

## DISCORDÂNCIAS DE *SITES E-COMMERCE* EM RELAÇÃO À LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

**Tiago Xavier Yamaguti**, Fatec Americana - Ministro Ralph Biasi  
tiago.yamaguti@fatec.sp.gov.br

**Edson Roberto Gaseta**, Fatec Americana - Ministro Ralph Biasi  
edson.gaseta01@fatec.sp.gov.br

### Resumo

O presente trabalho conceitua a falta de concordância de alguns *sites* de comércio eletrônico (*e-commerces*) em relação à Lei de Geral Proteção de Dados, possibilitando o vazamento de dados do usuário quando procuram serviços online. O objetivo deste trabalho foi analisar as não concordâncias de três *sites* de *e-commerce* em relação à LGPD por meio de uma pesquisa bibliográfica na qual contou com levantamento de *e-commerces* brasileiros. Por meio dessa pesquisa, foi possível analisar três *sites*, sendo dois deles sem concordância com a LGPD e a um com concordância total em relação à lei, na qual esta última foi utilizada de modo comparativo de como se deve construir uma política de privacidade de acordo com a lei. Em seguida, concluiu-se que ainda existem grandes falhas na construção nas políticas de privacidades que julga -se pelo crescimento do comércio online desencadeado pela pandemia e a desinformação de uma lei que protege os dados dos clientes.

**Palavras-chave:** LGPD. *e-commerce*. políticas. privacidades.

### Abstract

*The present work conceptualizes the lack of agreement of some e-commerces in relation to the General Data Protection Law (in Portuguese Lei Geral de Proteção de Dados or LGPD), allowing the leakage of user data when looking for online services. The objective of this work was to analyze the non-concordances of e-commerce sites based on the LGPD. Through a bibliographic research, three Brazilian e-commerces were analysed which two of them had no agreement with the LGPD and one that had total agreement with the law. The last e-commerce was used in a comparative with the others in order to show how to build a privacy policy in accordance with the law. Then, it was concluded that there are still major flaws in the construction of privacy policies that it is judged by the growth of online commerce triggered by the pandemic and the disinformation of a law that protects customer data.*

**Keywords:** LGPD. *e-commerce*. privacy. policies.

## 1. Introdução

Com o início da disseminação e do contágio pelo vírus Covid-19, a população mundial foi forçada a tomar medidas drásticas para desacelerar o aumento de casos de contaminação. Para isso, pessoas entraram em isolamento social, algumas cidades entraram em *lockdown* e o comércio, principalmente, precisou reorganizar suas estratégias para continuar o atendimento ao público e as exigências sanitárias.

Tal fato impulsionou a procura de meios tecnológicos e digitais, pela população, como um meio de compensar as consequências que a pandemia trouxe. Desta forma, o *e-commerce* ganha destaque e grande procura. O *e-commerce* é uma palavra vinda do inglês no qual significa comércio eletrônico, ou seja, relaciona todo tipo de transação de compra e venda feita por meio da internet com o auxílio de um equipamento eletrônico (CLIMBA COMMERCE, 2019).

O *e-commerce* resume-se em um meio em que o cliente usa um equipamento tecnológico em qualquer momento e horário, procura o seu produto de interesse e realiza o pagamento via cartão de crédito, boleto ou depósito bancário e recebe, em um prazo determinado, o produto em sua residência. Com esse novo momento impulsionado pelo isolamento e quarentena, aumentaram-se o número de lojas virtuais.

De acordo com Mello (2020), o mercado *online* ganhou um aumento de 40,7% desde o início da pandemia, entre 2019 e 2020, principalmente pelos pequenos empreendedores que estavam buscando uma outra opção de vendas uma vez que o acesso às lojas físicas estava impossibilitado. Contudo, o consumismo desenfreado, a facilidade da compra e as atrativas opções de pagamento em lojas virtuais têm chamado a atenção de muitos clientes e para o acesso às opções anteriores, é necessário com que o ele/ela descarregue certa quantidade de informações e dados pessoais com o intuito de registrar no *website* e em seguida usufruir das facilidades.

Todavia, muito pouco tem se dado a atenção em sobre o quê e o porquê do preenchimento dos itens em branco, que na maioria das vezes são obrigatórios, dos *websites*, ou seja, a aba de dados pessoais, que, de acordo com Farias Jr. (2019), “dados pessoais são qualquer informação na qual possibilita gerar um vínculo entre a informação cedida e a pessoa natural e que podem estar relacionadas e vinculadas direta ou indiretamente a ela”. O exemplo das redes sociais que, ao aceitar os “Termos e Condições”, se pode permitir que dados pessoais sejam revelados de uma forma não tão agradável. Não somente redes sociais, mas o próprio celular de

uma pessoa pode ser uma arma potente uma vez que pode ser utilizado para todo tipo de função (contas bancárias, GPS, pagamentos e entre outros.) e desenfreadamente sendo alimentado com todo tipo de informação e muitas vezes não existe a preocupação pela questão da agilidade de como as informações fluem virtualmente e, muitas vezes, de forma não consciente do que pode acontecer com as informações cedidas.

Um exemplo disso, Assis e Mendes (2020) relatam que no final de 2018, a empresa Google foi acusada por sete países europeus por monitorar seus usuários por meio da sua localização sem o seu consentimento. A empresa utilizava os *smartphones* como meio para rastrear os locais visitados sem que eles soubessem que isso estava acontecendo.

Em relação ao *e-commerce*, que ao ter uma grande valorização, possibilita o aumento dos casos de fraudes dentro do âmbito. Com o intuito de garantir com que os clientes estejam seguros em relação aos seus dados, temos a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) que foi aprovada em 2018. De acordo com a lei, os dados do usuário não podem ser feitos de modo indiscreto. O cliente deverá ser informado sobre todos e quais dados serão utilizados e quais os motivos da utilização deles. Cots (2018) esclarece que:

*A lei estabelece que para que qualquer pessoa física ou jurídica possa exercer atividades relacionadas ao tratamento de dados pessoais, seja coletar, transmitir ou processar, é preciso possuir uma base legal presente na norma, que justifique a posse e o tratamento desses dados. Sem uma base legal, a prática de coleta de dados pessoais será considerada irregular.*

Desta forma, os clientes terão certo entendimento para qual será a finalidade da utilização dos seus dados.

Para auxiliar e fortificar a lei, também é possível utilizar a norma NBR ISO/IEC 27701 na qual possui controles de segurança para o Sistema de Gestão de Segurança Privada (SGSP) que “é uma extensão da norma NBR ISO/IEC 27001, e tem como objetivo adicionar novos controles no sistema de gestão para garantir a total privacidade especificamente dos dados pessoais.”. Portanto, ambas as normas trabalham em conjunto garantindo cada vez mais com que as empresas pertencentes ao *e-commerce* garantam a segurança das informações cedidas pelo cliente.

Por meio das discussões abordadas acima, foi realizada uma pesquisa bibliográfica com foco em levantamento de *websites* pertencentes ao *e-commerce* para compreender e analisar se essas empresas se adequam e/ou estão em conformidade com a LGPD e suas normas. Essa

pesquisa foi utilizada para analisar se há ou não falhas conforme os pressupostos estabelecidos pela lei. Desta forma optou-se em realizar as análises com foco nas políticas de privacidade das empresas e julgar, de acordo com a lei, quais são as características que não garantem segurança ao cliente por meio do item I – Finalidade, como proposto pelo Art.6º da LGPD

A pesquisa documental se torna importante neste contexto, pois compreende-se a possibilidade de analisar como os *websites* estão se portando diante da nova lei. De acordo com Cellard (2008), com a utilização da pesquisa bibliográfica, é possível adicionar a extensão do tempo à compreensão da sociedade em determinado assunto e, também, a pesquisa e análise de documentos auxiliam na observação do processo de amadurecimento ou evolução de grupos, conceitos, conhecimentos, práticas, entre outros. Para esse trabalho, tem-se como objetivo geral analisar as não concordâncias entre a políticas de privacidade de *site de e-commerce* e a LGPD e os objetivos específicos buscará analisar quais itens estão em falta, de acordo com a LGPD, na política de privacidade dos *sites*; e compreender os possíveis danos ao usuário ao acessar esses *sites*.

## 2. Referencial Teórico

Para todo indivíduo é garantido direitos que devem ser reconhecidos e respeitados, desta forma a proteção dos direitos fundamentais do cidadão veio com a necessidade da preocupação em assegurar a sua privacidade.

De acordo com Saldanha et al (2019), todo cidadão tem o direito à privacidade, como disposto no Artigo 5º, Inciso X, da Constituição da República Federativa do Brasil -CRFB/88, e esse direito preserva as pessoas do conhecimento alheio em relação à sua vida privada nos quais envolvem hábitos, relações, imagem, e entre outras situações. Proteger esses direitos garantem com que o indivíduo possa ser livre para o seu desenvolvimento pessoal que, de fato, possibilitam com que ele possa se inserir no contexto de garantidor da democracia.

Todavia, as preocupações com a proteção de privacidade contemplaram outras dimensões com o passar dos anos, pois com a inserção da internet, dos meios digitais e tecnológicos temos construído um novo tipo de sociedade, a “sociedade da informação”. De acordo com Wertehin (2000), a sociedade da informação permite com que a tecnologia tenha grande influência e flexibilidade nas demandas do dia a dia pelo motivo no qual ela realiza com rapidez e eficiência os processos impostos pela globalização.

Então, tudo nesse momento começou a se movimentar na internet por meio dos dados

peçoais da população global. Doneda (2010) define que os dados pessoais são signos que se atribuem à uma pessoa identificada ou identificável nos quais atribuem uma ligação intrínseca com o titular, ou seja, os dados pessoais são inseridos da mesma forma no contexto da vida privada, como citado anteriormente, no qual ambos entram com o reconhecimento de direitos fundamentais garantidos pela Constituição.

Com o intuito de assegurar certa confiabilidade em relação a coleta, uso e tratamento de dados pessoais o Brasil aprova a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) – Lei nº 13.709 em 14 de agosto de 2018, com o objetivo de traçar parâmetros com maior segurança e confiabilidade ao processar os dados, além de trazer transparência e privacidade para as pessoas (SALDANHA et al, 2019).

Com essa nova lei, empresas pertencentes ao *e-commerce* necessitam se adaptar em todo o seu modo de produção e administração dos princípios éticos e a segurança de dados de seus clientes. Para isso, será necessário para as empresas informar o cliente, de forma clara, bem detalhada e o porquê sobre qual a maneira de tratamento de seus dados.

Ao construir uma política de privacidade, o empresário deve se preocupar com algumas informações. De acordo com Nones (2020) não existe um padrão para a construção das Políticas de Privacidade, mas recomenda que para a construção dela é necessário: informações gerais sobre a empresa/organização; informações sobre o tratamento de dados; quais dados pessoais são coletados (inclusive os dados não informados pelo usuário, como IP, localização, etc.); onde os dados são coletados (fonte); para quais finalidades os dados são utilizados; onde os dados ficam armazenados; qual o período de armazenamento dos dados (retenção); uso de cookies e/ou tecnologias semelhantes; com quem esses dados são compartilhados (parceiros, fornecedores, subcontratados); informações sobre medidas de segurança adotadas pela empresa; informações sobre exercícios de direitos; orientações sobre como a empresa/organização atende aos direitos dos usuários; informações sobre como o titular de dados pode solicitar e exercer os seus direitos; informações de contato do *Data Protection Officer* (DPO) ou encarregado de proteção de dados da organização.

Com essas informações, o usuário atribui consentimento sobre como será realizado o tratamento desses dados que geram confiabilidade na realização de compras e utilização do *site* escolhido, porém, nesse contexto da grande quantidade de dados circulando na internet, podem existir benefícios e, ao mesmo tempo, possibilitam alguns riscos, ou seja, os processos de coleta de dados, armazenamento e o uso podem facilmente levar ao vazamento das informações

pessoais do usuário.

### 3. Materiais e Métodos (ou Metodologia)

Por meio de uma pesquisa bibliográfica, iniciamos a procura de *sites* de *e-commerces* com o intuito de encontrar discordâncias em relação à LGPD e, em seguida, para a análise dos dados, essa pesquisa contou com a colaboração da Análise de Conteúdo (AC), pois buscaremos verificar a frequência de aparecimento ou não de provas sobre quais conteúdos estão faltando dentro das políticas de privacidade que entram em desacordo com a LGPD.

A teoria da Análise de Conteúdo (BARDIN, 1977), consiste em uma forma de tratamento crítica em pesquisas qualitativas e quantitativas. Segundo Bardin (1977), a Análise de Conteúdo tem função heurística, que dá um objetivo para a análise progredindo a tentativa exploratória, e função de “administração de provas”, que procura verificar se as descobertas, a partir da análise, podem ser falsas ou verdadeiras. Todavia, existem diferenças na análise de conteúdo nas abordagens qualitativa e quantitativa.

Nas pesquisas qualitativas, o referencial é a ausência ou presença de características, já nas pesquisas quantitativas, o referencial é a frequência com que as características vão surgindo (BARDIN, 1977). Neste trabalho, desenvolvemos a análise qualitativa dos conteúdos dos *websites* do *e-commerce* encontrados.

### 4. Resultados e Discussões

O primeiro *e-commerce* analisado foi o Pesca ([www.pesca.com.br](http://www.pesca.com.br)) no qual foi deparado com uma política de privacidade fraca e sem uma estrutura organizada como descrito por Nones (2020). O *e-commerce* não explicita os detalhes de como será utilizado os dados dos clientes, mas “garante” proteção da privacidade das informações pessoais a todos aqueles que visitam o *site*, ou seja, apenas utilizar a palavra “garantir” não promove confiança na realização de comprar no *site*. Ao mesmo tempo, o *site* explica que as informações do usuário a serem requisitadas são as mínimas possíveis, mas, mesmo assim, não garante com que o usuário tenha consentimento de outras ações decorrentes do *site* em relação aos seus dados.

O interessante desse *site* é que ao acessar a plataforma E-bit, que é um sistema de avaliação por consumidores, mostra que a mesma empresa se encontra inativa, mas ainda consumidores podem acessar o *site* e fornecer informações. Os *links* disponibilizados de certificação de segurança estão inativos e não conseguem carregar informações, mas a loja

ainda continua a vender produtos e atualizar seus estoques.

O segundo *e-commerce*, chamado de Livrarias Curitiba ([www.livrariascuritiba.com.br](http://www.livrariascuritiba.com.br)), mostrou uma política de privacidade mais detalhada, porém não forneceu fontes de como os dados do cliente é utilizado. No próprio *site* encontra-se a informação que todos os dados pessoais dos usuários são armazenados em servidor próprio ou terceirizado e que o cliente, ao cadastrar-se no *site*, autoriza o armazenamento e autoriza a transferência de dados para servidores terceirizados.

Dessa forma vemos que não está de concordância com a LGPD, pois não explica o motivo do compartilhamento de dados com outras empresas e, também, não deixa explícito com quais empresas esses dados serão compartilhados. No início das políticas de privacidade, o *site* explica que não compartilha, aluga, vende ou empresta o seu banco de dados para nenhuma outra empresa, instituição ou associação, havendo apenas o compartilhamento de informações com empresas parceiras, sob total sigilo e privacidade para a prestação de serviços como: entrega dos itens, cobrança, envio de e-mails, análise de banco de dados ou processamento de transações por meio de cartão de crédito. Contudo, ao se adentrar no *site*, não são encontradas informações sobre quem são essas empresas parceiras.

O *site* contém um selo de loja confiável na qual possui grande recomendações, porém ao acessar a fonte nomeada de “Loja Confiável” vemos que nem mesmo o *site* possui uma política de privacidade para as empresas cadastradas nele, de tal forma que nem os empresários do *e-commerce* sabem o que essas empresas de avaliação fazem com os dados delas. A livraria conta com o selo de segurança VTEX que comprova ser uma loja certificada, mas ao ver o certificado percebe-se que a data de validade do mesmo encontra-se expirada e não está atualizada, o que pode-se entender que nesse momento a empresa pode comprometer os dados de todos os usuários cadastrados no *site*.

Em contrapartida, foi selecionado mais um *e-commerce*, o Unimed Campinas ([www.unimedcampinas.com.br](http://www.unimedcampinas.com.br)), por ser exemplo de conter uma política de privacidade bem mais detalhada e de acordo com as propostas da LGPD. Inicialmente, o *site* contém as informações nas quais Nunes (2020) cita como sendo necessárias para a construção de uma política de privacidade.

Quando realiza-se a leitura do item “Informações Gerais”, temos todas as informações jurídicas da empresa, como o CNPJ, endereço e de grande destaque, um quadro resumo sobre

o tratamento de dados.

No item “Dados que coletamos”, deparamos com três subitens bem explicativos, sendo eles: a) Dados pessoais fornecidos pelo Titular; b) Dados coletados automaticamente e c) Dados coletados através de parceiros credenciados. No subitem a), é mostrado que a coleta dos dados do titular é necessária para facilitar o contato com cliente além de facilitar o trabalho da empresa quando o cliente busca contratar o serviço. No subitem b), destaca a coleta dos dados por meio do tipo de dispositivo que o cliente está usando tal como IP, páginas acessadas dentro do *site* e entre outros para auxiliar a empresa nas melhorias de navegação e facilidades para o cliente. Já no subitem c), destaca que os dados são utilizados para compreender melhor o cliente e as suas necessidades, e ainda destaca que é possível desabilitar certos tipos de informações que o cliente pode receber, por via e-mail, mensagens e entre outros. E, também, disponibiliza um quadro resumo para melhor entendimento do usuário.

No item “Como utilizamos seus dados pessoais” tem como finalidade o cumprimento de vínculo contratual para melhorias de serviços ao titular, para adequar às preferências e aos gostos, e possibilita também a criação de novos serviços e produtos para os clientes, caso o cliente esteja conciso sobre o uso dos seus dados, eles poderão ser utilizados para fins publicitários, realização de pesquisas, porém o cliente pode a qualquer momento deixar de receber essas informações.

No item “Com quem compartilhamos seus dados pessoais”, a empresa afirma não compartilha dados do cliente ao menos que seja por operação de produtos de saúde, e ainda cita com quais âmbitos os dados são compartilhados quando se faz necessário.

É destacado os direitos do cliente em relação ao uso de seus dados no item “Seus direitos de proteção de dados”. A empresa descreve quais os passos que o cliente pode solicitar para ela em relação do processamento dos dados.

Ao falar sobre a “Retenção de dados”, a empresa afirma que procuram respeitar, por meio legais, os dados por meio do consentimento do proprietário dos dados, em relação ao item “Envio de mensagens de marketing” estão de conformidade com a LGPD e explicitam que as mensagens de serviços têm o intuito de informar o contratante dos seus produtos promocionais e, ao mesmo tempo, deixam claro quais as informações serão enviadas.

O item “Uso de cookies” vem com o intuito de aplicar melhorias para empresa quanto

para a navegação do usuário dentro do *site*

Por fim, o item “Como mantemos os dados seguros” ressalta de forma simples e compreensível sobre a proteção dos dados do usuário, que destacamos na íntegra:

A Unimed Campinas mantém um Sistema de Gestão de Segurança da Informação com políticas e processos documentados para orientar e monitorar toda a organização e seus parceiros quanto à segurança de nossas informações ou sob nossa responsabilidade.

*Todos os dados coletados pela Unimed Campinas das pessoas são mantidos em arquivos ou bancos de dados eletrônicos ou em meio físico em algumas situações. Em ambos os casos, o acesso é controlado por meios de rígidos controles de acesso, garantindo que os acessos sejam identificados para confirmar que o uso foi exatamente conforme o planejado ou autorizado.*

O Quadro 1 mostra um comparativo da análise realizada.

**Quadro 1:** Análise dos *e-commerce* de acordo com a veracidade das informações

	<b>Pesca</b>	<b>Livrarias Curitiba</b>	<b>Unimed Campinas</b>
Possui informações relevantes de acordo com a LGPD?	Não	Sim	Sim
Possui um padrão de construção de políticas de privacidade como citado por Nones (2020)?	Não	Não	Sim
Deixa claro quais os intuídos da coleta de dados do usuário?	Não	Não	Sim
Informa com quais empresas serão compartilhados esses dados?	Não	Não	Sim
Informa que o usuário deve ter consentimento sobre qual o destino dos dados informados?	Sim	Sim	Sim
Deixa claro o período de tempo de retenção de dados?	Não	Não	Sim
De acordo com as	Não	Não	Sim

	<b>Pesca</b>	<b>Livrarias Curitiba</b>	<b>Unimed Campinas</b>
afirmações acima, o <i>site</i> pode proporcionar segurança para o usuário?			

**Fonte:** Elaborado pelo autor

## 5. Considerações Finais

Por meio das análises realizadas, é notável que alguns *e-commerces* ainda não se preocuparam em estabelecer um padrão como imposto pela LGPD. Percebe-se que empresas de pequeno porte não garantem segurança aos usuários dos seus serviços e como os dados dos mesmos podem proporcionar grandes riscos para eles e, também, para a empresa que não está em concordância com a lei.

Pelo fato de a pandemia ter aumentado a quantidade de *e-commerces* devido à impossibilidade de acesso físico as lojas, empresários buscaram novas formas de atender seus clientes, porém não se preocuparam nos detalhes e na lei ao fornecer serviços via on-line.

É de extrema importância que o usuário se atente no *e-commerce* no qual buscará serviços para não ter seus dados repassados para terceiros sem seu consentimento. Além do mais, o vazamento pode causar prejuízos mútuos tanto para a empresa quando para o cliente.

Por fim, com esse trabalho foi possível alcançar os objetivos iniciais propostos com o intuito de sustentar as ideias e discussões pautadas, possibilitando a necessidade de ter um olhar mais atento em relação as leis propostas pela LGPD.

## Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

CLIMBA COMMERCE. **O que é e-commerce?**. 2019. Disponível em: <<https://www.climba.com.br/blog/o-que-e-e-commerce-loja-virtual/>>. Acesso em mar. 2021

COTS, M. A Lei Geral de Proteção de Dados no *e-commerce*. **E-commercebrasil**. 2018. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/lei-geral-de-protecao-de-dados-e-commerce-2/>>. Acesso em mar. 2021

DONEDA, Danilo. A proteção dos dados pessoais como um direito fundamental. *Joaçaba*, v. 12, n. 2, p. 91-108, jul./dez. 2011 91

FARIAS JR, A. Vem aí a ABNT NBR ISO/IEC 27701. **Boletim ABNT**, p. 8-11, set/out. 2019. Disponível em: <[www.abnt.org.br](http://www.abnt.org.br)>. Acesso em mar. 2020

KURNIAWAN, Endang; RIADI, Imam. Security level analysis of academic information systems based on standard ISO 27002: 2003 using SSE-CMM. **arXiv preprint arXiv:1802.03613**, 2018.

MELLO, D. Número de lojas exclusivamente virtuais cresce 40,7% em 2020. **Agência Brasil**. 2020. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-08/numero-de-lojas-exclusivamente-virtuais-cresce-407-em-2020#:~:text=Um%20levantamento%20feito%20pela%20empresa,sido%20de%2037%2C6%25.>>>. Acesso em mar. 2021

MENDES, A. Por que você deveria se preocupar com a proteção de dados? **Assis e Mendes: Direito digital, empresarial e proteção de dados**. 2020. Disponível em: <<https://assisemendes.com.br/por-que-se-preocupar-com-protecao-de-dados/>>. Acesso em mar. 2020

MILAGRE, J. O que é ISO 27701 e como entender a aplicação da norma para gestão da privacidade da informação em 5 passos. 2020. *JusBrasil*. Disponível em: <<https://josemilagre.jusbrasil.com.br/artigos/791257034/o-que-e-iso-27701-e-como-entender-a-aplicacao-da-norma-para-gestao-da-privacidade-da-informacao-em-5-passos>>. Acesso em abr. 2021.

NONES, F. Política de Privacidade: o que é, sua relação com estratégias de Marketing e Vendas e como fazer de acordo com a LGPD. 2020. *Resultado Digitais*. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/blog/politicas-de-privacidade/>>. Acesso em abr. 2021

RODRIGUES, R. O que é ISO 27701?. **ProMove**. 2020. Disponível em: <<https://promovesolucoes.com/o-que-e-iso-27701/>>. Acesso em mar. 2021

SALDANHA, P et al. O que estão fazendo com os meus dados? A importância da Lei Geral de Proteção de Dados. OAB Pernambuco. Recife, SerifaFina, 201