

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**OS IMPACTOS DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS EM
PLATAFORMAS DE E-COMMERCE NO BRASIL**

LUANA SANTOS DUARTE

Profª Orientadora: Camila Avosani Zago

RIO DE JANEIRO

2019

**OS IMPACTOS DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS EM
PLATAFORMAS DE E-COMMERCE NO BRASIL**

Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Administração à Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Orientadora: Camila Avosani Zago.

RIO DE JANEIRO – RJ

2019

SUMÁRIO

Introdução	5
Objetivo	7
Geral.....	7
Específico.....	7
Justificativa / Relevância	7
Organização do Trabalho	8
Referencial Teórico	9
Metodologia	17
Resultados	19
Considerações Finais	23

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 01 – Comparação GDPR x LGPD.....	20
---	----

RESUMO

O presente trabalho busca compreender a relação entre o GDPR (Regulamento Geral sobre Proteção de Dados), sigla em inglês, e a LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados) no impacto das duas normas no comércio varejista *online* no mundo (e-commerce). Para tanto, foram realizadas comparações entre os regulamentos, verificação do impacto do *e-commerce* na economia do Brasil atual, discussões acerca do crescente acesso a *Internet* no Brasil e aferição das adequações à GDPR por parte de plataformas de vendas *online* no mundo. Espera-se, com isso, ressaltar a necessidade de adequação à Lei Geral de Proteção de Dados, que entrará em vigor em 2020, por parte das plataformas atuantes no Brasil.

Palavras-Chave: *E-commerce*, LGPD, GDPR.

1) Introdução

Em primeiro lugar, deve-se contextualizar acerca do crescente uso da Internet no Brasil. O CETIC, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação, parte da UNESCO, Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, realiza pesquisa anual desde 2005 com o objetivo de mapear o acesso à infraestrutura de *Internet* nos domicílios urbanos e rurais do país. O levantamento busca entender as formas de uso de tecnologias por indivíduos de 10 anos de idade ou mais ¹. É responsável pela produção de indicadores e estatísticas sobre a disponibilidade e uso da *Internet* no Brasil, e realiza a divulgação de análises e informações periódicas sobre o desenvolvimento da rede no País ².

Um montante de 126,9 milhões de pessoas usou rede regularmente em 2018, segundo pesquisa TIC Domicílios, sendo que a pesquisa demonstra que metade da população rural e das classes D e E atualmente têm acesso à Internet. O número de brasileiros que usam a *Web* passou de 67% para 70% da população, o que equivale a 126,9 milhões de pessoas ³, dados de agosto de 2019.

Segundo levantamento realizado pelo NZN Intelligence (2019), 74% dos consumidores preferem a modalidade *online* em relação às compras realizadas em lojas físicas. Diante desses 26% que preferem ir até o estabelecimento, a pesquisa também buscou entender os fatores que os levam a evitar a compra *online*, sendo que a falta de confiança para informar o número do cartão e dados pessoais representa 40% deste montante. Ainda, estes relataram como causa o medo de não receber o item adquirido (25%), a possível enganação em relação ao pagamento (10%) e o fator de nunca ter encontrado preços bons de verdade (7,5%) ⁴

A *Black Friday* no Brasil é a data mais importante do ano para o *e-commerce* e faz parte do período do Natal, que é o período de maior faturamento ⁵. As primeiras horas de vendas na

¹ CETIC. **TIC Domicílios**. Disponível em:< <https://cetic.br/pesquisa/domicilios/>>. Acesso em: 1 de dez. de 2019.

² CETIC. **Cresce uso de Internet e redes sociais por microempresas no Brasil, aponta pesquisa do Cetic.br**. CETIC, 6 de jun. de 2018. Disponível em:< <https://www.cetic.br/noticia/cresce-uso-de-internet-e-redes-sociais-por-microempresas-no-brasil-aponta-pesquisa-do-cetic-br/>>. Acesso em: 1 de dez de 2019.

³ LAVADO, Thiago. **Uso da internet no Brasil cresce, e 70% da população está conectada**. G1, 28 de ago. de 2019. Disponível em:< <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2019/08/28/uso-da-internet-no-brasil-cresce-e-70percent-da-populacao-esta-conectada.ghtml>>. Acesso em: 1 de dez. de 2019.

⁴Redação E-Commerce Brasil. **Compra online é preferência de 74% dos consumidores brasileiros**.E-commerce Brasil. 15 de mar. de 2019. Disponível em:< <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/compra-online-preferencia-de-consumidores-brasileiros/>>. Acesso em: 1 de dez. de 2019.

⁵ Redação E-Commerce Brasil. **Balancos da Black Friday mostram crescimento de até 24% no e-commerce**. E-commerce Brasil, 29 de nov. de 2018. Disponível em<<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/balancos-black-friday-crescimento-e-commerce/>>. Acesso em: 1 de dez. de 2019.

Black Friday de 2019 no *e-commerce* totalizaram R\$ 362.1 milhões. O número é 69% superior ao mesmo período de 2018, quando as vendas para este dia somavam R\$ 213.8 milhões⁶. Esses dados dimensionam a importância de se discutir o assunto de *e-commerce* no Brasil com foco na proteção de dados pessoais tratados neste tipo de varejo.

Em segundo lugar, deve-se destacar que a Lei Geral de Proteção de Dados brasileira versa apenas sobre o tratamento de dados pessoais. Vainzof (2019) ressalta, na obra *Lei Geral de Proteção de Dados - Comentada*, o contexto atual de “era digital”, em que os dados pessoais recebem tratamento desde que “nascem”, de forma dinâmica, bem como o desenvolvimento econômico e tecnológico dos modelos de negócios desde o início dos anos 1970, e o incremento do processamento de dados pessoais pelo uso de computadores. Diante disso, fez-se necessária uma iniciativa de proteção legal dos direitos fundamentais do indivíduo, como a LGPD e a GDPR⁷. Castells (2013) cita que esta nova realidade deve ser interconectada por algo que ele chama de sistema nervoso eletrônico⁸.

⁶ UOL. **Black Friday: compras online na madrugada têm aumento de 69% sobre 2018**. Economia UOL, 29 de nov. de 2019. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2019/11/29/vendas-das-primeiras-7-horas-de-black-friday-tem-aumento-de-69-sobre-2018>>. Acesso em: 1 de dez. de 2019.

⁷ VAINZOF, R. In: MALDONADO, Viviane Nóbrega; BLUM, Renato Opice. (Org.) **LGPD – Lei geral de proteção de dados: comentada**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

⁸ CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Trad. Maria Luiza X. de A. Gorges. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.p.11.

1.1 Objetivos

i. Geral

Dissertar sobre a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais a entrar em vigor no Brasil em 2020 (Lei nº 13.709/2018) e, com base nos efeitos do vigor da GDPR (*General Data Protection Regulation*) da Europa nas plataformas de *e-commerce* para exportação, ressaltar as necessidades de adequação por parte do setor de compras *online* brasileiro.

ii. Específicos

- Conhecer a LGPD;
- Compreender os efeitos da GDPR no setor de compras de varejo *online* (*e-commerce*) no mundo;
- Verificar a similaridade da LGPD com a GDPR;

1.2 Justificativa/Relevância

Ao se considerar o mercado de compras de varejo no Brasil de hoje, a automatização dos processos cada vez munida de ferramentas tecnológicas capazes de processar dados de forma dinâmica, e o crescimento do setor de *e-commerce* no país, podemos inferir que a discussão acerca do tema Lei Geral de Proteção de Dados, regulamentação ainda a entrar em vigor no país, é de suma importância no contexto atual.

No início deste ano (2019), Ebit Nielsen, empresa de mensuração e análise de dados, divulgou a previsão de crescimento do faturamento de *e-commerce* para 2019 e o balanço de 2018 no Brasil. Segundo a companhia, a previsão para o ano de 2019 foi de que o faturamento do setor crescesse 15%, com vendas totais de R\$ 61,2 bilhões. Ainda, a previsão foi de que os pedidos apresentassem um aumento de 12%, chegando a 137 milhões ⁹.

Também segundo a Nielsen, pesquisas posteriores à divulgação das expectativas demonstraram que o *e-commerce* teve um crescimento de 20% no volume de pedidos no primeiro semestre de 2019, o que configura R\$ 65, 2 milhões em volume. O percentual de crescimento do primeiro semestre de 2018 havia sido de 8% ¹⁰.

A reflexão acerca da efetividade da GDPR (*General Data Protection Regulation*) na Europa e no mundo, quanto à atuação das plataformas de *e-commerce* e, conseqüentemente, o

⁹ SCHNEIDER, Amanda. **E-commerce crescerá 15% em 2019, aponta Ebit Nielsen**. Meio Mensagem, 21 de fev. de 2019. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2019/02/21/e-commerce-crescera-15-em-2019-aponta-ebit-nielsen.html>. Acesso em: 03 de nov. de 2019.

¹⁰ EQUIPE TOTVS. **Entenda o crescimento do e-commerce no Brasil nos últimos anos**. Totvs, 21 de out. de 2019. Disponível em: <<https://www.totvs.com/blog/e-commerce-no-brasil/>>. Acesso em: 18 de nov. de 2019.

impacto da vigência da Lei Geral de Proteção de Dados nas plataformas de compra *online* atuantes no Brasil, demonstra o quanto o cenário internacional pode ajudar a identificar tendências mercadológicas do país.

Além disso, ao se atentar aos princípios da LGPD ressalta-se a importância de se discutir a existência da indústria de dados atual. Chama-se atenção à necessidade de limitar o uso e tratamento de dados pessoais por parte das empresas e vinculá-las a regras de utilização.

Com o objetivo de atrair atenção para o tema, o trabalho aponta as falhas e incoerências do modelo de tratamento de dados pessoais atual, o modo com o qual o setor de *e-commerce* se aproxima desta discussão e, conseqüentemente, o impacto que a vigência da LGPD terá em suas atuações.

1.3 Organização do Trabalho

O trabalho está organizado em capítulos, sendo o primeiro destinado à introdução, contemplando os objetivos gerais e específicos bem como a justificativa e relevância do tema. O segundo capítulo trata do referencial teórico, que aborda a LGPD e o setor de *e-commerce* no Brasil e no mundo.

Posteriormente, no terceiro capítulo é apresentada a metodologia, onde é realizada a classificação do estudo, bem como a forma de realização do mesmo. No quarto capítulo são expostos os resultados auferidos neste estudo, seguidos das considerações finais e das referências utilizadas.

2. RERENCIAL TEÓRICO

2.1 A LGPD - Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais

A disciplina da proteção de dados pessoais, na Lei 13.709/2018 tem como fundamentos (BRASIL, 2019, p. 1):

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; V - o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação; VI - a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e VII - os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais.

Segundo a LGPD, tratamento (art 5º, X) é toda operação realizada com dados pessoais, como as que “se referem a coleta, produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução, transmissão, distribuição, processamento, arquivamento, armazenamento, eliminação, avaliação ou controle da informação, modificação, comunicação, transferência, difusão ou extração” (BRASIL, 2019, p. 2).

A lei expõe outros termos relevantes como (BRASIL, 2019, p. 2):

titular (art. 5º, V), é toda pessoa natural a quem se referem os dados pessoais objetos de tratamento; controlador (art. 5º, VI), pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado, a quem competem as decisões referentes ao tratamento de dados pessoais; operador (art. 5º, VII), pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado, que realiza o tratamento de dados pessoais em nome do controlador; agentes de tratamento (art. 5º, IX), o controlador e o operador; eliminação (art. 5º, XIV): exclusão de dado ou de conjunto de dados armazenados em banco de dados, independente do procedimento empregado; relatório de impacto à proteção de dados pessoais (art. 5º, XVII): documentação do controlador deve conter a descrição dos processos de tratamento de dados pessoais que podem gerar riscos às liberdades civis e aos direitos fundamentais, bem como medidas, salvaguardas e mecanismos de prevenção e mitigação de risco.¹²

Baseada na GDPR, Regulamento de Proteção de Dados da União Europeia, a Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018) brasileira foi sancionada, em 14 de agosto de 2018, “tem aplicação a qualquer pessoa, seja natural ou jurídica de direito público ou privado que realize o tratamento de dados pessoais, *online* e/ou *off-line*”. Ainda, a lei possui aplicação extra território brasileiro: empresas que possuem estabelecimento no Brasil; que ofereçam serviços ao mercado

¹² BRASIL. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (2019). Capítulo I. Disponível em:< http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm>. Acesso em: 19 de nov. de 2019.

consumidor brasileiro; ou coletem e tratem dados de indivíduos localizados no país deverão cumpri-la.¹³

A lei estabelece regras de coleta e tratamento de informações de pessoas físicas, pessoas jurídicas e instituições públicas. Determina os direitos dos titulares dos dados, as responsabilidades de quem os processa e as formas de fiscalizar tais atos. A norma entrará em vigor em agosto de 2020.¹⁴ A etapa, logo, em que a mesma se encontra é de *Vacatio Legis*, termo jurídico, de origem latina, que significa vacância da lei, “a Lei Vaga”, que é o período que decorre entre o dia da publicação e o dia em que ela entra em vigor, ou seja, que tem seu cumprimento obrigatório.¹⁵ Em seu primeiro capítulo, a LGPD: dispõe sobre os objetivos da lei (art. 1º), seus fundamentos (art. 2º), sua aplicabilidade (art. 3º e 4º), definições (art. 5º) e princípios (art. 6º).

Segundo artigo publicado por Thomson Reuters (2018), no Brasil, foram oito anos de discussão até se chegar à aprovação da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), e foi aprovada em regime de urgência, por conta da recorrência de incidentes do tema no país. A LGPD, assim como a GDPR, visa garantir maior controle dos cidadãos sobre suas informações pessoais. Enquanto o Marco Civil da Internet permite apenas o tratamento de dados pessoais, mediante a obtenção do consentimento do titular dos dados, a LGPD estabelece dez hipóteses para o tratamento de dados, indicadas no art. 7º.

As justificativas utilizadas para o tratamento de dados pessoais por parte do operador devem ser fornecidas ao titular dos dados em linguagem clara, simples e objetiva. Ainda, devem ser necessariamente descritas em língua portuguesa.¹⁶

Isso inclui, além do consentimento, o interesse legítimo do controlador ou de terceiros, a necessidade de cumprimento de contrato ou de obrigação legal ou regulatória. O texto informa que LGPD estabelece regras específicas para a obtenção do consentimento e, caso de o uso da prerrogativa se trate de uma autorização genérica ou baseado em informações com conteúdo

¹³ **LGPD - Lei Geral de Proteção de Dados. Federação das Indústrias do Estado de São Paulo.** Disponível em: <<https://www.fiesp.com.br/arquivo-download>>. Acesso em: 02.de nov. de 2019.

¹⁴ VALENTE, Jonas. **Lei de Proteção de dados traz desafios a empresas, cidadãos e governo.** Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-08/lei-de-protecao-de-dados-traz-desafios-empresas-cidadaos-e-governo>>. Acesso em: 19 de out. de 2019.

¹⁵ Disponível em: <<https://www.significados.com.br/vacatio-legis/>>. Acesso em: 02.11.19.

¹⁶ CAMARGO, T; JUVENAL, N. **Hipóteses para o tratamento de dados previstas na Lei Geral de Proteção de Dados.** Inglez Werneck Ramos Cury Françolin Advogados, 27 de nov de 2018. Disponível em: <<http://www.iwrcf.com.br/hipoteses-para-o-tratamento-de-dados-previstas-na-lei-geral-de-protecao-de-dados/>>. Acesso em: 19 de nov. de 2019.

enganoso ou abusivo, o seu uso se torna nulo. O tratamento de dados pessoais públicos deve ser respaldado de finalidade originária, boa-fé e interesse público (REUTERS, 2019).¹⁷

As dez hipóteses elencadas no artigo 7º da LGPD para a permissão do tratamento de dados pessoais são:

I – mediante o fornecimento de consentimento pelo titular; II – para o cumprimento de obrigação legal ou regulatória pelo controlador; III – pela administração pública, para o tratamento e uso compartilhado de dados necessários à execução de políticas públicas previstas em leis e regulamentos ou respaldadas em contratos, convênios ou instrumentos congêneres, observadas as disposições do Capítulo IV desta Lei; IV - para a realização de estudos por órgão de pesquisa, garantida, sempre que possível, a anonimização dos dados pessoais; V - quando necessário para a execução de contrato ou de procedimentos preliminares relacionados a contrato do qual seja parte o titular, a pedido do titular dos dados; VI - para o exercício regular de direitos em processo judicial, administrativo ou arbitral, esse último nos termos da Lei nº 9.307, de 23 de setembro de 1996 (Lei de Arbitragem); VII - para a proteção da vida ou da incolumidade física do titular ou de terceiro; VIII - para a tutela da saúde, exclusivamente, em procedimento realizado por profissionais de saúde, serviços de saúde ou autoridade sanitária; IX - quando necessário para atender aos interesses legítimos do controlador ou de terceiro, exceto no caso de prevalecerem direitos e liberdades fundamentais do titular que exijam a proteção dos dados pessoais; ou X - para a proteção do crédito, inclusive quanto ao disposto na legislação pertinente.(BRASIL, 2019, p.4) ¹⁸

Segundo a cartilha guia para a LGPD de agosto de 2018 do escritório de advocacia Mattos Filho, Veiga Filho, Marrey Jr. E Quiroga Advogados, a lei impõe profunda transformação no sistema de proteção de dados brasileiro. Estabelece regras detalhadas para a coleta, uso, tratamento e armazenamento de dados pessoais, e afetará todos os setores da economia, inclusive as relações entre clientes e fornecedores de produtos e serviços, empregado e empregador, relações comerciais transnacionais e nacionais.¹⁹

Bioni (2019) ressalta que os dados são grandes ferramentais para promoção de bens de consumo (marketing) e sua promoção (publicidade). Os dados dos cidadãos consistem em valiosa informação para seu monitoramento e ordenação e, por isso, diversos países dispenderam esforços

¹⁷THOMSON REUTERS. **Lei Geral de Proteção de Dados: impactos e mudanças no uso e na coleta de dados pessoais.** Reuters, 2018. Disponível em:< <https://www.thomsonreuters.com.br/content/dam/openweb/documents/pdf/Brazil/white-paper/thomson-reuters-legal-whitepaper-lei-geral-de-protecao-de-dados.pdf>>. Acesso em: 20 de out de 2019.

¹⁸ BRASIL. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (2019).** Capítulo I. Disponível em:< http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm>. Acesso em: 19 de nov. de 2019.

¹⁹ MATTOS FILHO. **Guia para a Lei Geral de Proteção de Dados.** Legis Compliance, ago de 2019. Disponível em:< https://www.legiscompliance.com.br/images/pdf/cartilha_lgpd_mattosfilho.pdf>. Acesso em: 20 de out. de 2019.

para criação de um banco de dados unificado, administrados por meio de concessões de autorização.

Doneda (2006) ressalta que a transferência da responsabilidade para o titular dos dados traz consigo uma nova geração de proteção de dados, na qual o consentimento passa a ter papel central na coleta e processamento de dados dos indivíduos. Nessa linha de preocupação tem início uma nova geração de proteção aos dados, sanando as lacunas legislativas anteriores. Bioni (2019) afirma que, com a finalidade de que o titular dos dados tenha ciência inequívoca da forma como seus dados serão coletados, armazenados, processados e compartilhados, gerou-se um novo esforço nacional de proteção aos dados dos indivíduos, o que resultou na Lei brasileira denominada Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

Com isso, pode-se notar, por argumentos de autoridades que o tratamento de dados pessoais é o ponto-chave no mercado atual e a razão do surgimento da LGPD e da necessidade de adequação por parte das empresas. As mudanças na forma de o mercado lidar com o consumidor e de as organizações estabelecerem seus processos internamente trazidas com a LGPD são de análise crucial para este estudo.

2.2 O setor de *e-commerce* no Brasil

Segundo Cobra (2005, p. 368), “a venda tem como foco a transferência de posse de um produto ou serviço, para isso o vendedor precisa usar as armas da magia e sedução do comprador”. A função de compras requer, dentre outras etapas, planejamento, pesquisas e análises de fornecedores, acompanhamento dos pedidos de compra e inspeção de qualidade. Além disso, a área responsável por este processo requer uma interligação e coordenação de excelência entre os diversos departamentos da empresa (GONÇALVES, 2010).

Ao abordar as estratégias de publicidade direcionadas ao *e-commerce*, pode-se citar o *Google AdWords*, por exemplo, onde é possível criar uma definição para que o seu conteúdo só seja encontrado por quem realmente procura. Em conjunto com isso, gestores possuem disponíveis no mercado ferramentas que coletam e organizam informações sobre o público, traçando o comportamento do consumidor. Páginas visitadas, carrinhos abandonados de *e-commerces*, pesquisas *online*, geolocalização e outros pontos devem ser utilizados para direcionar

o seu conteúdo ao potencial cliente²¹. Dados de geolocalização, de tráfego na *Web*, comportamento e de identificação são dados sensíveis abordados pela LGPD (BRASIL, 2019).²²

O Brasil tem cerca de 930 mil *sites* dedicados ao comércio eletrônico, segundo o estudo “Perfil do *E-commerce* Brasileiro” de 2019, feito por BigData Corp e PayPal. Em 2015 foi realizado o primeiro levantamento, e o *e-commerce* configurava por 2,65% dos *sites* no Brasil. Em 2019, o percentual apurado foi de pouco mais de 7%.²³

Silva (2000, p. 353) identifica prospecção como “a etapa do processo de vendas na qual o vendedor identifica o consumidor potencial e qualificado”. Analisar o negócio do cliente: coletar informações sobre os clientes, potencial de compra, histórico de compras, sazonalidade é um dos passos importantes no processo de prospecção. Dessa forma, a área de vendas traça um perfil de atendimento e um argumento de vendas.

Este ponto é crucial para se entender o elo entre as bases legais da LGPD e as estratégias de otimização de gestão de compras no mundo e, conseqüentemente, também no Brasil. Os passos citados acima relacionados à prospecção, e como um dos processos de vendas se relacionam com os tratamentos de dados descritos na LGPD e explicitados anteriormente. A coleta de informações de clientes é um dos tratamentos especificados na lei, a classificação do cliente por potencial de compra por meio do seu histórico de itens adquiridos, com a finalidade de estabelecer estratégias de Marketing direcionadas e personalizadas, configura tratamento de dados chamado classificação (ou *profiling*/perfilamento).

Diante disso, pode-se notar que o setor de compras no Brasil, e sua gestão, levam em consideração, por meio do Marketing Estratégico como aliado na Administração, o tratamento de dados pessoais dos clientes, fornecedores e parceiros. Isso denota que todo o setor, e seus agentes, precisam se adequar ao que estabelece a nova lei.

²¹ BRAIMIS, Daiana. **Publicidade direcionada: o que é e como aplicá-la no e-commerce?** Blog E-go, 29 de agosto de 2018. Disponível em: < <https://blog.e-go.com.br/publicidade-direcionada-o-que-e-aplicar-e-commerce/>>. Acesso em: 02 de nov. de 2019.

²² **BRASIL**. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (2019). Capítulo I. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm>. Acesso em: 20 de nov. de 2019.

²³ PEZZOTTI, Renato. **Brasil tem cerca de 930 mil sites de e-commerce, aponta estudo**. Uol, 4 de jul de 2019. em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2019/07/04/e-commerce-cresce-375-no-brasil-lojas-online-ja-sao-quase-1-milhao>. Acesso em: 02 de nov. de 2019.

2.3 Plataformas de *e-commerce* no mundo e a GDPR

A plataforma eBay de *e-commerce* é um *site* de compras *online* mais conhecido por seus leilões e vendas ao consumidor. Também é extremamente popular para os comerciantes *online* usarem como um canal de vendas. O eBay está disponível em muitos países diferentes, no entanto, é possível procurar produtos disponíveis em sua área local digitando o código postal. Alternativamente, pode-se pesquisar produtos disponíveis nacional ou internacionalmente ²⁴.

E-Bay destinou toda uma página em seu *site*, chamada *Privacy Center*, para a exposição da GDPR, seu comprometimento com a adequação, com os seguintes questionamentos e suas respostas: o que é o GDPR e quando ele entrou em vigor; a quem o GDPR se aplica; quais tipos de dados se enquadram na GDPR; e quais são as obrigações e medidas do GDPR para os vendedores do eBay ²⁵.

O AliExpress é a plataforma de comércio eletrônico do grupo Alibaba criado em 2010. O *site* vende produtos de cerca de 40 categorias diferentes e hoje atende mais de 200 países ²⁷. Alibaba coleta uma enorme quantidade de dados eletrônicos no mercado da União Europeia por meio do AliExpress, grande rede de varejo chinesa, e transfere esses dados para outros negócios relacionados ao Grupo Alibaba no ecossistema de comércio eletrônico do Alibaba para concluir transações ou realizar pesquisas de mercado. Se essas práticas cruzarem as regras estabelecidas pelo GDPR, o Alibaba é sabido que terá que lidar com grandes desafios em termos de direito, economia e marca.

O artigo 3º, n.º 1, do GDPR diz que enquanto o controlador ou processador de dados tiver um estabelecimento na União Europeia e o tratamento de dados pessoais estiver dentro do seu escopo comercial, o controlador ou processador de dados deve estar em conformidade com o GDPR, independentemente de onde o processamento real das atividades ocorre (UE, 2016)²⁸-efeito extraterritorial do regulamento. Deve-se ressaltar aqui que o termo estabelecimento deve ser entendido de maneira ampla, desde que efetivamente processe dados pessoais no contexto de sua meta de negócios.

²⁴ E-COMMERCE PLATFORMS. **O que é o eBay?** Disponível em: <https://ecommerce-platforms.com/pt/glossary/what-is-ebay>. Acesso em 02.11.19.

²⁵ E-BAY COMPANY. **GDPR**. Disponível em: <https://www.ebayinc.com/company/privacy-center/gdpr/>. Acesso em 02.11.19.

²⁷ CHINA VISTOS. **ALIEXPRESS: a melhor plataforma para comprar online**. China Vistos, 2019. Disponível em: < <https://chinavistos.com.br/aliexpress/>.>. Acesso em: 20 de nov. de 2019.

²⁸ **GDPR. REGULATION (EU) 2016/679 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL**. Tradução: própria. GDPR, 27 de abr de 2016. Disponível em: < <http://data.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>.>. Acesso em: 19 de nov. de 2019.

Além disso, o artigo 3º, nº 2, dispõe que o responsável pelo tratamento ou processador de dados que processa os dados pessoais dos titulares de dados na União deve cumprir com a GDPR, independentemente da existência do estabelecimento na União, nas seguintes condições: (1) com a oferta de bens ou serviços aos titulares de dados na União Europeia; (2) no monitoramento do comportamento dos usuários. Esta última cláusula é um dos destaques do GDPR e é de grande importância para as empresas chinesas, especialmente para as empresas de vendas *online*.²⁹

A B2W – abreviação de *Business to World* (negócios para o mundo) – é a empresa líder em comércio eletrônico na América Latina e opera, por meio de uma plataforma digital, com negócios multicanais no segmento de varejo. Ela atua com vendas diretas ao consumidor (B2C) e soluções que objetivam as necessidades de varejistas (B2B). Os *e-commerces* da B2W, formados pelas marcas Americanas.com, Submarino e Shoptime, recebem juntos 59 milhões de visitantes por mês e que geram mais de 610 milhões de visualização das páginas mensais. Nos últimos anos, a companhia passou a oferecer a opção de outros lojistas venderem seus próprios produtos nos *sites*, aproveitando esse tráfego, por meio do cadastro no B2W Marketplace³⁰. Marcas que fazem parte do grupo B2W, a Americanas.com é a maior loja *online* brasileira, com mais de 2,5 milhões de itens disponíveis, em mais de 40 categorias.³¹

A B2W Digital, *marketplace* dona das marcas Americanas.com e Submarino, iniciou um plano de gestão centralizada de dados para implementar *analytics* e mapear o comportamento dos clientes ao comprarem em seus *sites*. A companhia começou a unificar suas bases de dados para construir um domínio de dados (sistema de armazenamento de dados), chamado de Plataforma Bee, plataforma de dados que busca oferecer uma experiência colaborativa e impulsionar a cultura de dados na companhia³², e iniciar projetos de análises e produtos de forma mais rápida.

A companhia migrou 100% das suas iniciativas de dados para o *Google Cloud Platform* (GCP) em setembro de 2018 e já está utilizando o *BigQuery*, ferramenta de *analytics* do *Google Cloud*. No GCP, executam um programa de fidelidade, o sistema interno de busca e relevância, os sistemas de personalização da base de clientes, entre outros. Segundo a B2W, a Plataforma Bee, sistema de unificação de armazenamento base de dados da Cia, vai suportar o crescimento

²⁹ Chang, Ran. **Alibaba Group: The Impact of GDPR on China's Enterprises**. Tradução: Própria. Spiegel, 16 de jan. de 2017. Disponível em: <http://spiegeler.com/alibaba-gdpr-china-privacy/>. Acesso em: 03 de nov. de 2019.

³⁰ B2W MARKETPLACE. **O que significa B2W? O universo além do B2W Marketplace**. Disponível em: <https://blog.b2wmarketplace.com.br/2018/03/26/o-que-significa-b2w/>. Acesso em: 04 de nov. de 2019.

³¹ B2W DIGITAL. <https://ri.b2w.digital/institucional/marcas>. Acesso em: 1 de nov. de 2019.

³² Sympla. **Meetup Big Data & Analytics - B2W Digital. Sobre o Organizador**. Disponível em <https://www.sympla.com.br/meetup-big-data--analytics---b2w-digital_726813>. Acesso em: 12 de dez. de 2019.

da empresa a partir da nuvem e já está de acordo com as regras da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) ³³, uma preocupação já declarada da companhia.

³³ MONTEIRO., J.. **B2W inicia primeira fase de plano de Big Data para entender comportamento do consumidores.** IPNews, 11 de out. de 2019. Disponível em: <https://ipnews.com.br/b2w-inicia-primeira-fase-de-plano-de-big-data-para-entender-comportamento-do-consumidores/>. Acesso em: 29.de out. de 2019.

3) Metodologia

Esta sessão é dedicada a explicitar o arcabouço metodológico que norteia este trabalho. Visa esclarecer, como a realização da monografia é conduzida ao expor *modus operandi* da pesquisa e entremeá-lo ao tema escolhido. A etapa busca expor as características o método selecionado.

Segundo Gil (2002), o encaminhamento de uma pesquisa deve levar em consideração a característica de projeto racional e sistemática da mesma. Com isso, se faz necessária a utilização cuidadosa de métodos, técnicas e procedimentos científicos de apresentação de resultados.

A discussão acerca da metodologia a ser adotada para a consecução do processo se insere nesta seara de modo a sintetizar tais esforços. Strauss e Corbin (1998) definem método de pesquisa como os processos que fornecem meios para o alcance dos objetivos de estudo proposto. Trata-se de um conjunto de procedimentos e técnicas utilizados para a coleta e análise de dados.

Ao ser levada em consideração a forma de abordagem do problema, pode-se considerar os pensamentos de Dezin e Lincon (1994), que afirmam que os pesquisadores qualitativos, ao estudarem os objetos em seus “*settings*” naturais, possuem a intenção de interpretar fenômenos. É o que, de fato, embasa este estudo. Analisa-se o *status quo*, a realidade como tal apresentada, dos fatos selecionados e como os mesmos tendem a se modificar assim que a Lei Geral de Proteção de Dados entrar em vigor no Brasil. Para isso, os esforços são de explorar a realidade da gestão privada de Compras no país, quanto aos seus diversos tratamentos de dados pessoais atualmente, e entender como será afetada com a nova lei nesses exercícios ao verificar a implementação da GDPR na Europa. Pode-se considerar tal pesquisa na nomenclatura Exploratória.

O Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (GDPR, na sigla em inglês) trata da política da União Europeia (Parlamento Europeu e seu conselho), de 27 de abril de 2016, que estabelece diretrizes sobre a proteção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais e sobre a livre circulação desses dados. Promove a revogação da Diretiva 95/46/CE (regulamento geral sobre proteção de dados) europeia. Entrou em vigor em toda a União Europeia em 25 de maio de 2018.⁴⁵

A pesquisa explicativa, que busca identificar fatores determinantes para a ocorrência de determinado fenômeno, também se enquadra neste estudo. É utilizada a busca de motivos para a ocorrência de algo, característica deste método. Além dessas, uma metodologia também utilizada

⁴⁵ Disponível em: <<https://gdpr-info.eu/>>. Acesso em: 06 de out. de 2019.

foi a pesquisa *ex-post facto* ⁴⁶, que visa, após a ocorrência de variações no curso analisado de um determinado acontecimento, compreender tais alterações. Neste caso, analisa-se a implementação da GDPR para compreender as alterações nas práticas das empresas afetadas, e como isso se dará no Brasil com a LGPD. O trabalho verifica as empresas de *e-commerce* afetadas pela GDPR e quais foram suas principais práticas adotadas e a sugerir como empresa de *e-commerce* atuante no Brasil deverá lidar com a Lei Geral de Proteção de Dados. Considera-se como empresas afetadas pela GDPR aquelas atuantes nos territórios regidos pelos regulamentos da União Europeia, as práticas adotadas em relação a divulgação de informativos em suas páginas de *e-commerce* da *Web* e a similaridade em relação a como as plataformas de vendas *online* atuantes no Brasil devem agir.

⁴⁶AYALA, Eduardo. **Artigo – Pesquisa causal-comparativa ou ex-post-facto, por Eduardo Ayala.** APUSM, 11 de out de 2014. Disponível em:< <https://www.apusm.com.br/2014/10/artigo-pesquisa-causal-comparativa-ou-ex-post-facto-por-eduardo-ayala/>>. Acesso em: 19 de nov. de 2019.

4) Resultados

No estudo foi possível conhecer a LGPD, bem como a GDPR no que se destinam a tratar, especificamente. Pode-se notar que a GDPR gerou um esforço por parte das empresas de *e-commerce* atuantes na União Europeia de divulgarem em seus *sites* seus esforços na adequação ao que dita o regulamento em questão de tratamento de dados pessoais e o mesmo se dá nas empresas atuantes no Brasil em relação à LGPD, cujas regras se basearam no regulamento europeu.

Quanto ao objetivo de verificar a similaridade entre a LGPD e a GDPR, além da proximidade das formas com as quais as empresas afetadas devem se adequar a ambas, pode-se destacar também alguns fatores: a LGPD não discorre de forma a fornecer garantias para o tratamento de dados “pseudoanonimizados”, que é o processo de separar os dados dos identificadores diretos para dificultar o processo de reidentificação dos indivíduos. Ainda, as empresas sediadas ou atuando na União Europeia tiveram dois anos para se preparar à GDPR, enquanto as empresas brasileiras possuem pouco mais de um ano e meio, desde a aprovação da lei até a sua entrada em vigor para a conformidade.⁴⁸ O Quadro 1, a seguir, expõe um comparativo entre a GDPR e a LGPD.

⁴⁸ Ischiara, Michele. **Quais as semelhanças e diferenças entre a LGPD do Brasil e a GDPR da EU?** CIO, 8 de jul. de 2019. Disponível em: <https://cio.com.br/quais-as-semelhancas-e-diferencas-entre-a-lgpd-do-brasil-e-gdpr-da-ue/>. Acesso em: 20 de nov. de 2019.

Quadro 01 - Comparação entre GDPR e LGPD⁴⁹

<p>Marketing Direto (Art. 21) O regulamento europeu apresenta previsões específicas sobre o tratamento de dados para fins de marketing direto. O titular dos dados tem o direito de se opor a qualquer momento ao tratamento dos seus dados pessoais, o que abrange a definição de perfis na medida em que esteja relacionada com a comercialização direta.</p>	<p>Marketing Direto A lei brasileira é silente sobre o tema, aplicando-se as regras gerais de consentimento, transparência e direito de objeção dos titulares dos dados pessoais.</p>
<p>Relação entre Controlador e Operador (Art. 28, §3º) O GDPR prevê que o tratamento de dados realizado por operador deve ser regido por contrato ou outro ato jurídico que vincule o operador ao controlador. O GDPR indica quais são as matérias que devem ser previstas nesse contrato.</p>	<p>Relação entre Controlador e Operador (Art. 39) Embora a LGPD estabeleça que o operador deverá realizar o tratamento de dados conforme as instruções do controlador, não exige a formalização por meio de contrato.</p>
<p>Relatório de impacto (Art. 35) O GDPR prevê que o controlador deve realizar um relatório de impacto à proteção de dados pessoais, quando o tratamento resultar em um elevado risco para os direitos e liberdade das pessoas. O GDPR traz, ainda, uma detalhada descrição do que deve ser abordado nesse relatório.</p>	<p>Relação entre Controlador e Operador (Art. 38) A LGPD não deixou claro em quais hipóteses o controlador será obrigado a realizar um relatório de impacto à proteção de dados pessoais, relegando a um posterior regulamento o tratamento dessa matéria.</p>
<p>Consulta prévia (Art. 36) Quando o relatório de impacto à proteção de dados pessoais indicar que o tratamento resultará em alto risco caso não sejam adotadas medidas de mitigação, o controlador deverá realizar consulta à autoridade de controle antes de iniciar o tratamento.</p>	<p>Consulta prévia (Art. 36) A LGPD não tem previsão equivalente considerando-se que os dispositivos que previam a criação da ANPD (“Autoridade Nacional de Proteção de Dados”) foram vetados.</p>

Fonte: Pinheiro Neto Advogados (2018).

Pode-se destacar no Quadro acima, em relação ao tema *e-commerce*, a comparação entre os dois regulamentos quanto ao tratamento de dados pessoais voltado para a estratégia de Marketing Direto, sendo Marketing Direto um conjunto de estratégias de marketing focado em promover produtos ou serviços usando ações diretas para um público específico.⁵⁰ Conforme o compilado de Pinheiro Neto Advogados, a GDRP estabelece que o titular dos dados tem o direito de se opor ao uso de seus dados para fins de perfilamento, que se pode definir como segregação e dados pessoais com base em perfis de consumo, profissionais ou de crédito do titular⁵¹, tipo de tratamento previsto nos regulamentos, através do qual as ações de Marketing Direto são geradas.

⁴⁹ MACHADO, J. M. D., SANTOS, M. C. , PARANHOS, M. C. O.. **LGPD E GDPR: UMA ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE AS LEGISLAÇÕES**. Pinheiro Neto Advogados, 13 de set. de 2018. Disponível em: <<http://www.pinheironeto.com.br/publicacoes/lgpd-e-gdpr-uma-analise-comparativa-entre-as-legislacoes>>. Acesso em: 1 de dez. de 2019.

⁵⁰ FIGUEIREDO, S.. **Marketing Direto: o que é e como utilizá-lo em seu negócio**. RockContent, 16 de fev. de 2018, Disponível em:< <https://rockcontent.com/blog/marketing-direto/>>.Acesso em: 1 de dez. de 2019.

⁵¹ De Luca, C., **Senado tenta mudar a LGPD para incluir a definição de decisão automatizada** . Disponível em:<<https://porta23.blogosfera.uol.com.br/2019/08/21/senado-tenta-mudar-a-lgpd-para-incluir-a-definicao-de-decisao-automatizada/>>. Acesso em: 01.de dez..2019.

Tanto a GDPR como a LGPD geram um alerta por parte dos gestores de redes de *e-commerce* de varejo para os limites e formas de atuação consoantes a boas práticas para a implementação de estratégias de Marketing de promoções e ofertas direcionadas. A coleta de dados pessoais e de comportamento que se faz necessária para a moldagem dessas estratégias e, conseqüentemente, a classificação gerada entre esses dados coletados como um perfilhamento, como mais um dos tratamentos abordados na Lei, devem ser realizados de forma consentida, como um dos grandes pontos-chave da mesma.

Pode-se adicionar a isso, o fato de que a GDPR define termos como “dados de saúde”, “dados biométricos” e “dados genéticos”, que consistem em categorias especiais de dados pessoais.⁵² A LGPD se limita a mencionar tais dados como espécies de dados sensíveis, conforme o inciso II do seu artigo 5º (BRASIL, 2019, p.2). A referida lei prevê que o órgão regulador poderá solicitar relatórios de riscos de privacidade para certificar-se de que as organizações estão tratando o tema internamente. As multas previstas para o descumprimento variam de 2% do faturamento bruto até R\$ 50 milhões (por infração)⁵³. Ao se considerar este montante, deve-se ater ao molde e às estratégias de promoção por segmentação que a LGPD trás e o quanto será custoso para as empresas a não-adequação à mesma.

Pode-se ilustrar este ponto voltado a multas com um caso da GOOGLE, que recebeu uma sanção de 50 milhões de euros por parte da Autoridade Nacional de Proteção de Dados francesa (*Commission Nationale de L'Informatique et des Libertés – CNIL*) quando anulada a sua justificativa de finalidade de tratamento de dados pessoais em que alegou consentimento por parte dos titulares⁵⁴. O consentimento foi considerado nulo pelos motivos que seguem: processamento para a personalização de anúncios diluídas em diversos documentos, o que não permite que o titular esteja ciente de sua extensão; impossibilidade de ciência da pluralidade de serviços, *sites* e aplicativos envolvidos nas operações de processamento e da quantidade de dados processados e combinados; antes de gerar sua conta, o usuário precisa marcar as caixas “eu concordo com os Termos de Serviços do Google”. Com isso, o usuário transmite seu consentimento de forma integral, para todas as finalidades de processamentos de dados pessoais realizados pelo *site* com

⁵² Machado, J.; Santos, M.; Paranhos, M. **LGPD E GDPR: UMA ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE AS LEGISLAÇÕES**. Pinheiro Neto Advogados, 13 de set. de 2018. Disponível em: <<http://www.pinheironeto.com.br/publicacoes/lgpd-e-gdpr-uma-analise-comparativa-entre-as-legislacoes>>. Acesso em: 20 de nov. de 2019.

⁵³ D' Andrea E.; Batista E.; Juricic M. **LGPD: o que muda na prática com a Lei 13.709/18**. PWC, 2019. Disponível em: <https://www.pwc.com.br/pt/sala-de-imprensa/artigos/lgpd-muda-pratica-plc-53.html>. Acesso em 3 de nov. de 2019.

⁵⁴ Oliveira, J. S., **Google é multado em 50 milhões de euros na França por violação ao GDPR**. Jota, 24 de jan. de 2019. Disponível em: <https://www.jota.info/paywall?redirect_to=//www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/google-e-multado-em-50-milhoes-de-euros-na-franca-por-violacao-ao-gdpr-24012019>. Acesso em: 01 de dez. de 2019.

base nesse consentimento. O GDPR, porém, estabelece que o consentimento seja “específico” e distinto / dado separadamente, para cada finalidade.⁵⁵

O alerta a ser gerado para as empresas de *e-commerce* no Brasil para a necessidade de adequação à LGPD se dá pelo fato de o negócio deste tipo de venda de varejo estar assentada no tratamento de dados pessoais e as multas por descumprimento serem bastante altas. A utilização das plataformas de vendas *online* por parte dos clientes demanda que os mesmos disponibilizem dados pessoais como endereço e dados bancários, e deixem claro suas preferências e gostos por meio dos seus dados de tráfego (em quais produtos clica, quais insere no carrinho, com quais simula compra ou quais efetivamente adquire), o que pode, no cruzamento dessas informações expor dados pessoais sensíveis do consumidor como suas preferências religiosas e políticas. Pode-se perceber que o *e-commerce* é um dos tipos de negócios que mais coleta dados pessoais por meios eletrônicos e deve se adequar à LGPD de forma rápida e segura.

⁵⁵ VAINZOF, Rony. **Proteção de dados> o que a sanção de 50 milhões de euros contra o Google nos ensina?** CIO, 26 de jan. de 2019. Disponível em:< <https://cio.com.br/rotecao-de-dados-o-que-a-sancao-de-e50-mi-contra-o-google-nos-ensina/>>. Acesso em: 01 de dez. de 2019.

5) Considerações Finais

Diante disso, pode-se considerar que a ponderação a ser feita em relação aos impactos da LGPD na atuação das plataformas de *e-commerce* do Brasil gira em torno dos seguintes pontos: (i) ferramentas de coleta de dados; (ii) tecnologia utilizada; (iii) as estratégias de marketing de vendas; (iv) o tratamento do *profiling*; (v) os custos de adequação; (vi) os valores de multas por descumprimento e; (vii) os ganhos de imagem.

Ao utilizar o fator “ganhos de imagem” para discorrer sobre as considerações finais da análise deste impacto pode-se alegar que as empresas que se adequam com sucesso à LGPD são aquelas que dispenderam valores e tempo em todo um projeto de adequação cujo o cerne é a segurança da informação. Consultorias especializadas tem sido buscadas para auxiliarem seus clientes nesta adequação e, Maldonado (2019) discorre na obra que coordena chamada LGPD – Manual de Implementação, as etapas de projetos de adequação de organizações à Lei, como o *Data Mapping*, que é o processo de mapeamento de campos de dados de um arquivo de origem para seus campos de destino relacionados, ou a identificação do fluxo dos dados pessoais em uma organização.⁵⁶

As empresas, independentemente do nicho de atuação, continuarão coletando dados, traçando perfis e comercializando informações pessoais após a vigência da LGPD pois vive-se um momento em que o *Big Data* é o ponto central da atuação do mercado e pelo fato de a lei buscar, inclusive, aqueles que tratam dados pessoais por meio de dez diferentes possibilidades jurídicas de justificar essa atividade (artigo 7º). O que deve ser ressaltado é que as atividades de tratamentos de dados pessoais devem ser comunicadas às pessoas físicas titulares de dados e protegidas por programas e *softwares* de criptografia e anonimização.

O fato é que a adequação ao que estabelece a lei deve ser vista como oportunidade de destaque no mercado. As organizações que se adaptam à LGPD demonstram uma prestação de serviço ou venda que vai ao encontro da segurança exigida pela referida lei para o uso dos dados dos seus clientes, o que configura estratégia de marketing tão ou mais poderosa as demais.

Mendes (2011) defende a proteção de dados quando conectados à esfera de uma pessoa. Bittar (2004), nesta linha de raciocínio, ressalta que o Direito visa proteger violações de todos os atributos, corpóreos e incorpóreos, que formam a projeção da pessoa humana. Diante disso, pode-se sugerir como novas pesquisas relacionadas ao tema um

⁵⁶ Fatima, Nida. **Understanding Data Mapping and Its Techniques**. Tradução: Própria. Astera, 10 de dez. de 2018. Disponível em: < <https://www.astera.com/type/blog/understanding-data-mapping-and-its-techniques/>>. Acesso em: 19 de nov de 2019.

assunto que permeia toda esta discussão: A dignidade da pessoa humana e os direitos fundamentais, uma vez que Dignidade da pessoa humana é um conjunto de princípios e valores que visam garantir que cada cidadão tenha seus direitos respeitados pelo Estado.⁵⁷ Os Direitos Fundamentais da Constituição Federal tratam de conjunto de dispositivos contidos na Magna Carta, destinados a estabelecer direitos, garantias e deveres aos cidadãos, normatizando as noções básicas e centrais que regulamentam a vida social, política e jurídica dos cidadãos que vivem no país ⁵⁸. Dentre os direitos individuais e coletivos, direitos básicos que garantem a igualdade a todos os cidadãos, descritos nos Direitos Fundamentais tem-se: a liberdade de crença em sua religião ⁵⁹, e os dados pessoais que expõe crenças religiosas por parte de cidadão específicos são considerados sensíveis, pela LGPD.

Pode-se notar que o que a LGPD prevê, em relação a proteção de dados pessoais, está entrelaçado com os direitos fundamentais do cidadão, já tido na Constituição Federal desde 1988, o que faz perceber que a LGPD é tema atual, para adequação à realidade tecnológica da vida brasileira de hoje, mas remete aos primórdios da defesa à dignidade do indivíduo na legislação brasileira.

⁵⁷ Lenzi, T. O que é dignidade da pessoa humana. Significados. Disponível em:< <https://www.significados.com.br/dignidade-da-pessoa-humana/>>. Acesso em: 01 de dez. de 2019.

⁵⁸ Oliveira, D.L. Os direitos fundamentais no ordenamento jurídico brasileiro. JUS, fev de 2019. Disponível em:< <https://jus.com.br/artigos/72567/os-direitos-fundamentais-no-ordenamento-juridico-brasileiro>>. Acesso em: 1 de dez. de 2019.

⁵⁹ Ibidem.

REFERÊNCIAS

AYALA, Eduardo. **Artigo – Pesquisa causal-comparativa ou ex-post-facto, por Eduardo Ayala**. APUSM, 11 de out de 2014. Disponível em:< <https://www.apusm.com.br/2014/10/artigo-pesquisa-causal-comparativa-ou-ex-post-facto-por-eduardo-ayala/>>. Acesso em: 19 de nov. de 2019.

B2W MARKETPLACE. **O que significa B2W? O universo além do B2W Marketplace**. Disponível em: <https://blog.b2wmarketplace.com.br/2018/03/26/o-que-significa-b2w/>. Acesso em: 04 de nov. de 2019.

B2W DIGITAL. Disponível em: <https://ri.b2w.digital/institucional/marcas>. Acesso em: 1 de nov. de 2019.

BIONI, B. R. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

BRAIMIS, Daiana. **Publicidade direcionada: o que é e como aplicá-la no e-commerce?** Blog E-goi, 29 de agosto de 2018. Disponível em:< <https://blog.e-goi.com/br/publicidade-direcionada-o-que-e-aplicar-ecommerce/>>. Acesso em: 02 de nov. de 2019.

BRASIL. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (2019)**. Capítulo I. Disponível em:< http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm>. Acesso em: 19 de nov. de 2019.

CAMARGO, T; JUVENAL, N. **Hipóteses para o tratamento de dados previstas na Lei Geral de Proteção de Dados**. Inglês Werneck Ramos Cury Françolin Advogados, 27 de nov de 2018. Disponível em:< <http://www.iwrcf.com.br/hipoteses-para-o-tratamento-de-dados-previstas-na-lei-geral-de-protacao-de-dados/>>. Acesso em:19 de nov. de 2019.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Trad. Maria Luiza X. de A. Gorges. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

_____. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Trad. Maria Luiza X. de A. Gorges. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CETIC. **TIC Domicílios**. Disponível em:< <https://cetic.br/pesquisa/domicilios/>>. Acesso em: 1 de dez. de 2019.

CETIC. **Cresce uso de Internet e redes sociais por microempresas no Brasil, aponta pesquisa do Cetic.br**. CETIC, 6 de jun. de 2018. Disponível em:< <https://www.cetic.br/noticia/cresce-uso-de-internet-e-redes-sociais-por-microempresas-no-brasil-aponta-pesquisa-do-cetic-br/>>. Acesso em: 1 de dez de 2019.

CHANG, Ran. **Alibaba Group: The Impact of GDPR on China's Enterprises**. Tradução: Própria. Spiegel, 16 de jan. de 2017. Disponível em: <http://spiegeler.com/alibaba-gdpr-china-privacy/>. Acesso em: 03 de nov. de 2019.

CHINA VISTOS. **ALIEXPRESS: a melhor plataforma para comprar online**. China Vistos, 2019. Disponível em:< <https://chinavistos.com.br/aliexpress/>>. Acesso em: 20 de nov. de 2019.

COBRA, M. **Administração de marketing no Brasil**. São Paulo: Cobra Editora e Marketing, 2005.

D' ANDREA E.; BATISTA, E.; JURICIC, M. **LGPD: o que muda na prática com a Lei 13.709/18**. PWC, 2019. Disponível em: <https://www.pwc.com.br/pt/sala-de-imprensa/artigos/lgpd-muda-pratica-plc-53.html>. Acesso em 3 de nov. de 2019.

DE LUCA, C., **Senado tenta mudar a LGPD para incluir a definição de decisão automatizada**. Disponível em: <<https://porta23.blogosfera.uol.com.br/2019/08/21/senado-tenta-mudar-a-lgpd-para-incluir-a-definicao-de-decisao-automatizada/>>. Acesso em: 01.de dez..2019.

DONEDA, D. **Da privacidade a proteção de dados**. Rio de Janeiro: Renovar, 2006.

E-BAY COMPANY. **GDPR**. Disponível em: <https://www.ebayinc.com/company/privacy-center/gdpr/>. Acesso em 02.11.19.

E-COMMERCE PLATFORMS. **O que é o eBay?** Disponível em: <https://ecommerceplatforms.com/pt/glossary/what-is-ebay>. Acesso em 02.11.19.

EQUIPE TOTVS. **Entenda o crescimento do e-commerce no Brasil nos últimos anos**. Totvs, 21 de out. de 2019. Disponível em: < <https://www.totvs.com/blog/e-commerce-no-brasil/>>. Acesso em: 18 de nov. de 2019.

GDPR. REGULATION (EU) 2016/679 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL. Tradução: própria. GDPR, 27 de abr de 2016. Disponível em: < <http://data.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>>. Acesso em: 19 de nov. de 2019. Acesso em: 18 de nov. de 2019.

FATIMA, Nida. **Understanding Data Mapping and Its Techniques**. Tradução: Própria. Astera, 10 de dez. de 2018. Disponível em: < <https://www.astera.com/type/blog/understanding-data-mapping-and-its-techniques/>>. Acesso em: 19 de nov de 2019.

FIGUEIREDO, S. **Marketing Direto: o que é e como utilizá-lo em seu negócio**. RockContent, 16 de fev. de 2018, Disponível em: < <https://rockcontent.com/blog/marketing-direto/>>. Acesso em: 1 de dez. de 2019.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas, 2002.

GONÇALVES, P. S. **Administração de materiais**. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

ISCHIARA, Michele. **Quais as semelhanças e diferenças entre a LGPD do Brasil e a GDPR da EU?** CIO, 8 de jul. de 2019. Disponível em: <https://cio.com.br/quais-as-semelhancas-e-diferencas-entre-a-lgpd-do-brasil-e-gdpr-da-ue/>. Acesso em: 20 de nov. de 2019.

LAVADO, Thiago. **Uso da internet no Brasil cresce, e 70% da população está conectada**. G1, 28 de ago. de 2019. Disponível em: < <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2019/08/28/uso-da-internet-no-brasil-cresce-e-70percent-da-populacao-esta-conectada.ghtml>>. Acesso em: 1 de dez. de 2019.

LENZI, T. O que é dignidade da pessoa humana. Significados. Disponível em:<<https://www.significados.com.br/dignidade-da-pessoa-humana/>>. Acesso em: 01 de dez. de 2019.

LGPD - Lei Geral de Proteção de Dados. Federação das Indústrias do Estado de São Paulo. Disponível em:<<https://www.fiesp.com.br/arquivo-download>>. Acesso em: 02.de nov. de 2019.

MACHADO, J. M. D., SANTOS, M. C. , PARANHOS, M. C. O.. **LGPD E GDPR: UMA ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE AS LEGISLAÇÕES.** Pinheiro Neto Advogados, 13 de set. de 2018. Disponível em: <<http://www.pinheironeto.com.br/publicacoes/lgpd-e-gdpr-uma-analise-comparativa-entre-as-legislacoes>>. Acesso em: 1 de dez. de 2019.

MALDONADO, Viviane Nóbrega; BLUM, Renato Opice. **LGPD – Lei geral de proteção de dados: comentada.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

MATTOS FILHO. **Guia para a Lei Geral de Proteção de Dados.** Legis Compliance, ago de 2019. Disponível em:<https://www.legiscompliance.com.br/images/pdf/cartilha_lgpd_mattosfilho.pdf>. Acesso em: 20 de out. de 2019.

MENDES, Laura Schertel. **O direito fundamental à proteção de dados pessoais. Revista de Direito do Consumidor**, ano 20, v. 79. Jul-set. 2011. p. 75.

MONTEIRO., J.. **B2W inicia primeira fase de plano de Big Data para entender comportamento do consumidores.** IPNews, 11 de out. de 2019. Disponível em: <https://ipnews.com.br/b2w-inicia-primeira-fase-de-plano-de-big-data-para-entender-comportamento-do-consumidores/>. Acesso em: 29.de out. de 2019.

OLIVEIRA, D.L. **Os direitos fundamentais no ordenamento jurídico brasileiro.** JUS, fev de 2019. Disponível em:< <https://jus.com.br/artigos/72567/os-direitos-fundamentais-no-ordenamento-juridico-brasileiro>>. Acesso em: 1 de dez. de 2019.

OLIVEIRA, J. S., **Google é multado em 50 milhões de euros na França por violação ao GDPR.** Jota, 24 de jan. de 2019. Disponível em:<https://www.jota.info/paywall?redirect_to=//www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/google-e-multado-em-50-milhoes-de-euros-na-franca-por-violacao-ao-gdpr-24012019>. Acesso em: 01 de dez. de 2019.

PENSANDO O DIREITO. **Dados pessoais, dados anônimos e dados sensíveis – arts. 5º, 12 e 13.** Disponível em:< <http://pensando.mj.gov.br/dadospessoais/eixo-de-debate/dados-pessoais-dados-anonimos-e-dados-sensiveis/>>. Acesso em: 1 de dez. de 2019.

REDAÇÃO E-COMMERCE BRASIL. **Compra online é preferência de 74% dos consumidores brasileiros.**E-commerce Brasil. , 15 de mar. de 2019. Disponível em:<<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/compra-online-preferencia-de-consumidores-brasileiros/>>. Acesso em: 1 de dez. de 2019.

_____. **Balancos da Black Friday mostram crescimento de até 24% no e-commerce.** E-commerce Brasil, 29 de nov. de 2018. Disponível em:<<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/balancos-black-friday-crescimento-e-commerce/>>. Acesso em: 1 de dez. de 2019.

PEZZOTTI, Renato. **Brasil tem cerca de 930 mil sites de e-commerce, aponta estudo.** Uol, 4 de jul de 2019. em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2019/07/04/e-commerce-cresce-375-no-brasil-lojas-online-ja-sao-quase-1-milhao>. Acesso em: 02 de nov. de 2019.

SANTOS, M. C. C; ARAUJO, M. **Tribunal do futuro e o futuro dos tribunais.** Curitiba: Appris 2017.

SCHNEIDER, Amanda. **E-commerce crescerá 15% em 2019, aponta Ebit Nielsen.** Meio Mensagem, 21 de fev. de 2019. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2019/02/21/e-commerce-crescera-15-em-2019-aponta-ebit-nielsen.html>. Acesso em: 03 de nov. de 2019.

SILVA, Z. C. **Dicionário de marketing e propaganda.** Goiânia: Ed. Referencia, 2000.

STRAUSS, A.; CORBIN, J. **Basics of qualitative research techniques and procedures for developing grounded theory.** United States: Sage Publications, 1998.

Sympla. **Meetup Big Data & Analytics - B2W Digital. Sobre o Organizador.** Disponível em <https://www.sympla.com.br/meetup-big-data--analytics---b2w-digital__726813>. Acesso em: 12 de dez. de 2019.

THOMSON REUTERS. **Lei Geral de Proteção de Dados: impactos e mudanças no uso e na coleta de dados pessoais.** Reuters, 2018. Disponível em: <<https://www.thomsonreuters.com.br/content/dam/openweb/documents/pdf/Brazil/white-paper/thomson-reuters-legal-whitepaper-lei-geral-de-protacao-de-dados.pdf>>. Acesso em: 20 de out de 2019.

UOL. **Black Friday: compras online na madrugada têm aumento de 69% sobre 2018.** Economia UOL, 29 de nov. de 2019. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2019/11/29/vendas-das-primeiras-7-horas-de-black-friday-tem-aumento-de-69-sobre-2018>>. Acesso em: 1 de dez. de 2019.

VAINZOF, R. In: MALDONADO, Viviane Nóbrega; BLUM, Renato Opice. (Org.) **LGPD – Lei geral de proteção de dados: comentada.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

VALENTE, Jonas. **Lei de Proteção de dados traz desafios a empresas, cidadãos e governo.** Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-08/lei-de-protacao-de-dados-traz-desafios-empresas-cidadaos-e-governo>>. Acesso em: 19 de out. de 2019.

VAINZOF, Rony. **Proteção de dados> o que a sanção de 50 milhões de euros contra o Google nos ensina?** CIO, 26 de jan. de 2019. Disponível em: <<https://cio.com.br/protacao-de-dados-o-que-a-sancao-de-e50-mi-contra-o-google-nos-ensina/>>. Acesso em: 01 de dez. de 2019.