch.net | HTTP | 1 ano | Contêm um ID de visitante único, que permite que o Bid switch .com rastreie o visitante em vários <i>sites</i> . Esse permite que o Bid switch otimize a relevância do anúncio e garanta que o visitante não veja o mesmo anúncio várias vezes. |
| <i>uid</i> | addthis.com | HTTP | 1 ano | Cria um ID de usuário único e gerado por máquina. AddThis, que é propriedade da Clearspring Technologies, usa o ID do usuário para possibilitar que o usuário compartilhe conteúdo em redes sociais e forneça estatísticas detalhadas a vários provedores. |
| <i>uid</i> | criteo.com | HTTP | 1 ano | Coleta dados do visitante relacionados às visitas do usuário ao <i>site</i> , como número de visitas, tempo médio penetre no <i>site</i> e quais páginas foram carregadas, com o objetivo de exibir anúncios direcionados. |
| <i>uid</i> | turn.com | HTTP | 179 dias | Coleta dados anônimos relacionados às visitas do usuário ao <i>site</i> , como número de visitas, média tempo gasto no <i>site</i> e quais páginas foram carregadas, com o objetivo de exibir anúncios direcionados. |
| <i>UID</i> | stickyadstv.com | HTTP | 29 dias | ID de usuário único que reconhece o usuário em visitas recorrentes |
| <i>uid-bp-# ul_cb/sync</i> | stickyadstv.com | HTTP | 29 dias | Não Classificado |
| | bidswitch.net | Pixel | Sessão | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é usada para otimizar a relevância do anúncio no <i>site</i> . |
| <i>um</i> | 360yield.com | HTTP | 3 meses | Regista o comportamento do visitante nas redes sociais - pode ser usado para otimizar a relevância do anúncio e alvejando. |
| <i>umeh</i> | 360yield.com | HTTP | 3 meses | Usado para rastrear visitantes em vários <i>sites</i> , a fim de apresentar anúncios relevantes com base no visitante preferências |

| | | | | | |
|---------------------------------|-------------------------------------|----------------|--------|------------------|--|
| | <i>uuid2</i> | adnxs.com | HTTP | 3 meses | Registra um ID único que identifica o dispositivo de um usuário que está retornando. O ID é usado para anúncios segmentados. |
| | <i>v1_151</i> | revcontent.com | HTTP | 29 dias | Cadastra o comportamento e a navegação do usuário no <i>site</i> , e qualquer interação com campanhas ativas. esse sou eu usado para otimizar a publicidade e para uma nova segmentação eficiente . |
| | <i>xman_f</i> | aliexpress.com | HTTP | 68 anos | Usado para identificar o usuário, salvar detalhes de registro, registrar o movimento do usuário no <i>site</i> , segmentar anúncios e campanhas e troque informações do usuário com parceiros anunciantes. |
| | <i>xman_t</i> | aliexpress.com | HTTP | 3 meses | Usado para identificar o usuário, salvar detalhes de registro, registrar o movimento do usuário no <i>site</i> , segmentar anúncio se campanha e troque informações do usuário com os parceiros. |
| | <i>xman_us_f</i> | aliexpress.com | HTTP | 68 anos | Usado para identificar o usuário, salvar detalhes de registro, registrar o movimento do usuário no <i>site</i> , segmentar anúncio se campanha e troque informações do usuário com os parceiros. |
| | <i>xuid</i> | 3lift.com | Pixel | Sessão | Apresenta ao usuário conteúdo e propaganda relevantes. O serviço é fornecido por anunciantes de terceiros, que facilitam lances em tempo real para anunciantes. |
| Não classificado | <i>_geoip_gdpr_</i> | aliexpress.com | HTML | Permanente | Não classificado |
| | <i>_m_h5_tk</i> | aliexpress.com | HTML | 6 dias | Não classificado |
| | <i>_m_h5_tk_enc</i> | aliexpress.com | HTML | 6 dias | Não classificado |
| | <i>_sync_home_banner_</i> | aliexpress.com | HTML | Permanente | Não classificado |
| | <i>_uab_collina</i> | aliexpress.com | HTML | Permanente | Não classificado |
| | <i>_um_de_umdata</i> | aliexpress.com | HTML | Permanente | Não classificado |
| | <i>_um_de_umsvtn</i> | aliexpress.com | HTML | Permanente | Não classificado |
| | <i>_um_us-east_umdata</i> | aliexpress.com | HTML | Permanente | Não classificado |
| | <i>_um_us-east_umsvtn</i> | aliexpress.com | HTML | Permanente | Não classificado |
| | <i>_umcost</i> | aliexpress.com | HTML | Permanente | Não classificado |
| | <i>account_v</i> | aliexpress.com | HTML | 68 anos | Não classificado |
| | <i>acs_usuc_t</i> | aliexpress.ru | HTTP | Sessão | Não classificado |
| | <i>acs_usuc_t</i> | tmall.ru | HTTP | Sessão | Não classificado |
| | <i>ae.pc_click.statweb_ae_click</i> | ae.mmstat.com | Pixel | Sessão | Não classificado |
| <i>ae.pc_ctr.statweb_ae_ctr</i> | ae.mmstat.com | Pixel | Sessão | Não classificado | |

| | | | | |
|---|------------------------|-------|-------------|------------------|
| <i>ae_u_webp</i> | aliexpress.com | HTML | Permanente | Não classificado |
| <i>ae-msite-city</i> | aliexpress.ru | HTTP | 68 anos | Não classificado |
| <i>ae-msite-city</i> | tmall.ru | HTTP | 68 anos | Não classificado |
| <i>ae-msite-province</i> | aliexpress.ru | HTTP | 68 anos | Não classificado |
| <i>ae-msite-province</i> | tmall.ru | HTTP | 68 anos | Não classificado |
| <i>aep_usuc_f</i> | aliexpress.ru | HTTP | 68 anos | Não classificado |
| <i>aep_usuc_f</i> | tmall.ru | HTTP | 68 anos | Não classificado |
| <i>APLUS_S_CORE_0.##_#_#</i> | aliexpress.com | HTML | Permanente | Não classificado |
| <i>app.gif</i> | pcookie.aliexpress.com | HTTP | Sessão | Não classificado |
| <i>cbc</i> | alibaba.com | HTTP | 1 ano | Não classificado |
| <i>cbc</i> | dewum.aliexpress.com | HTTP | 1 ano | Não classificado |
| <i>e_id</i> | aliexpress.com | HTTP | 10 anos | Não classificado |
| <i>g.gif</i> | ae.mmstat.com | Pixel | Sessão | Não classificado |
| <i>jstracker.3</i> | gm.mmstat.com | Pixel | Sessão | Não classificado |
| <i>l__</i> | aliexpress.com | HTML | Persistente | Não classificado |
| <i>lswude</i> | aliexpress.com | HTML | Persistente | Não classificado |
| <i>lswuus-east</i> | aliexpress.com | HTML | Persistente | Não classificado |
| <i>poplayer-web-container-cachetimes-pc_homepage</i> | aliexpress.com | HTML | Persistente | Não classificado |
| <i>poplayer-web-container-cachetimes-PC_SEO_Product_Aggregation_Page</i> | aliexpress.com | HTML | Persistente | Não classificado |
| <i>poplayer-web-container-cachetimes-PC_SEO_Product_Aggregation_Page_</i> | aliexpress.com | HTML | Persistente | Não classificado |
| <i>poplayer-web-container-cachetimes-PC_SEO_Product_Aggregation_Page_</i> | aliexpress.com | HTML | Persistente | Não classificado |
| <i>poplayer-web-container-cachetimes-PC_SEO_Product_Aggregation_Page_</i> | aliexpress.com | HTML | Persistente | Não classificado |
| <i>sca</i> | mmstat.com | HTTP | Sessão | Não classificado |
| <i>Tfstk</i> | aliexpress.com | HTTP | 179 dias | Não classificado |

| | | | | | |
|--|---------------------|----------------------|-------|------------|------------------|
| | <i>tfstk__</i> | aliexpress.com | HTML | Permanente | Não classificado |
| | <i>uid/sync.htm</i> | ade.clmbtech.com | Pixel | Sessão | Não classificado |
| | <i>umdata_</i> | alibaba.com | HTTP | 1 ano | Não classificado |
| | <i>umdata_</i> | dewum.aliexpress.com | HTTP | 1 ano | Não classificado |
| | <i>xman_f</i> | aliexpress.ru | HTTP | 68 anos | Não classificado |
| | <i>xman_f</i> | tmall.ru | HTTP | 68 anos | Não classificado |
| | <i>xman_t</i> | aliexpress.ru | HTTP | 3 meses | Não classificado |
| | <i>xman_t</i> | tmall.ru | HTTP | 3 meses | Não classificado |
| | <i>xman_us_f</i> | aliexpress.ru | HTTP | 68 anos | Não classificado |
| | <i>xman_us_f</i> | tmall.ru | HTTP | 68 anos | Não classificado |

| Classificação dos <i>cookies</i> - Microsoft | | | | | |
|--|-----------------------|---------------|------|-----------|--|
| Categoria | Atributos | | | | |
| | Nome do <i>cookie</i> | Domínio | Tipo | Expiração | Finalidade |
| Cookies Necessários | <i>_cs_c</i> | microsoft.com | HTTP | 13 meses | Determina se o visitante aceitou a caixa de envio de <i>cookies</i> . Isso garante que o <i>cookie</i> enviado a caixa não será apresentada novamente na reentrada. |
| | <i>AI_buffer</i> | microsoft.com | HTML | Sessão | Usado em contexto com o "AI_sent Buffer" para limitar o número de datas de atualização do servidor de dados (Azure). Esse sinergia também permite que o <i>site</i> da <i>Web</i> detecte qualquer atualização de servidor de dados duplicada. |
| | <i>AI_sentBuffer</i> | microsoft.com | HTML | Sessão | Usado em contexto com o "AI_sent Buffer" para limitar o número de datas de atualização do servidor de dados (Azure). Esse sinergia também permite que o <i>site</i> da <i>Web</i> detecte qualquer atualização de servidor de dados duplicada. |
| | <i>ai_session</i> | microsoft.com | HTTP | 1 dia | Preserva os estados dos usuários nas solicitações da página. |
| | <i>ak_bmsc</i> | microsoft.com | HTTP | 1 dia | Este <i>cookie</i> é usado para distinguir entre humanos e bots. Isso é benéfico para o <i>site</i> , a fim de fazer relatórios válidos sobre o uso de seu <i>site</i> . |

| | | | | | |
|---------------------|--|---|------|-------------|--|
| | <i>akacd_#</i> | microsoft.com | HTTP | 3 meses | Usado em conexão com a liberação faseada que permite ao proprietário do <i>site</i> atribuir um determinado número de usuários a uma versão específica do <i>site</i> . |
| | <i>ApplicationGatewayAffinity</i> | microsoft.com | HTML | Sessão | Cadastra qual servidor-cluster está atendendo o visitante. Isso é usado em contexto com balanceamento de carga, a fim de otimizar a experiência do usuário. |
| | <i>ApplicationGatewayAffinityCORS</i> | microsoft.com | HTML | Sessão | Este <i>cookie</i> é usado em contexto com balanceamento de carga - Otimiza a taxa de resposta entre o visitante e o <i>site</i> , distribuindo a carga de tráfego em vários <i>links</i> de rede ou servidores. |
| | <i>ARRAffinity</i> | surfaceselfserviceoffertool.azurewebsites.net | HTTP | Sessão | Utilizado para distribuir o tráfego para o <i>site</i> em vários servidores de forma a otimizar os tempos de resposta. |
| | <i>ARRAffinitySameSite</i> | surfaceselfserviceoffertool.azurewebsites.net | HTTP | Sessão | Utilizado para distribuir o tráfego para o <i>site</i> em vários servidores de forma a otimizar os tempos de resposta. |
| | <i>com.adobe.reactordataElementCookiesMigrated</i> | microsoft.com | HTML | Persistente | Usado em contexto com a função de cache no <i>site</i> , facilitando a transferência de dados entre o Adobe DTM no para Adobe Launch ch |
| | <i>com.adobe.reactordataElementCookiesMigrated</i> | microsoft.com | HTML | Persistente | Usado em contexto com a função de cache no <i>site</i> , facilitando a transferência de dados entre o Adobe DTM Acesse o Adobe Launch . |
| | <i>li_gc</i> | linkedin.com | HTTP | 2 anos | Armazena o estado de envio de <i>cookies</i> do usuário para o domínio principal atual |
| | <i>test_cookie</i> | doubleclick.net | | 1 dia | Usado para verificar se o navegador do usuário suporta <i>cookies</i> . |
| Preferências | <i>.ASPXANONYMOUS</i> | microsoft.com | HTTP | 69 dias | Usado para fornecer dados do usuário ao autorizar aplicativos no <i>site</i> . |
| | <i>lang</i> | ads.linkedin.com | HTTP | Sessão | Lembra a versão de idioma selecionada pelo usuário de um <i>site</i> |
| | <i>MSPRequ</i> | login.live.com | HTTP | Sessão | Usado por Microsoft para habilitar o login seguro em um <i>site</i> |

| | | | | | |
|---------------------------------------|------------------------|---------------|------|----------|---|
| Cookies Estatísticos | <i>__CT_Data</i> | microsoft.com | HTTP | 1 ano | Usado para contar o número de exibições de página e visitas ao <i>site</i> . |
| | <i>_clck</i> | microsoft.com | HTTP | 1 ano | Coleta dados sobre a navegação e comportamento do usuário no <i>site</i> . Isso é usado para compilar dados estatísticos, relatórios e mapas de calor para o proprietário do <i>site</i> . |
| | <i>_clsk</i> | microsoft.com | HTTP | 1 dia | Registra dados estatísticos sobre o comportamento dos usuários no <i>site</i> . Usado para análises internas pelo operador do <i>site</i> . |
| | <i>_cltk</i> | microsoft.com | HTML | Sessão | Registra dados estatísticos sobre o comportamento dos usuários no <i>site</i> . Usado para análises internas pelo operador do <i>site</i> . |
| | <i>_cs_cvars_2422</i> | clicktale.net | HTTP | Sessão | Não classificado |
| | <i>_cs_id</i> | microsoft.com | HTTP | 13 meses | Registra dados estatísticos sobre o comportamento dos usuários no <i>site</i> . Usado para análises internas pelo operador do <i>site</i> . |
| | <i>_cs_id_2422</i> | clicktale.net | HTTP | 13 meses | Não classificado |
| | <i>_cs_root-domain</i> | microsoft.com | HTTP | Sessão | Registra como o usuário acessou o <i>site</i> para permitir o pagamento das taxas de comissão de referência aos parceiros. |
| | <i>_cs_s</i> | microsoft.com | HTTP | 1 dia | Este <i>cookie</i> é utilizado para identificar a frequência das visitas e quanto tempo o visitante está no <i>site</i> . O <i>cookie</i> também é usado para determinar quantas e quais subpáginas o visitante visita em um <i>site</i> – esta informação pode ser usada pelo <i>site</i> para otimizar o domínio e suas subpáginas. |
| | <i>_cs_s_2422</i> | clicktale.net | HTTP | 1 dia | Não classificado |
| | <i>_cs_same_site</i> | microsoft.com | HTTP | Sessão | Registra dados sobre o comportamento do <i>site</i> dos visitantes. Isso é usado para análise interna e otimização do <i>site</i> . |
| | <i>ai_user</i> | microsoft.com | HTTP | 1 ano | Usado pelo software do aplicativo Insights da Microsoft para coletar informações estatísticas de uso e telemetria. O <i>cookie</i> armazena um identificador único para reconhecer os usuários em visitas recorrentes ao longo do tempo. |

| | | | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|---------------|-------|-------------|--|
| | <i>AnalyticsSyncHistory</i> | linkedin.com | HTTP | 30 dias | Usado em conexão com a sincronização de dados com o serviço de análise de terceiros. |
| | <i>c.gif</i> | c.clarity.ms | Pixel | Sessão | Coleta dados sobre a navegação e comportamento do usuário no <i>site</i> . Isso é usado para compilar dados estatísticos, relatórios e mapas de calor para o proprietário do <i>site</i> . |
| | <i>CLID</i> | clarity.ms | HTTP | 1 ano | Coleta dados sobre a navegação e comportamento do usuário no <i>site</i> . Isso é usado para compilar relatórios estatísticos e mapas de calor para o proprietário do <i>site</i> . |
| Cookies de Marketing | <i>_fbp</i> | microsoft.com | HTTP | 3 meses | Usado pelo Facebook para fornecer uma série de produtos de publicidade, como lances em tempo real de terceiros anunciantes. |
| | <i>_uetsid</i> | microsoft.com | HTTP | 1 dia | Coleta dados sobre o comportamento do visitante em vários <i>sites</i> da <i>Web</i> , a fim de apresentar anúncios mais relevantes - Isso também permite que o <i>site</i> limite o número de vezes que são exibidos o mesmo anúncio. |
| | <i>_uetsid</i> | microsoft.com | HTML | Persistente | Usado para rastrear visitantes em vários <i>sites</i> , a fim de apresentar anúncios relevantes com base nos visitantes preferências. |
| | <i>_uetsid_exp</i> | microsoft.com | HTML | Persistente | Contém a data de validade do biscoito com o nome correspondente. |
| | <i>_uetvid</i> | microsoft.com | HTTP | 1 ano | Usado para rastrear visitantes em vários <i>sites</i> , a fim de apresentar anúncios relevantes com base nos visitantes preferências. |
| | <i>_uetvid</i> | microsoft.com | HTML | Persistente | Usado para rastrear visitantes em vários <i>sites</i> , a fim de apresentar anúncios relevantes com base nos visitantes preferências. |
| | <i>_uetvid_exp</i> | microsoft.com | HTML | Persistente | Contém a data de validade do biscoito com o nome correspondente. |
| | <i>ANONCHK</i> | c.clarity.ms | HTTP | 1 dia | Registra dados sobre visitantes de várias visitas e de vários <i>sites</i> . Esta informação é usada para medir a eficiência da publicidade em <i>sites</i> . |
| | <i>bcookie</i> | linkedin.com | HTTP | 2 anos | Usado pelo serviço de rede social LinkedIn, para rastrear o uso de serviços incorporados. |

| | | | | |
|---|------------------|-------|-------------|---|
| <i>bscookie</i> | linkedin.com | HTTP | 2 anos | Usado pelo serviço de rede social Linked In , para rastrear o uso de serviços incorporados. |
| <i>collect</i> | ads.linkedin.com | Pixel | Sessão | Coleta dados sobre o comportamento e interação do usuário para otimizar o <i>site</i> e fazer anúncios no <i>site</i> mais relevante. |
| <i>com.adobe.reactor.core.visitorTracking.landingPage</i> | microsoft.com | HTML | Sessão | Armazena a navegação dos visitantes por meio do registro de páginas de destino - Isso permite que o <i>site</i> apresente informações relevantes produtos e/ou medem a eficiência de seus anúncios em outros <i>sites</i> . |
| <i>com.adobe.reactor.core.visitorTracking.landingTime</i> | microsoft.com | HTML | Sessão | Define um carimbo de data e hora para quando o visitante entrou no <i>site</i> . Isso é usado para fins analíticos na <i>website</i> |
| <i>com.adobe.reactor.core.visitorTracking.pagesViewed</i> | microsoft.com | HTML | Persistente | Contém dados sobre a navegação do usuário, interação e tempo gasto no <i>site</i> e suas subpáginas. Estes são os dados é usado para otimizar a relevância dos anúncios e para fins estatísticos. |
| <i>com.adobe.reactor.core.visitorTracking.sessionCount</i> | microsoft.com | HTML | Persistente | Contém dados sobre a navegação do usuário, interação e tempo gasto no <i>site</i> e suas subpáginas. Estes são os dados é <i>usado</i> para otimizar a relevância dos anúncios e para fins estatísticos. |
| <i>com.adobe.reactor.core.visitorTracking.trafficSource</i> | microsoft.com | HTML | Sessão | Usado pelos proprietários do <i>site</i> para identificar como o visitante acessou o <i>site</i> . Isso é usado para estatística propósitos. |
| <i>ct.p.s.V1.#</i> | microsoft.com | HTML | Sessão | Não classificado |
| <i>lang</i> | linkedin.com | HTTP | Sessão | Definido por Vinculado quando uma página da <i>Web</i> contiver um painel "Siga-nos" incorporado. |
| <i>lide</i> | linkedin.com | HTTP | 1 dia | Usado pelo serviço de rede social Linked In, para rastrear o uso de serviços incorporados. |
| <i>MCI</i> | microsoft.com | HTTP | 1 ano | Usado pela Microsoft para manter estatísticas sobre quais páginas o usuário visitou e quantas vezes um clique no anúncio leva uma compra ou outra ação no <i>site</i> do anunciante. |
| <i>MicrosoftApplicationsTelemetryDeviceId</i> | microsoft.com | HTTP | 1 ano | Define um ID de dispositivo específico. Este ID é usado pela Microsoft para rastrear o |

| | | | | | |
|--|---|--------------------------|-------|--------|---|
| | | | | | comportamento e a interação do <i>site</i> dos usuários com o aplicativo Microsoft no dispositivo específico. |
| | <i>MSO</i> | microsoft.com | HTTP | 1 dia | Usado pela Microsoft para manter estatísticas sobre quais páginas o usuário visitou e quantas vezes um clique no anúncio leva uma compra ou outra ação no <i>site</i> do anunciante. |
| | <i>MSFPC</i> | microsoft.com | HTTP | 1 ano | Usado amplamente pela Microsoft como um ID de usuário único. O <i>cookie</i> permite o rastreamento do usuário sincronizando o ID domínios da Microsoft. |
| | <i>MSFPC</i> | publisher.liveperson.net | HTTP | 1 ano | Usado amplamente pela Microsoft como um ID de usuário único. O <i>cookie</i> permite o rastreamento do usuário sincronizando o ID domínios da Microsoft. |
| | <i>MUID</i> | bing.com | HTTP | 1 ano | Usado amplamente pela Microsoft como um ID de usuário único. O <i>cookie</i> permite o rastreamento do usuário sincronizando o ID a domínios da Microsoft. |
| | <i>MUID</i> | clarity.ms | HTTP | 1 ano | Usado amplamente pela Microsoft como um ID de usuário único. O <i>cookie</i> permite o rastreamento do usuário sincronizando o ID domínios da Microsoft. |
| | <i>MUID</i> | microsoft.com | HTTP | 1 ano | Usado amplamente pela Microsoft como um ID de usuário único. O <i>cookie</i> permite o rastreamento do usuário sincronizando o ID domínios da Microsoft. |
| | <i>pagead/1p-user-list/#</i> | google.com | Pixel | Sessão | Rastreia se o usuário demonstrou interesse em produtos ou eventos específicos em vários <i>sites</i> e detecta como o usuário navega entre os <i>sites</i> . Isso é usado para medir os esforços de publicidade e facilitar o pagamento de taxas de referência entre <i>sites</i> da <i>Web</i> . |
| | <i>pagead/viewthroughconversion/862646735</i> | doubleclick.net | Pixel | Sessão | Não classificado |
| | <i>SM</i> | c.clarity.ms | HTTP | Sessão | Registra um ID único que identifica o dispositivo do usuário durante as visitas de |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------------|-------------------------------|-------|------------------|--|
| | | | | | retorno em <i>sites</i> que usam o mesma rede de anúncios. O ID é usado para permitir anúncios segmentados. |
| | <i>SRM_B</i> | bing.com | HTTP | 1 ano | Rastreia a interação do usuário com a função da barra de pesquisa do <i>site</i> . Esses dados podem ser usados para apresentar o usuário com produtos ou serviços relevantes. |
| | <i>tr</i> | facebook.com | Pixel | Sessão | Usado pelo Facebook para fornecer uma série de produtos de publicidade, como lances em tempo real de terceiros anunciantes. |
| | <i>uaid</i> | login.live.com | HTTP | Sessão | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é usada para otimizar a relevância do anúncio no <i>site</i> . |
| | <i>UserMatchHistory</i> | linkedin.com | HTTP | 30 dias | Garante a segurança de navegação do visitante, prevenindo a falsificação de solicitações entre <i>sites</i> . Este <i>cookie</i> é essencial para o segurança do <i>site</i> e do visitante. |
| | <i>WRUID#</i> | microsoft.com | HTTP | 1 ano | Não classificado |
| Não classificado | <i>_cs_cvars</i> | microsoft.com | HTTP | Sessão | Não classificado |
| | <i>_CT_RS_</i> | microsoft.com | HTTP | 30 dias | Não classificado |
| | <i>AEMDC</i> | microsoft.com | HTTP | Sessão | Não classificado |
| | <i>cartMuid</i> | microsoft.com | HTTP | 1 ano | Não classificado |
| | <i>ClicktaleReplayLink</i> | microsoft.com | HTTP | 1 ano | Não classificado |
| | <i>collect/v1/t.gif</i> | web.vortex.data.microsoft.com | Pixel | Sessão | Não classificado |
| | <i>fptctx2</i> | microsoft.com | HTTP | Sessão | Não classificado |
| | <i>lastEmailSupPop</i> | microsoft.com | HTML | Persistente | Não classificado |
| | <i>msameid</i> | microsoft.com | HTML | Sessão | Não classificado |
| <i>MS-CV</i> | microsoft.com | HTTP | 1 dia | Não classificado | |

| Classificação dos cookies – Amazon.com | | | | | |
|--|-----------------------------|-----------------|------|-----------|--|
| Categoria | Atributos | | | | |
| | Nome do cookie | Domínio | Tipo | Expiração | Finalidade |
| Cookies Necessários | <i>c</i> | myvisualiq.net | HTTP | 2 anos | Usado para detectar spam e melhorar a segurança do <i>site</i> |
| | <i>SESS#</i> | amazon.com.br | HTTP | 1 ano | Preserva os estados dos usuários nas solicitações de página. |
| | <i>SESS#</i> | stickyadstv.com | HTTP | seção | preserva os estados dos usuários nas solicitações de página |
| | <i>test_cookie</i> | doubleclick.net | HTTP | 1 dia | Usado para verificar se o navegador do usuário suporta <i>cookies</i> |
| Cookies Estatísticos | <i>ab</i> | agkn.com | HTTP | 1 ano | Este <i>cookie</i> é usado pelo operador do <i>site</i> em contexto com teste multivariado. Esta é uma ferramenta usada para coMbine ou altere o conteúdo do <i>site</i> . Isso permite que o <i>site</i> encontre a melhor variação/edição do <i>site</i> |
| | <i>personalization_id</i> | twitter.com | HTTP | 2 anos | Este <i>cookie</i> é definido pelo Twiter - O <i>cookie</i> permite que o visitante compartilhe conteúdo do <i>site</i> para seu perfil do Twitter |
| | <i>PugT</i> | pubmatic.com | HTTP | 29 dias | Usado para determinar o número de vezes que os <i>cookies</i> foram atualizados no navegador do visitante. Usado também otimiza a eficiência do servidor do <i>site</i> |
| Cookies de Marketing | <i>_kuid_</i> | krxd.net | HTTP | 179 dias | Registra um ID único que identifica o dispositivo de um usuário que retornou. O ID é usado para anúncios direcionados |
| | <i>0CN2JWQ4NYSH3RK1TT2G</i> | amazon.com | HTML | Seção | Não classificado |
| | <i>0YSE10MPF75KBMRS996X</i> | amazon.com | HTML | seção | Não classificado |
| | <i>3R5R3ZJ81E6V517M5BG7</i> | amazon.com | HTML | seção | Não classificado |

| | | | | |
|-----------------------------|---------------------|------|-------------|--|
| <i>65NQ3G8K2M9QB0ZVR00E</i> | amazon.com | HTML | seção | Não classificado |
| A3 | yahoo.com | HTTP | 1 ano | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é utilizada para otimizar a relevância da publicidade no <i>site</i> |
| <i>ad-id</i> | amazon-adsystem.com | HTTP | 268 dias | Usado pela Amazon Advertising para registrar ações do usuário e conteúdo de destino no <i>site</i> com base em cliques em anúncios em um <i>site</i> diferente |
| <i>ad-privacy</i> | amazon-adsystem.com | HTTP | 1910 dias | Usado pela Amazon Advertising para registrar ações do usuário e conteúdo de destino no <i>site</i> com base em cliques em anúncios em um <i>site</i> diferente |
| <i>a-font-class</i> | amazon.com | HTML | Persistente | Não classificado |
| <i>AKFZ9111A6EYWPNAK30R</i> | amazon.com | HTML | seção | Não classificado |
| <i>amazonSmileCampaigns</i> | amazon.com | HTML | seção | Não classificado |
| <i>amznfbgid</i> | amazon.com | HTML | seção | Não classificado |
| <i>amznTest</i> | amazon.com | HTML | seção | Não classificado |
| APID | advertising.com | HTTP | 1 ano | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é utilizada para otimizar a relevância da publicidade no <i>site</i> |
| <i>audience</i> | spotxchange.com | HTTP | 1 ano | Usado para determinar se os anúncios em vídeo foram exibidos corretamente no <i>site</i> - Isso é feito para tornar os anúncios em vídeo mais eficazes e garantir que o visitante não veja os mesmos anúncios mais vezes do que o pretendido. O <i>cookie</i> também detecta se o visitante tem alguma preferência |
| <i>c</i> | bidswitch.net | HTTP | 1 ano | Regula a sincronização da identificação do usuário e a troca de dados do usuário entre vários serviços de anúncios |
| <i>C</i> | adform.net | HTTP | 29 dias | Usado para verificar se o navegador do usuário suporta <i>cookies</i> |
| CMID | casalemedia.com | HTTP | 1 ano | Recolhe dados do visitante relacionados com as visitas do utilizador ao <i>website</i> , tais como o número de visitas, tempo médio penta no |

| | | | | | |
|--|----------------------------|-----------------|------|-------------|--|
| | | | | | <i>site</i> e quais páginas foram carregadas, com o objetivo de exibir anúncios direcionados |
| | <i>CMPRO</i> | casalemedia.com | HTTP | 3 meses | Coleta dados sobre o comportamento do visitante de vários <i>sites</i> , a fim de apresentar anúncios mais relevantes - Isso também permite que o <i>site</i> limite o número de vezes que são exibidos o mesmo anúncio |
| | <i>CMPS</i> | casalemedia.com | HTTP | 3 meses | Recolhe dados do visitante relacionados com as visitas do utilizador ao <i>website</i> , tais como o número de visitas, tempo médio penta no <i>site</i> e quais páginas foram carregadas, com o objetivo de exibir anúncios direcionados |
| | <i>CMRUM3</i> | casalemedia.com | HTTP | 1 ano | Recolhe dados do visitante relacionados com as visitas do utilizador ao <i>website</i> , tais como o número de visitas, tempo médio gastos no <i>site</i> e quais páginas foram carregadas, com o objetivo de exibir anúncios direcionados |
| | <i>CMST</i> | casalemedia.com | HTTP | 1 dia | Recolhe dados do visitante relacionados com as visitas do utilizador ao <i>website</i> , tais como o número de visitas, tempo médio penta no <i>site</i> e quais páginas foram carregadas, com o objetivo de exibir anúncios direcionados |
| | <i>csa-tabbed-browsing</i> | amazon.com.br | HTML | Persistente | Optimiza a promoção de produtos no <i>website</i> , recolhendo informação sobre quais os produtos ou eventos foram vistos pelo usuário e, em seguida, promovendo produtos e eventos relacionados |
| | <i>csm:adb</i> | amazon.com.br | HTML | Persistente | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é utilizada para otimizar a relevância da publicidade no <i>site</i> |
| | <i>CSM_previousURL</i> | amazon.com.br | HTML | Seção | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é utilizada para otimizar a relevância da publicidade no <i>site</i> . |
| | <i>csm-bf</i> | amazon.com.br | HTML | Persistente | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é |

| | | | | |
|-----------------------------|---------------|------|-------------|---|
| | | | | utilizada para otimizar a relevância da publicidade no <i>site</i> |
| <i>csm-hit</i> | amazon.com.br | HTTP | 1 ano | determina quais produtos o usuário visualizou, permitindo que o <i>site</i> promova produtos relacionados |
| <i>csm-hit</i> | amazon.com.br | HTML | Persistente | determina quais produtos o usuário visualizou, permitindo que o <i>site</i> promova produtos relacionados. |
| <i>csmtid</i> | amazon.com.br | HTML | Seção | Coleta informações sobre o comportamento do usuário em vários <i>sites</i> . Esta informação é utilizada para otimizar a relevância da publicidade no <i>site</i> |
| <i>demdex</i> | demdex.net | HTTP | 179 dias | Por meio de um ID único que é utilizado para análise semântica do conteúdo, a navegação do usuário no <i>site</i> é cadastrada conectado e vinculado a dados <i>offline</i> de pesquisas e registros semelhantes para exibir anúncios direcionados |
| <i>dpm</i> | demdex.net | HTTP | 179 dias | Define um ID único para o visitante, que permite a anunciantes terceirizados segmentar o visitante com informações relevantes anúncio. Este serviço de emparelhamento é fornecido por publicidade de terceiros, o que facilita a licitação em tempo real para os anunciantes |
| <i>DGMM525KHJF1ZCJHQKC2</i> | amazon.com | HTML | Seção | Não classificado |
| <i>dpm</i> | demdex.net | HTTP | 179 dias | Define um ID único para o visitante, que permite a anunciantes terceirizados segmentar o visitante com informações relevantes anúncio. Este serviço de emparelhamento é fornecido por de publicidade de terceiros, o que facilita a licitação em tempo real para os anunciantes |
| <i>eelsts</i> | amazon.com | HTML | Seção | Não classificados |
| <i>i</i> | openx.net | HTTP | 1 ano | Registra dados de um usuário onymizado, como endereço IP, localização geográfica, <i>sites</i> visitados e quais anúncios o usuário clicou, com o objetivo de otimizar a exibição |

| | | | | | |
|-----------------------------|---------------------|------|----------|--|--|
| | | | | | do anúncio com base na movimentação do usuário em <i>sites</i> que usam o mesmo anúncio rede. |
| <i>i18n-pref</i> | amazon.com | HTTP | 1 ano | | Não classificado |
| <i>id</i> | mookie1.com | HTTP | 1 ano | | Registra um ID único que identifica o dispositivo de um usuário que retornou. O ID é usado para anúncios direcionados |
| <i>IDE</i> | doubleclick.net | HTTP | 1 ano | | Usado pelo Google DoubleClick para registrar e relatar as ações do usuário do <i>site</i> após visualizar ou clicar em dos anúncios do anunciante com o objetivo de medir a eficácia de um anúncio e apresentar anúncios direcionados ao usuário |
| <i>IDSYNC</i> | analytics.yahoo.com | HTTP | 1 ano | | Usado para identificar o visitante em todas as visitas e dispositivos. Isso permite que o <i>site</i> apresente ao visitante propaganda relevante - O serviço é prestado por meio de anúncios de terceiros, que facilitam os lances em tempo real para os anunciantes. |
| <i>KADUSERCOOKIE</i> | pubmatic.com | HTTP | 3 meses | | registra um ID único que identifica o dispositivo do usuário durante visitas de retorno em <i>sites</i> que usam o mesmo e rede de anúncios. O ID é usado para permitir anúncios direcionados |
| <i>KRTBCOOKIE_#</i> | pubmatic.com | HTTP | 3 meses | | Não classificados |
| <i>mdata</i> | mookie1.com | HTTP | 1 ano | | Registra um ID único que identifica o dispositivo de um usuário que retornou. O ID é usado para anúncios direcionados |
| <i>ndat</i> | ninthdecimal.com | HTTP | 179 dias | | Usado para rastrear o visitante em vários dispositivos, incluindo TV. Isso é feito para redirecionar o visitante para múltiplos canais |
| <i>ov</i> | mookie1.com | HTTP | 1 ano | | Apresenta ao usuário conteúdo e propaganda relevantes. O serviço é fornecido por terceiros Th ubs publicitários, que facilitam os lances em tempo real para os anunciantes |
| <i>P48MCVA6A38W4G6C154</i> | amazon.com | HTML | Seção | | Não classificados |
| <i>PJ1NB4BR9K0332TEKJ05</i> | amazon.com | HTML | Seção | | Não classificados |

| | | | | | |
|--|------------------|-----------------|------|---------|--|
| | <i>pt</i> | ispot.tv | HTTP | 2 anos | Usado para rastrear o visitante em vários dispositivos, incluindo TV. Isso é feito para redirecionar o visitante para múltiplos canais. |
| | <i>PUBMDCID</i> | pubmatic.com | HTTP | 3 meses | registra um ID único que identifica o dispositivo do usuário durante as visitas de retorno em <i>sites</i> que usam a mesma rede de anúncios. O ID é usado para permitir anúncios direcionados |
| | <i>r1</i> | serving-sys.com | HTTP | Seção | Recolhe dados relativos às visitas de navegação do utilizador a páginas <i>Web</i> de forma a avaliar a eficácia dos anúncios que são exibidos no <i>site</i> |
| | <i>sambapxid</i> | ads.samba.tv | HTTP | 1 ano | Usado para rastrear o visitante em vários dispositivos, incluindo TV. Isso é feito para redirecionar o visitante através de vários canais. |
| | <i>SEUNCY</i> | semasio.net | HTTP | 1 anos | Registra um ID único que identifica o dispositivo do usuário para visitas de retorno |
| | <i>skin</i> | amazon.com | HTTP | Seção | Não classificados |
| | <i>sp-cdn</i> | amazon.com | HTTP | 1 ano | Não classificados |
| | <i>tuuid</i> | bidswitch.net | HTTP | 1 ano | Registra se o usuário consentiu ou não com o uso de <i>cookies</i> |
| | <i>tuuid</i> | myvisualiq.net | HTTP | 2 anos | Recolhe dados do visitante relacionados com as visitas do utilizador ao <i>website</i> , tais como o número de visitas, tempo médio gasto no <i>site</i> e quais páginas foram carregadas, com o objetivo de exibir anúncios direcionados |
| | <i>tuuid_lu</i> | bidswitch.net | HTTP | 1 ano | Contêm um ID de visitante único, que permite que o Bidswitch .com rastreie o visitante em vários <i>sites</i> . Esse permite que o Bidswitch otimize a relevância do anúncio e assegure-se de que o visitante não veja os mesmos anúncios várias vezes |
| | <i>tuuid_lu</i> | myvisualiq.net | HTTP | 2 anos | Contêm um ID de visitante único, que permite que o Bidswitch.com rastreie o visitante em vários <i>sites</i> . Esse |

| | | | | | |
|----------------------|-----------------------|-------|---------|--|---|
| | | | | | permite que o Bidswitch otimize a relevância do anúncio e assegure-se de que o visitante não veja os mesmos anúncios várias vezes |
| <i>u2</i> | -serving-sys.com | HTTP | 3 meses | | Recolhe dados relativos às visitas de navegação do utilizador a páginas <i>Web</i> de forma a avaliar a eficácia dos anúncios que são exibidos no <i>site</i> |
| <i>ubid-main</i> | amazon.com | HTTP | 1 ano | | Usado para identificar o visitante em todas as visitas e dispositivos. Isso permite que o <i>site</i> apresente ao visitante publicidade relevante - O serviço é fornecido por <i>th ubs</i> de publicidade de terceiros, que facilitam a licitação em tempo real para os anunciantes |
| <i>uedata/uedata</i> | amazon.com | Pixel | Seção | | Não classificados |
| <i>uid</i> | adform.net | HTTP | 2 meses | | registra um ID de usuário único que reconhece o navegador do usuário ao visitar <i>sites</i> que usam o mesmo anúncio rede. O objetivo é otimizar a exibição de anúncios com base nos movimentos do usuário e em vários lances de provedores de anúncios para exibição de um usuário. |
| <i>UID</i> | scorecardresearch.com | HTTP | 2 anos | | Coleta informações do usuário e de seu movimento, como timestamp para visitas, carregadas mais recentemente páginas e endereço IP. Os dados são usados pela rede de pesquisa de <i>marketing</i> , Scorecard Research, para analisar padrões de tráfego e realizar pesquisas para ajudar seus clientes a entender melhor as preferências do cliente |
| <i>UID</i> | stickyadstv.com | HTTP | 29 dias | | ID de usuário único que reconhece o usuário em visitas recorrentes |
| <i>uid-bp-#</i> | stickyadstv.com | HTTP | 13 dias | | Não classificado |
| <i>uuid2</i> | adnxs.com | HTTP | 3 meses | | Registra um ID único que identifica o dispositivo de um usuário que retornou. O ID é usado para anúncios direcionados |
| <i>zc</i> | zeotap.com | HTTP | 1 ano | | Registra dados sobre visitantes de várias visitas e em vários <i>sites</i> . O que está em |

| | | | | | |
|-------------------------|--------------------|-----------------------|------|-------------|--|
| | | | | | formação é usado para medir a eficiência da propaganda em <i>sites</i> |
| Não classificado | <i>abid</i> | associates-amazon.com | HTTP | 27 dias | Não classificado |
| | <i>csa-token-#</i> | amazon.com | HTML | Persistente | Não classificado |

Fonte: Elaborado pela autora.