

COOKIES E A VIOLAÇÃO DE DIREITOS FUNDAMENTAIS NO MEIO DIGITAL

Data de submissão: 25/02/2023

Data de aceite: 02/05/2023

Vitor Hugo Crellis Costa

Centro Universitário Antônio Eufrásio de Toledo Presidente Prudente
Presidente Prudente – São Paulo
[https://www.cnpq.br/cvlattesweb/](https://www.cnpq.br/cvlattesweb/PKG_MENU.menu?f_cod=D509CF8817C3DC43BAD781C51D571E#)
PKG_MENU.menu?f_
cod=D509CF8817C3DC43
BAD781C51D571E#

of Brazilian legislation discuss the invasion of privacy, use and storage of personal data and their impact on technological society. The method addressed will be the dialogical method, which uses interdisciplinarity to arrive at the thesis.

KEYWORDS: Cookies; privacy; digital law; fundamental rights.

RESUMO: O presente artigo tem por objetivo analisar o uso das ferramentas digitais, conhecidas como *cookies*, suas funções e tipos, e a partir da luz da legislação brasileira debater quanto a invasão de privacidade, uso e armazenamento de dados pessoais e seus reflexos na sociedade tecnológica. O método abordado será o método dialógico, do qual há uso da interdisciplinaridade para se chegar à tese.

PALAVRAS-CHAVE: Cookies; privacidade; direito digital; direito fundamental.

COOKIES AND THE VIOLATION OF FUNDAMENTAL RIGHTS IN THE DIGITAL MEDIUM

ABSTRACT: This article aims to analyze the use of digital tools, known as cookies, their functions and types, and from the light

1 | INTRODUÇÃO

Muito se debate sobre os dados pessoais na internet, a violação de direitos fundamentais em virtude de terceiros, seus usos e associações com os chamados *cookies*. Usado por muitos sites principalmente por questões de alcance e personalização de anúncios, esses arquivos reúnem informações pessoais do cliente e vendem aos controladores.

Há de se entender primeiramente o que são esses arquivos, suas funções e tipos, para posteriormente ter um parecer acerca da legislação brasileira e a proteção de direitos fundamentais e os dados do usuário.

No presente artigo foi usada

a metodologia dialógica, no qual é usado a interdisciplinaridade entre os campos da informática e tecnologia e o direito, com uso de livros, artigos científicos e normas do ordenamento jurídico brasileiro.

2 I COOKIES: CONCEITO, FUNÇÃO, TIPOS

Inicialmente, é necessário entender o que são *cookies*, sua função no meio digital e quais os principais tipos, para posterior entendimento da sua influência na vida e nos dados pessoais do usuário.

2.1 Conceito

Os *Cookies* são pequenos arquivos, usados como ferramentas por sites para a identificação do visitante, recolhendo informações pessoais do usuário, seja para uma navegação personalizada de acordo com o perfil dele, seja para facilitar o transporte de dados, de maneira que fique mais rápida sua navegação.

Para Lessig (2006, p. 07; 48), os *cookies* foram indispensáveis para o desenvolvimento da internet, principalmente no quesito comercial. Em 1994, a empresa Netscape desenvolve uma ferramenta que gravaria no computador do usuário informações acerca do site que ele havia visitado. Essa ferramenta, o *cookie*, é responsável por fazer o operador do site identifique o usuário e personalize conforme seu acesso.

Segundo Xavier Pacheco (2005, p.825):

Cookies são basicamente textos que o servidor Web pode colocar no navegador do cliente. Eles são transferidos via cabeçalho HTTP. À medida que o usuário visita várias páginas dentro de um site ou aplicação Web, o servidor (examina) o conteúdo desses cookies.

Deste modo fica definido o conceito de *cookies* na internet e a sua necessidade para algumas áreas, contudo até onde essa necessidade pode ir e ultrapassar? Esse assunto será debatido nos próximos tópicos.

2.2 Função

A principal função desses arquivos são salvar informações sobre o indivíduo que acessa determinada página, para assim facilitar o uso, dando ao sujeito uma experiência personalizada ou maior velocidade para navegar. Em grande parte, os *cookies* salvam informações pessoais, como o histórico da pessoa, e-mail, senhas e outros dados para serem usados durante sua experiência. Por exemplo, no uso do histórico para verificar os interesses da pessoa e oferecê-la possíveis produtos para a compra, estratégia muito usada hoje em dia no marketing digital.

Para Neto, Carmo e Scarmanhã (2018, p. 1501) os *cookies* têm a seguinte função:

A análise de comportamento de consumidores em websites tem sido utilizada para conhecer o comportamento dos consumidores enquanto ferramenta

para tornar o modelo de negócio eletrônico mais rentável, de modo que para que isto seja possível, foi necessário a criação e a inclusão de informações de controle de estado nas comunicações entre clientes e servidores

Segundo o Comitê Gestor de Internet no Brasil (2012), algumas funções dos *cookies* podem apresentar riscos ao usuário, tais como: compartilhamento de informações, exploração de vulnerabilidade, autenticação automática, coleta de informações pessoais, coleta de hábitos de navegação.

2.3 Tipos

Aqui ficam definidos os tipos de *cookies* e a utilização única de cada um, de maneira a aprofundar o conhecimento do leitor acerca de cada um deles.

2.3.1 *Cookies de Sessão*

Os *cookies* de sessão são arquivos temporariamente criados na memória do computador do usuário, eles não coletam tantas informações como em outros casos. São chamados também de *cookies* temporários por durarem somente enquanto há utilização no site.

Esse tipo de arquivo é muito usado em sites de compras, quando o usuário ao separar seus pedidos, estes ficam salvos para a posterior finalização do pedido.

De acordo com Palmer (2008), caso algum mecanismo, site ou até mesmo hacker consiga interagir com esse tipo de *cookie*, ele comprometerá sua segurança e sigilo, de maneira que mesmo o arquivo sendo apagado, ele estará registrado por alguma plataforma ou terceiro

2.3.2 *Cookies Persistentes*

São os *cookies* mais usuais pelos sites, estes ficam salvos por dias, meses ou até mesmo anos dependendo de como a plataforma o utilizar. Esse armazena dados para uso posterior ou como forma de personalizar o serviço,

“No lado negativo, as empresas podem usar *cookies* persistentes para rastrear o usuário. Ao contrário dos *cookies* de sessão, eles registram informações sobre seus hábitos de navegação durante todo o tempo em que estão ativos” (KINAST, Priscilla, 2019).

Segundo Toubiana, Narayanan e Boneh (2010), alguns sites tem sistemas de *cookies* que funcionam não propriamente com a decisão do usuário, mas sim de acordo com seu comportamento durante a navegação, de maneira que sorrateiramente os dados, preferências e escolhas do usuário fossem registradas e usadas.

2.3.3 *Cookies Primários*

Cookies primários, também chamados de *first-party* em inglês, são gerados

pelo próprio site, sendo este responsável pelo domínio das informações. Estes gravam informações sobre quais páginas foram visitadas, as preferências do usuário, e-mails, senhas, dados em sites, todas essas informações ficam guardadas no HD da máquina, até que os *cookies* expirem ou o próprio usuário os apague.

Estes *cookies* são responsáveis pelo hospedeiro guardar informações das quais o usuário está utilizando em seu site. Por exemplo, ao entrar em uma loja online, o sujeito faz o cadastro, escolhe os produtos, dos quais são mandados para a área “meu carrinho” e acidentalmente fecha a página, ao fazer o uso de *cookies*, o site consegue retornar todo o caminho já percorrido pelo usuário

2.3.4 *Cookies de Terceiros*

Os *cookies* de terceiros, também chamados de *third-party* em inglês, são arquivos desenvolvidos e em domínio de terceiros afim de rastrear e registrar a atividade do usuário on-line, nesse tipo há uma formação de um banco de dados robusto e fiel ao usuário. Geralmente, são usados por redes de marketing e publicidade na intenção de aumentar suas vendas e alcance.

São estes tipos de *cookies* que geram a devida problemática, já que não se tem o conhecimento de por onde os dados do usuário passam, de maneira que o terceiro, desconhecido, tem acesso a seus dados pessoais, e-mail, senhas, preferências, histórico do navegador.

Queiroz e De Queiroz (2010), explicam esse tipo de *cookie*:

Estes *cookies* se originam de relacionamentos entre diversos domínios e serviços oferecidos entre eles; são web sites que mantêm relação comercial com o *site* utilizado pelo usuário, estes *cookies* são criados e manipulados por provedores terceiros a relação estabelecida entre o cliente e o provedor.

De fato, os *cookies* têm sua importância e uso nos vários mecanismos dos navegadores, influenciando diretamente a vida do usuário, facilitando e aprimorando sua experiência na internet. Contudo, ainda deve ser debatido o controle, armazenamento e análise de seus dados pessoais, afinal de contas, é uma violação direta a relação de privacidade e dados pessoais, sendo que muitos consentem com os *cookies* mesmo sem saber o que são ou para o que servem.

3 | A LEGISLAÇÃO BRASILEIRA E A PROTEÇÃO AOS DADOS PESSOAIS

Devido à grande evolução tecnológica, a repercussão dos *cookies* na sociedade e sua relação com a violação do direito à privacidade e uso de dados pessoais, a legislação brasileira passou a limitar esses mecanismos por meio de leis, dentre elas o Marco Civil da Internet e a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

Segundo Bodin de Moraes (2012, p. 5) os direitos da personalidade não são

estáticos e imutáveis, mas sim se transformam e ampliam de acordo com a evolução da sociedade e suas transformações sociais, surgem novas instâncias quanto ao direito da personalidade do cidadão, a ponto que nem o legislador pode prevêê-las para garantir seus direitos positivados, sendo assim uma categoria aberta. Diante disso, há uma necessidade de que a lei comece a abarcar os dados pessoais na internet para que se tenha uma adequação nos tempos atuais, de forma que proteja a integridade moral, a imagem e a privacidade do usuário.

Diante da complexidade da obtenção de dados pessoais, Zarsky (2006) faz uma comparação entre a obtenção desses dados de maneira física, no mundo real, e a maneira virtual, através de navegadores e com uso dos *cookies*. No mundo real, os dados são transmitidos após o término da transação, enquanto no digital, eles são expostos a todo o tempo de navegação.

De acordo com Manuel Castells (1999, p. 70):

O que deve ser guardado para o entendimento da relação entre a tecnologia e a sociedade é que o papel do Estado, seja interrompendo, seja promovendo, seja liderando a inovação tecnológica, é um fator decisivo no processo geral, à medida que expressa e organiza as forças sociais dominantes em um espaço e uma época determinados.

Em face do exposto, surge a necessidade de uma proteção em relação ao compartilhamento de dados pessoais, principalmente em vista de terceiros que manipulam e vendem esses dados para empresas que necessitam do perfil do usuário. Diante disso, o Estado passou a criar determinadas leis que regulam o uso, compartilhamento e armazenamento de dados pessoais, tendo como principal ponto a proteção da privacidade do usuário, de sua imagem e moral.

3.1 Marco Civil da Internet

O Marco Civil da Internet (Lei 12965/14) foi o primeiro documento que legislou sobre a regulamentação da internet no Brasil, com o objetivo de estabelecer princípios, garantias, direitos e deveres. Como dito no “Art. 1º Esta Lei estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil”. (BRASIL, 2014).

No quesito de proteção de dados pessoais e privacidade do usuário a referida lei diz:

Art. 3º A disciplina do uso da internet no Brasil tem os seguintes princípios:

II - proteção da privacidade;

III - proteção dos dados pessoais, na forma da lei;

VI - responsabilização dos agentes de acordo com suas atividades, nos termos da lei; (BRASIL, 2014)

Logo a lei exerce influência direta sobre os dados e a privacidade do cidadão, podendo este responsabilizar o controlador do determinado site caso esses princípios sejam feridos, contudo a lei ainda é muito vaga, de maneira que a mesma não indica as

formas de indenização de que o usuário poderá receber. Por exemplo, determinado site ao pegar a informação para análise do usuário, acaba por espalhá-la rede a fora, ao julgar pela lei o controlador tem a obrigação de retirar as informações que vazaram, contudo, como fica a imagem do usuário diante da rápida disseminação no meio digital? Será que o simples fato de apagar essas informações fará tudo voltar ao normal? Para essa pergunta a lei se pauta no artigo 7:

Art. 7º O acesso à internet é essencial ao exercício da cidadania, e ao usuário são assegurados os seguintes direitos:

I - inviolabilidade da intimidade e da vida privada, sua proteção e indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;

II - inviolabilidade e sigilo do fluxo de suas comunicações pela internet, salvo por ordem judicial, na forma da lei;

III - inviolabilidade e sigilo de suas comunicações privadas armazenadas, salvo por ordem judicial; (BRASIL, 2014)

Ademais, retomando o uso de *cookies* e sua influência direta a violação de privacidade do cidadão, o artigo 7, incisos VII, VIII e IX, apresentam soluções para esse problema:

VII - não fornecimento a terceiros de seus dados pessoais, inclusive registros de conexão, e de acesso a aplicações de internet, salvo mediante consentimento livre, expresso e informado ou nas hipóteses previstas em lei;

VIII - informações claras e completas sobre coleta, uso, armazenamento, tratamento e proteção de seus dados pessoais, que somente poderão ser utilizados para finalidades que:

a) justifiquem sua coleta;

b) não sejam vedadas pela legislação; e

c) estejam especificadas nos contratos de prestação de serviços ou em termos de uso de aplicações de internet;

IX - consentimento expresso sobre coleta, uso, armazenamento e tratamento de dados pessoais, que deverá ocorrer de forma destacada das demais cláusulas contratuais; (BRASIL, 2014)

Diz Cavalcanti (2021, p. 105) sobre a captação de informações do usuário:

Note-se que tal determinação legal advinda do MCI desde 2014 já demonstrava a necessidade de haver comunicação clara e inequívoca ao usuário da web acerca da captação de suas informações, expondo-se, inclusive, as finalidades de tal tratamento.

O Marco Civil da Internet foi uma importante lei para o uso da internet no Brasil, assegurando aos usuários o direito a proteção a imagem, a moral, dados pessoais, sigilo de suas informações (reforçando essa garantia presente no artigo 5, XII, da Constituição Federal de 1988). Contudo ainda havia a necessidade da complementação dessa lei, diante disso, foi criada a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

3.2 Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais

Antes de adentrarmos na lei brasileira, precisamos entender uma lei internacional que influenciou totalmente a criação da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. O Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (RGPD), em inglês *General Data Protection Regulation* (GDPR), surgiu com base na discussão da União Europeia em 2012, sobre os dados pessoais de seus cidadãos usados nas relações comerciais. A RGPD concede aos usuários gerenciarem seus dados pessoais requisitados por sites e organizações digitais. O regulamento foi publicado em 27 de abril de 2016, entrando em vigor em 2018.

Nesse sentido, o Brasil cria a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), Lei nº 13.709/18, entrando em vigor 14 em agosto de 2020. A lei tem como principal ponto a proteção dos usuários e de seus dados pessoais, assegurando a liberdade, privacidade e livre desenvolvimento da personalidade (BRASIL, 2018).

Como consta a lei:

Art. 2º A disciplina da proteção de dados pessoais tem como fundamentos:

I - o respeito à privacidade;

II - a autodeterminação informativa;

III - a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião;

IV - a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem;

VII - os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais. (BRASIL, 2018)

Desse modo, os direitos sobre os dados pessoais começam a ganhar mais poderes, de maneira que o cidadão está legalmente protegido em casos de disseminação de informações pessoais feitas por terceiro.

Segundo a lei (2018):

Art. 7º O tratamento de dados pessoais somente poderá ser realizado nas seguintes hipóteses:

I - mediante o fornecimento de consentimento pelo titular;

II - para o cumprimento de obrigação legal ou regulatória pelo controlador; (BRASIL, 2018)

Como visto o fornecimento de dados pessoais do usuário só pode ser feito mediante consentimento ou obrigação legal. Deste modo boa parte das páginas on-line que usam *cookies* adotaram medidas para adquirir o consentimento do usuário, dentre uma das medidas feitas está o uso de *pop-ups*, pequenos avisos que surgem na tela, normalmente com termos genéricos do tipo: “Este site utiliza *cookies* para melhor desempenho e utilização do usuário. Verificar políticas de privacidade ou aceitar o uso”. Tal medida é legal, contudo deve se levar em conta o grau de conhecimento do usuário que muitas vezes desconhece o que são *cookies* e para o que servem.

Tal medida pode ser considerada uma arquitetura de consentimento, tendo em vista o desconhecimento técnico do usuário, além de, ao se ler os termos de privacidade é utilizada uma linguagem jurídica e de difícil entendimento, de maneira que muitas vezes a pessoa acaba aceitando sem ler ou sem entender. Vale ressaltar também o incômodo que esses avisos geram, fazendo com que, mais uma vez, o usuário aceite mesmo sem saber ou realmente consentir.

Uma outra forma de consentimento mostrada pela experiência de Martin Degeling et al. (2019) foi o meio de *AutoAccept* em que o usuário ao efetuar a simples rolagem da página, já é considerada uma forma de consentimento.

A respeito disso a LGPD diz:

Art. 8º O consentimento previsto no inciso I do art. 7º desta Lei deverá ser fornecido por escrito ou por outro meio que demonstre a manifestação de vontade do titular.

§ 3º É vedado o tratamento de dados pessoais mediante vício de consentimento.

§ 4º O consentimento deverá referir-se a finalidades determinadas, e as autorizações genéricas para o tratamento de dados pessoais serão nulas. (BRASIL, 2018)

Tais maneiras, em especial a do experimento, são vícios de consentimento, ora, como o usuário pode consentir sem saber do que se trata ou como pode ele saber que a simples interação com a página já ativa mecanismos para o armazenamento de seus dados, portanto nulas.

Diante do descumprimento das medidas impostas, é dito:

Art. 52. Os agentes de tratamento de dados, em razão das infrações cometidas às normas previstas nesta Lei, ficam sujeitos às seguintes sanções administrativas aplicáveis pela autoridade nacional: (Vigência)

I - advertência, com indicação de prazo para adoção de medidas corretivas;

II - multa simples, de até 2% (dois por cento) do faturamento da pessoa jurídica de direito privado, grupo ou conglomerado no Brasil no seu último exercício, excluídos os tributos, limitada, no total, a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais) por infração;

III - multa diária, observado o limite total a que se refere o inciso II;

IV - publicização da infração após devidamente apurada e confirmada a sua ocorrência; (BRASIL, 2018)

Logo, tem-se que os domínios que descumprem tal lei serão multados em até 2%, um valor alto dependendo do quanto é faturado pelo domínio, já que grande parte dos sites na internet tem uma origem pequena e amadora. Vale-se também do recurso da imagem do controlador, já que se tem a publicização do ocorrido, prejudicando sua imagem e possível perda de público.

3.3 Constituição Federal de 1988

Valendo-se de direitos fundamentais, a Constituição (1988) diz:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;

XII - é inviolável o sigilo da correspondência e das comunicações telegráficas, de dados e das comunicações telefônicas, salvo, no último caso, por ordem judicial, nas hipóteses e na forma que a lei estabelecer para fins de investigação criminal ou instrução processual penal; (Vide Lei nº 9.296, de 1996)

Diante disso, a Constituição ressalva os direitos fundamentais, trazendo ao campo digital, esses direitos recaem especificamente aos dados pessoais do usuário, de maneira que eles devem ser protegidos para a proteção da intimidade, vida privada, honra e imagem, como consta no inciso X. Quanto a divulgação de dados pessoais por terceiros, o direito recai sobre o inciso XII, quanto a inviolabilidade do sigilo a correspondência e comunicações, de maneira há uma interceptação de terceiro enquanto o usuário fornece seus dados ao domínio.

4 | CONCLUSÃO

Diante do presente artigo, vê-se que o uso de *cookies* e seus processos, armazenamento, investigação do perfil do usuário, como seu histórico, procura de produtos e serviços, preferências, e-mail e até senha, foram de grande relevância a sociedade digital, em específico nas áreas de marketing e publicidade em que há a criação de um perfil de consumidor tão fiel quanto o original. O fato é que grande parte desses dados são obtidos através do uso de *cookies* de terceiros, de modo que o usuário não tenha total consciência de quem está usufruindo de seus dados, para onde estes vão ou qual a exata utilidade dele para o referido arquivo. Muitos desses dados são “vendidos” a grandes lojas digitais para maior alcance e venda de seus produtos, contudo essa venda é feita sem o real consentimento do usuário.

Mediante a problemática o Google se prontificou, em sua página Suporte do Google Chrome indica que com o uso da página anônima, os dados, histórico, contas, entre outras informações não são salvas, quanto aos *cookies* seu uso vira de sessão, sendo que ao fechar o navegador eles são automaticamente excluídos. Vale ressaltar também a iniciativa do Google de acabar com os *cookies* de terceiros em 2024, consultando mais privacidade e proteção ao usuário.

Como dito, medidas destacadas na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais como multa e a publicidade do fato ocorrido são medidas que acabam por gerar grande prejuízo tanto para a imagem do domínio, quanto o prejuízo econômico, efetivando a perda de público e grande perda de dinheiro a depender do faturamento da pessoa jurídica de direito privado.

Contudo deve ser destacado a necessidade de políticas de implementação para o conhecimento do usuário sobre a utilização de *cookies*, sua influência no meio digital e, principalmente, no recolhimento de dados pessoais e sua violação a direitos fundamentais.

Deste modo pode se ter uma maior consciência acerca dos direitos fundamentais, sua importância e relevância no atual meio digital, cuja a tendência é um crescimento desenfreado, mediante a isso cabe maior ampliação e destinação da legislação para assegurar um ambiente seguro no meio digital.

REFERÊNCIAS

ALMENARA, Igor. **Google adia fim dos cookies no Chrome para 2024**. CanalTech, 2022. Disponível em: <https://canaltech.com.br/internet/google-adia-fim-dos-cookies-no-chrome-para-2024-221779/>. Acesso em: 13 set. 2022.

BITTAR, Eduardo C B. **Metodologia da pesquisa jurídica: teoria e prática da monografia para os cursos de direito**. São Paulo: Editora Saraiva, 2022. E-book. ISBN 9786553622470. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786553622470/>. Acesso em: 10 set. 2022.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, 2022. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 13 set. 2022.

BRASIL. **Lei Federal nº. 12.965/2014**, “Marco Civil da Internet no Brasil”. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 13 set. 2022.

BRASIL. **Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)**. Brasília, DF. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 13 set. 2022.

BODIN DE MORAES, Maria Celina. **Ampliando os direitos da personalidade**. Academia.edu, 2012. Disponível em: https://www.academia.edu/9689598/Ampliando_os_direitos_da_personalidade. Acesso em: 11 set. 2022.

CANDIDO, João Pedro; ARAÚJO, Tayná; RIBEIRO, William. **HISTÓRICO DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (LGPD)**. Advocatta, 2022. Disponível em: <https://advocatta.org/historico-da-lei-geral-de-protecao-de-dados-lgpd/#:~:text=A%20Lei%20Gera%20de%20Prote%20C3%A7%C3%A3o%20de%20Dados%20passou%20por%20um,e%20tratamento%20de%20seus%20dados>. Acesso em: 13 set. 2022.

CAVALCANTI, Mario Filipe. **COOKIES PARA QUEM? ENTRE O ESCAMBO DIGITAL E OS DIREITOS À PRIVACIDADE E PROTEÇÃO DE DADOS**. Revista Acadêmica da Faculdade de Direito do Recife – ISSN: 2448-2307, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/ACADEMICA/article/view/249887>. Acesso em: 7 set. 2022.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. Disponível em: <https://globalizacaointegracaoregionalufabc.files.wordpress.com/2014/10/castells-m-a-sociedade-em-rede.pdf>. Acesso em: 11 set. 2022.

Comitê Gestor da Internet no Brasil. **Cartilha de Segurança para Internet**. Cert.br. São Paulo. 2012. Disponível em: <https://cartilha.cert.br/livro/cartilha-seguranca-internet.pdf>. Acesso em: 11 set. 2022.

GOOGLE. **Limpar, ativar e gerenciar cookies no Chrome**. Disponível em: <https://support.google.com/chrome/answer/95647?hl=pt-BR&co=GENIE.Platform%3DAndroid>. Acesso em: 13 set. 2022.

KINAST, Priscilla. **7 tipos de cookies do navegador**. Oficina da Net, 2019. Disponível em: <https://www.oficinadonet.com.br/internet/24798-7-tipos-de-cookies-do-navegador>. Acesso em: 10 set. 2022.

LESSIG, Lawrence. **Code (version 2.0)**. Nova Iorque: Basic Books, 2006. ISBN-10: 0-465-03914-6. ISBN-13: 978-0-465-03914-2.

MARTIN, Degeling. et. al. **We Value Your Privacy... Now Take Some Cookies: Measuring the GDPR's Impact on Web Privacy**. Proceedings. 2019. Network and Distributed System Security Symposium. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/1808.05096>. Acesso em: 14 set. 2022.

MICROSOFT. **Resumo do Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados**. Microsoft, 2022. Disponível em: <https://docs.microsoft.com/pt-br/compliance/regulatory/gdpr>. Acesso em: 13 set. 2022.

NETO, Mário Furlaneto; CARMO, Júlio César Lourenço; SCARMANHÃ, Bruna de Oliveira da Silva Guesso. **Cookies: Vulnerabilidade do Direito à Privacidade nos meios digitais no âmbito da legislação brasileira**. 2018. Disponível em: https://www.cidp.pt/revistas/rjlb/2018/4/2018_04_1491_1517.pdf. Acesso em: 9 set. 2022.

OLIVEIRA, Jordan V.; SILVIA, Lorena A. “**É de Comer?**” **Cookies de Navegador e os Desafios à Privacidade na Rede**. R. Tecnologia e Sociedade, Curitiba, v. 15, n. 37, p. 297-310. 2019. Disponível em: <https://periodicos.utfpr.edu.br/rts/article/view/8419>. Acesso em: 7 set. 2022.

PACHECO, Xavier. **Guia do desenvolvedor de Delphi for .NET**. São Paulo: Pearson Makron Books, 2005.

PALMER, Chris. **Secure Session Management With Cookies for Web Applications**. San Francisco – CA, 2008. Disponível em: <https://crypto.stanford.edu/cs142/papers/web-session-management.pdf>. Acesso em: 9 set. 2022

QUEIROZ, Anderson A.L.; DE QUEIROZ, Ruy J.G.B. **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). Programa de Pós-Graduação em Ciência da Computação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2011. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/1298>. Acesso em: 7 set. 2022.

RIBEIRO, Micaela M.; FACHIN, Zulmar. **COOKIES E DIREITOS DA PERSONALIDADE: DESAFIOS SOBRE A APLICABILIDADE DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS**. Revista de Direito, Inovação, Propriedade Intelectual e Concorrência. 2022. Disponível em: <https://www.indexlaw.org/index.php/revistadipic/article/view/8838>. Acesso em: 7 set. 2022.

Sem autoria definida. **GDPR: o que é e qual a diferença em relação à LGPD?**. Cátedra, 2021. Disponível em: <https://idcatedra.com.br/2021/08/gdpr-o-que-e-e-qual-a-diferenca-em-relacao-a-lgpd/>. Acesso em: 13 set. 2022.

TOUBIANA, Vincent; NARAYANAN, Arvind; BONEH, Dan; NISSENBAUM, Helen F.; BAROCAS, Solon. **Adnostic: Privacy Preserving Targeted Advertising**. 2010. Proceedings Network and Distributed System Symposium, March 2010. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=2567076>. Acesso em: 10 set. 2022.

ZARSKY, Tal. **Online Privacy, Tailoring and Persuasion**. Privacy and Technologies of Identity - A Cross-Disiplinary Conversation, 2006. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=946428. Acesso em: 12 set. 2022.