

PROJETO DE PÓS-DOCTORADO JÚNIOR

Título do Projeto

O desenvolvimento do comércio eletrônico e os novos desafios para a proteção do consumidor no paradigma digital

Identificação da Proposta

Bolsa de Pós-Doutorado Júnior – CNPq.

Início da vigência: A partir de março de 2018, conforme calendário do CNPq

Proponente – Supervisor

Prof. Dr. Marcos Wachowicz

Professor de Direito no Curso de Graduação da Universidade Federal do Paraná - UFPR
Docente no Programa de Pós-Graduação-PPGD da Universidade Federal do Paraná - UFPR

Bolsista Produtividade em Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico da Fundação Aucária

Coordenador-líder do Grupo de Estudos em Direito Autoral e Industrial - GEDAI / UFPR
vinculado ao CNPq.

Candidata à Bolsa

Letícia Canut.

Doutora em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), com estágio de doutoramento na Escola Nacional de Saúde Pública da Universidade Nova de Lisboa(Portugal), pelo PDSE da CAPES.

Mestre em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Professora do curso de graduação em direito do Centro Universitário Estácio de Sá – São José/SC

Dados da Instituição

Faculdade de Direito da Universidade Federal do Paraná

Programa de Pós-graduação em Direito (PPGD)

Universidade Federal do Paraná – UFPR

Praça Santos Andrade, 50, 3º andar – centro

CEP – 80020-300 - Curitiba-PR-Brasil

Home page:

<http://www.ppgd.ufpr.br/portal/>

Base Legal

RN 028/2015 do CNPq (ANEXO VI)

Observa-se que o supervisor, a candidata e a Instituição preenchem todos os requisitos previstos no item 2 (Requisitos e condições) da referida norma, tendo o programa conceito 6 da CAPES.

Sumário

1 Introdução e Justificativa da Pesquisa.....	p. 3
2 Problema, Hipótese e Objetivos da Pesquisa.....	p. 3
3 Metodologia.....	p. 4
4 Resultados Esperados. Estimativa de Aplicabilidade do Projeto.....	p. 4
5 Orçamento e Cronograma da Pesquisa.....	p. 5
6 Revisão bibliográfica.....	p. 6
7 Bibliografia de Referência.....	p.24

1 Introdução e Justificativa da Pesquisa

Durante o programa de mestrado a candidata se dedicou à pesquisa do tema proteção do consumidor no comércio eletrônico, tendo apresentado, em março de 2005, sua dissertação sob o título “Proteção do consumidor no comércio eletrônico: uma questão de inteligência coletiva que ultrapassa o direito tradicional”. Em 2007 esse trabalho foi publicado pela Editora Juruá. No entanto, em 2008, a pesquisadora iniciou seu doutorado com o redirecionamento de suas pesquisas para a área do direito sanitário.

Assim se passaram mais de 12 anos desde a apresentação final da dissertação da pesquisadora. Um período marcado pelo crescimento dos números do e-commerce no Brasil e no mundo mas, também, pela manutenção da desconfiança do consumidor em relação às diversas questões e riscos provenientes da contratação eletrônica. O que é, ainda, um dos grandes entraves para o desenvolvimento do *e-commerce*, como vem sendo noticiado com frequência. Esse cenário evidencia a atualidade e relevância de pesquisas sobre a *proteção do consumidor no comércio eletrônico* nos dias atuais, tema que envolve, ao mesmo tempo, a possibilidade de desenvolvimento de atividade econômica típica do novo paradigma e a busca de novas estratégias de proteção do consumidor eletrônico.

Esse quadro, somado ao fenômeno que vem sendo denominado de Internet das Coisas e as recentes atualizações de documentos internacionais sobre o tema, especialmente no âmbito do direito negocial - nos anos de 2016 e 2017- e no âmbito do direito estatal brasileiro - especialmente nos anos de 2012, 2013 e 2014- motivou a pesquisadora a retomar as pesquisas sobre o tema *proteção do consumidor no comércio eletrônico*, com o intuito de verificar se e em que medida com o desenvolvimento do comércio eletrônico surgiram novos desafios e riscos proteção do consumidor eletrônico e em que medida surgiram novas iniciativas estratégias de proteção destes sujeitos.

Desta forma, a investigação proposta no presente projeto possibilitará a consolidação e atualização dos conhecimentos na área de pesquisa ora citada, tratando-se de estudo de grande relevância teórica com reflexos práticos e transfronteiriços, como o próprio objeto analisado. Coadunando-se ainda, com as recentes preocupações do Ministério da Ciência e Tecnologia no sentido de pesquisar sobre tema relacionado à Internet das Coisas.

2. Problema, Hipótese e Objetivos da Pesquisa

2.1 Problema de pesquisa

Em que medida o comércio eletrônico tem apresentado novos riscos e desafios para a proteção do consumidor eletrônico?

2.2 Hipóteses da Pesquisa

Diante dos avanços, especialmente, na área de tecnologia da informação e comunicação, houve um grande desenvolvimento do comércio eletrônico, que passou a se (re)configurar e a apresentar novas formas de se comercializar como economia compartilhada, compras coletivas, *mobile commerce*, contratações no contexto da Internet das coisas, dentre outros. Um quadro inovador que inaugura, também, novos riscos e desafios para a proteção do consumidor eletrônico.

2.3 Objetivos da Pesquisa

2.3.1 Objetivo geral da Pesquisa

Identificar os novos desafios e riscos para a proteção do consumidor no comércio eletrônico nos dias atuais e verificar as estratégias apresentadas pelo direito nacional de base estatal e pelo direito internacional negocial para lidar com esses riscos e desafios.

2.3.1 Objetivos específicos da Pesquisa

- Apresentar as características atuais do paradigma digital, no qual se desenvolvem as relações de consumo eletrônicas, e (re)ver conceitos, classificações e categorias diante das inovações do *e-commerce*.
- Averiguar os riscos e desafios que as novas práticas possibilitadas pelo desenvolvimento do comércio eletrônico têm apresentado para a proteção do consumidor no comércio eletrônico
- Identificar as novas estratégias e iniciativas do direito estatal nacional para lidar com os desafios e riscos apresentados para a proteção do consumidor no comércio eletrônico
- Identificar as novas estratégias e iniciativas do direito negocial internacional para lidar com os desafios e riscos apresentados para a proteção do consumidor no comércio eletrônico.
- Examinar até que ponto as novas iniciativas do direito estatal brasileiro inovam em relação à proteção do consumidor no comércio eletrônico.

3. Metodologia

Será utilizado o método hipotético-dedutivo e como método auxiliar o comparativo. Trata-se de pesquisa qualitativa, de base bibliográfica e documental, de cunho descritivo.

4. Resultados Esperados. Estimativas de Aplicabilidade do Projeto

Por meio das identificações, análises e reflexões elaboradas na pesquisa - que apresentará um quadro atualizado sobre o tema proteção de defesa do consumidor no comércio eletrônico, sob a perspectiva das características e elementos do paradigma digital – pretende-se contribuir para os debates acerca das estratégias de proteção do direito do consumidor diante dos novos riscos criados pelo desenvolvimento do *e-commerce*, de modo a permitir uma discussão multidisciplinar que ultrapasse os limites do jurídico tradicional, explore as potencialidades do direito de fonte negocial e que siga pela lógica algorítmica que vem ganhando espaço.

Assim, espera-se que a pesquisa, sob uma perspectiva teórica, viabilize: a apresentação de um quadro atualizado sobre os riscos e iniciativas de proteção dos consumidores no comércio eletrônico; o exame acerca do(s) avanço(s) da temática nos últimos 12 anos; a reflexão sobre a adequação e suficiência da configuração jurídico-política tradicional para lidar com a proteção do consumidor eletrônico.

No âmbito da *práxis*, esperar-se que a pesquisa: identifique estratégias do direito tradicional e do direito negocial capazes de garantir proteção ao consumidor eletrônico; colabore para a harmonia e cooperação entre os direitos de fonte estatal e negocial; colabore para que o direito passe a lidar com características próprias do paradigma digital.

5. Orçamento e Cronograma da Pesquisa

Origem dos recursos: será submetida proposta de Pós-Doutorado Júnior ao CNPq nas datas estabelecidas.

Recursos solicitados: Bolsa de Pós-Doutorado Júnior mensal.

Tendo em vista as características da pesquisa, os objetivos e os resultados esperados, pretende-se desenvolver a primeira etapa do projeto – a identificação dos novos riscos e desafios - em um prazo de 12 (doze) meses, com previsão de prorrogação por mais 12 (doze) meses para que seja possível desenvolver e concluir a segunda etapa da pesquisa – com a indicação das iniciativas e estratégias do direito nacional estatal e do direito negocial internacional para lidar com os novos desafios para a proteção do consumidor eletrônico

As atividades de pesquisa serão desenvolvidas de acordo com o seguinte cronograma:

Atividades	2017		2018	
	2017/1	2017/2	2018/1	2018/2
Levantamento bibliográfico	X	X		
Atualização levantamento bibliográfico			X	
Desenvolvimento da primeira etapa do Trabalho	X	X		
Parte final e Conclusão primeira etapa do Trabalho		X		
Participação nas atividades e eventos do PPGD e Grupo de pesquisa sob coordenação do professor orientador	X	X	X	X

Desenvolvimento da segunda etapa do Trabalho		X	X	X
Primeiro relatório de atividades		X		
Parte final e Conclusão segunda etapa do Trabalho				X
Reuniões com orientador e grupo de pesquisa	X	X	X	X
Participação em eventos acadêmicos	X	X	X	X
Relatório final de atividades				X

6. Revisão bibliográfica

O paradigma digital (CANUT, 2007, p. 39-56), por vezes denominado de sociedade informacional (CASTELLS, 1999 a, p. 46; WACHOWICZ, 2012;2006 b; 2002) ou espaço do saber (LÉVY,1998), possibilitado pela difusão e convergência das tecnologias da informação no contexto da década de 70 do século XX, transformou e ainda está a transformar radicalmente a sociedade em todos os seus aspectos: político, social, cultural, jurídico, econômico etc. Um panorama configurado pela soma de diversos fatores que, de uma forma ou de outra, se relacionam àquelas novas tecnologias e apresentam desafios para institutos e elementos centrais da modernidade, que passam a enfrentar processos de crise.

Verificam-se diversas transformações, como, por exemplo, na noção de tempo e espaço – espaço de fluxos e tempo intemporal – (CASTELLS, 1999a , p. 398) que afeta noções relativas à produtividade e controle do trabalho, às fronteiras e ao poder estatal, com a sua relativização diante do surgimento de outros centros de poder; a crise de legitimidade do direito de base estatal e sua convivência com o pluralismo jurídico; a retomada da complexidade, extirpada pela cientificidade e simplificação modernas (MORIN,1998) ; novos tratamentos para a tradicional propriedade privada moderna que, sob uma das novas perspectivas de sua abordagem está sendo substituída rapidamente pelo acesso(RIFKIN, 2001, p. 4); a centralidade da informação já que, nesse paradigma, sua geração, o seu processamento e, também, a sua transmissão, consistem nas fontes fundamentais de produtividade e poder, apresentando um novo modo de desenvolvimento, o informacionalismo¹. (CASTELLS, 1999a, p. 46, 35, 78; 32-33);

¹Para RIFKING, o que está acontecendo é “*uma mudança a longo prazo da produção industrial para a produção cultural*”. (2001, p. 6)

mudanças na cultura de massas, com reflexos na cultura de consumo (ALBERTIN, 2002, p. 82, 142), da comunicação, da mídia; novas formas de sociabilidade e comercialização.

Estas e várias outras novidades e oportunidades são proporcionadas, especialmente, pela inauguração de um novo espaço de comunicação, o ciberespaço, marcado menos pelos suportes de informação que pelos modos de criação originais, de relação social e mesmo de navegação no conhecimento que proporciona (LÉVY, 1998, p.4). O ciberespaço apresenta como elementos essenciais a internet, a cibercultura e a inteligência coletiva (CANUT, 2007, p.52-76; LÉVY, 1998; LÉVY, 1999; LÉVY, 2003, p.51) e é nele que se desenvolve o comércio eletrônico (WACHOWICZ, 2006 a).

Esse panorama e as novidades advindas do comércio eletrônico para a proteção dos consumidores foram apresentados na dissertação “Proteção no consumidor no comércio eletrônico: uma questão de inteligência coletiva que ultrapassa o direito tradicional”, defendida e aprovada, no ano de 2005, tendo sido publicada pela editora Juruá no ano de 2007.

Nesse trabalho, após analisarem-se o surgimento, contexto, características e elementos do novo paradigma, observaram-se os pressupostos históricos do direito do consumidor, destacando o papel do modelo de Estado social e da intervenção estatal para a tutela desse direito. Examinou-se o direito do consumidor no Brasil, oportunidade em que foi apresentado o Código de Defesa dos Consumidores – CDC, tendo-se optado por não se debruçar sobre as questões conceituais acerca de relação de consumo e seus elementos. Sob uma abordagem genérica apresentaram-se os seus princípios e direitos expressos naquele Código.

Alguns assuntos tratados no CDC foram objeto de exame: Práticas Comerciais: Oferta, Publicidade e Práticas Abusivas; Informação e Educação; Responsabilidade dos Participantes da Cadeia de Fornecimento; Arquivos de Consumo e Privacidade; Contratos de Adesão e Cláusulas Abusivas e Direito de Arrependimento. (CANUT, 2007, p.102-114). Foi apresentado, também, o quadro internacional de proteção do consumidor - com base no direito internacional privado e processual civil internacional - tendo sido explicada a configuração dos contratos de consumo internacionais, de modo a identificar que, “no âmbito internacional, assim como no CDC, adota-se o conceito de consumidor sob seu aspecto econômico², ou seja, considerando-o um destinatário final (FILOMENO, 2001, p. 27). Foram destacados os pontos comuns da definição de consumidor: o elemento subjetivo, isto é, a pessoa que atua como consumidor; o elemento objetivo, que consiste nos bens ou serviços, e o elemento teleológico, que se caracteriza pela destinação desses bens ou serviços ao uso pessoal ou privado dos consumidores. (ALMEIDA, 1982, p. 206-217)” (CANUT, 2007, p. 121).

Foram observadas as regras do direito Internacional privado de caráter material e processual que envolvem debates sobre o direito material a ser aplicado às relações de consumo internacional e ao foro competente para solução de tais conflitos. Ao final teceram-se breves críticas à aplicação das normas de direito internacional tradicional para a proteção do consumidor (CANUT, 2007, p. 116-131).

Traçado esse quadro, passou-se a examinar a configuração dos contratos de consumo eletrônico e a aplicação do CDC aos mesmos. Teceram-se considerações sobre o comércio eletrônico e despendeu-se um esforço conceitual acerca do fenômeno (KAKU, 2004, p.84; MARTINS, MACEDO, 2002, p.9; DELPUPO, 2004, p.326;

²Procurou-se abstrair deste conceito os aspectos sociológico, psicológico, literário e filosófico. (FILOMENO, 2001, p. 26-27)

ZANELATO, RDC, n. 44, p.212; CANUT, 2007, p. 134-135) que, na sequência, foi classificado como o comércio eletrônico direto e indireto (PEREIRA, *apud* OLIVO, 2004, p. 61), tendo-se destacado suas categorias mais importantes: o B2B (*business to business*), que consiste na contratação empresa-empresa e o B2C (*business to consumer*) que é a contratação entre empresa e consumidor e o B2G (*business to Government*), que é a relação empresa-governo, donde se destacou aquela que foi objeto do estudo, o B2C. Além disso, definiu-se o termo contrato eletrônico, com atenção àquele realizado por intermédio da internet. (CANUT, 2007, p. 136,137)

Após ressaltar que nas relações B2C a vulnerabilidade do consumidor se vê agravada (LORENZETTI, 2004, P.363-365; MARQUES; CANUT, p. 137) classificaram-se esses contratos em três categorias: interpessoais, as interativas e as intersistêmicas (SANTOS, ROSSI, 200, p. 111-112) e optou-se pela análise das contratações interativas tendo em vista serem estas, naquele momento, as predominantes. (CANUT, 2007, p. 138-139). Estas relações são identificadas, também, sob a denominação de “*clickwrap* (FINKELSTEIN, 2003, p. 229), contratos por um clique, ou ainda *click-through agreements* (WIELEWICKI, 2001, p. 207)” e consistem em contratos de adesão (SANTOS, ROSSI, 2000, p. 111; WIELEWICKI, 2001, p. 207). (CANUT, 2007, p.139). Observou-se, diante de todas as conceituações e classificações, tratar-se da velha forma de contratar que passa a ser efetuada em um novo meio, o eletrônico (MARQUES, RDC 41, p. 45; CANUT, 2007, p.140) que cria grandes problemas de insegurança (ASCENSÃO, 2002, p. 95)

Ao abordar a questão da validade da declaração de vontade manifestada no contrato eletrônico, observou-se a aplicação do Código Civil em relação à liberdade da forma para manifestar a declaração de vontade, aos requisitos de objeto lícito possível ou determinável, e à capacidade das partes. Em relação a este último tema, mencionou-se que a capacidade e legitimidade das partes quando da contratação no ciberespaço envolvem novos desafios (BARBAGALHO, 2001,p.40), donde se tem o constante desenvolvimento de tecnologias voltadas para solucionar questões desse tipo como as certificações e assinaturas digitais (CANUT, 2007, p. 141-142).

Na mesma oportunidade destacou-se que alguns autores, como FINKELSTEIN e LORENZETTI (2004,p.84-90), acreditam existir princípios a serem aplicados no mundo virtual, seriam eles: “a liberdade de expressão; a liberdade de comércio; o princípio da não-discriminação do meio digital; o princípio da proteção; a proteção da privacidade; a liberdade de informação e de autodeterminação; o caráter internacional”. (LORENZETTI, *apud* CANUT, 2007, p.142). Considerou-se que todos esses princípios, a exceção do caráter internacional, já existem como norteadores das práticas sociais rotineiras e que o caráter internacional se identifica mais com uma característica do próprio ciberespaço do que com um princípio.

Tendo em vista a variedade de assuntos que envolvem a proteção do consumidor no e-commerce, optou-se por não analisar a questão dos leilões virtuais, acidentes de consumo, ações coletivas etc. Dedicou-se à análise dos limites que o comércio eletrônico impõe ao direito do consumidor de base estatal, o direito tradicional. Esclareceu-se que no novo paradigma o modelo de estado social, interventor, sofre grandes transformações em virtude não só das tecnologias mas também das políticas de caráter neoliberal e desreguladoras. Apresentou-se um cenário em que o Estado-nação perde parcela da sua legitimidade e passa a atuar num cenário de “soberania compartilhada” como um nó privilegiado de poder numa rede complexa e global de relações e instituições, como, por exemplo, União Europeia, ALCA, Mercosul, OTAN. (CASTELLS, 1999b, 417; 401;

287;423; OLIVO, 2004, p.140, 142;128; 135; KAMINSKI, 2002, p. 142; CANUT,2007, p.143-146). Além disso, na era digital, não há fronteiras físicas, que são tradicionais bases de defesa da regulamentação do Estado (CASTELLS, 1999b, p.298-299).

Nesse contexto, o direito do consumidor, de base estatal e tipicamente intervencionista passa a enfrentar grandes e novos desafios (BOLSON, 1999, p. 64; CANUT, 2007, p. 147,148) e passa-se a falar da superação do monismo jurídico para pluralismo jurídico. Um contexto em que o direito do consumidor tradicional, de base estatal, passa a conviver com a pluralidade de regulamentações, válidas, mesmo sem a intervenção estatal (OLIVO, 2004, p. 59,60; PECK, 2002, p. 26; 41; CANUT, 2007, p. 149,150; LEMOS, 2001, p.146), donde se tem a convivência de dois tipo de direito: o estatal e o negocial (OLIVO, 2004, p. 590).

Ao examinar os limites do direito tradicional - tanto nacional quanto internacional - para proteção do consumidor eletrônico, destacaram-se, dentre outros aspectos, a intensificação da atuação do consumidor internacional e a inadequação das normas tradicionais de direito internacional privado material e processual – sejam regionais ou internacionais- para garantirem a proteção do consumidor eletrônico no ciberespaço, que tem caráter transfronteiriço (WEHNER, RDC 38; ZACLIS, 2002,p.193; MORENO, 2002, p. 280; SANTOS, ROSSI, 2000, p.128; OLIVO, 2004, p. 121,60). Fez-se referência a uma proposta ambiciosa de se alcançar um tipo de regulamentação material especial de aceitação geral (WEHNER, RDC 38; FARIAS, 2002, p. 133) (CANUT, 2007, p. 153-163).

Foi elaborado um exame mais detido acerca da aplicação do CDC às relações de consumo no âmbito do comércio eletrônico, iniciando-se com considerações acerca da incidência do CDC no contexto do e-commerce. Destacaram-se posicionamentos acerca da tendência ou mesmo necessidade de reforçar tal proteção por meio de medidas adicionais a serem aplicadas aos contratos eletrônicos e, mesmo, da revisão das normas do CDC para adaptá-las às novidades do comércio eletrônico (SANTOS, ROSSI, 200, p.119; DE LUCCA, 2003a, p.116; DE LUCCA, 2003b, p.439; MARQUES, 2004, P. 152,154; 35;289).

Chamou-se atenção para o cuidado a ser tomado diante da criação de leis específicas no sentido de que, em sendo concebidas, devem ter caráter aberto para que seja possível sua adequação às inovações tecnológicas e/ou às novas configurações que estas possibilitam e devem ter em conta a questão da globalidade do comércio eletrônico, que exige um acompanhamento das tendências internacionais, que apontam cada vez mais para um direito negocial (CANUT, 2007, p. 166,167).

Foram destacados alguns desafios e iniciativas do direito tradicional, de base estatal para a proteção do consumidor no comércio eletrônico. Tendo em vista a impossibilidade de abordar todos os assuntos relacionados ao tema, delimitou-se a análise às práticas comerciais: publicidade e as práticas enganosas e abusivas; informação e educação e privacidade. Temas que já haviam sido abordados sob a perspectiva do CDC.

Acerca das práticas comerciais: publicidade e as práticas enganosas e abusivas, destacaram-se várias novidades advindas do *e-commerce*, como os *banner* eletrônicos; o *spam*, o risco de, com ele, serem enviados vírus e programas espiões e o custo que geram para o usuário em termos de permanência na rede; os *pop ups* – que atrapalham a navegação na rede; os *metatags* - muitas vezes utilizados para, enganosamente, atrair consumidores ; e os *cybersquatting*, que induzem o consumidor a erro. (CANUT, 2007, p. 169; FINKELSTEIN, 2003, p.267;149;268; ASCENSÃO, 2000, o. 142; 140;

RIBEIRO 2003, p.167; LORENZETTI, 2004, p.392) Observou-se que elas podem se configurar como publicidade e mesmo prática enganosa ou abusiva.

Apesar de haver iniciativas do direito tradicional, estatal – especialmente de base nacional e regional – para tratar de tais temas, o trabalho teve como foco as iniciativas voltadas a impedir e controlar a prática do *spam*. (CANUT, 2007, p.170). Além de terem sido destacados os dispositivos do CDC aplicáveis, apontaram-se situações que não foram previstas por este Instituto que, mesmo diante de seu caráter aberto e principiológico, não é capaz de abarcar algumas das novidades. No Brasil destacaram-se: Projeto de Lei 6.210/02; Projeto de Lei 2.601/00; Projeto de Lei 4.562/04 e o Parecer da Professora Cláudia Lima Marques sobre o tema (AGÊNCIA CÂMARA, 2005; MARQUES 2004; CANUT, 2007, p. 170,171). Nos Estados Unidos, no âmbito Federal, observa-se o “The Can-Spam act” de 2003. No âmbito regional mencionaram-se, tendo em vista a União Européia: a Diretiva 97/7/CE; Diretiva 2000/31/CE e Diretiva 2002/58/CE. (CANUT, 2007, p. 172,173; RIBEIRO, 2003, p 162-164)

No que diz respeito ao tema da informação e educação no comércio eletrônico e aos desafios impostos ao direito tradicional, destacou-se que apesar de nesse paradigma a vulnerabilidade do consumidor se ver intensificada em relação às informações, destacou-se que, por vezes, o paradigma digital pode munir o consumidor de mais informações sobre o produto e os serviços por meio de pesquisas na própria rede, viabilizando, em alguns casos, mais informações que um vendedor em um ambiente físico poderia oferecer. (CANUT, 2007, p. 174,175). Essa temática envolve a necessidade de informações claras e precisas sobre o próprio fornecedor, seus produtos ou serviços, formas de entrega e pagamento que influenciam diretamente no consentimento esclarecido do consumidor para efetuar a contratação. Além disso, destacou-se a importância da informação e da educação do consumidor para que seja possibilitada a auto-proteção. Após destacar os dispositivos do CDC aplicáveis ao tema, destacaram-se algumas iniciativas do direito tradicional: no âmbito brasileiro, o Projeto de Lei 4.906/0; no âmbito da União Européia destacaram-se a Diretiva 97/7/CE e a Diretiva 2000/31/CE. (CANUT, 2007, p. 173-178)

Sobre a privacidade e a proteção do consumidor eletrônico, além de recordar tratar-se de direito constitucional fundamental, examinou-se a facilidade de captação de dados desses sujeitos no paradigma digital e o risco gerado em relação à violação da sua privacidade. Mencionaram-se o papel dos *cookies*, *spywers* e *crackers* nesse cenário e a coleta de dados capazes de traçar o perfil de preferências do consumidor. Destacou-se que tal coleta pode assumir duas facetas: uma explícita mediante o preenchimento de cadastros e formulários e outra implícita, coletada por *cookies* e espões- programas ou pessoas.

Ressaltou-se que o tema apresenta grandes inseguranças para atuação do consumidor no *e-commerce*, em qualquer nível em que ele se encontre. Isso porque o valor que a informação assume na economia da era digital faz com que questões relativas não só a captação de informações do consumidor sejam relevantes, mas também e especialmente, envolve temas como a cessão dos dados coletados a terceiros.

Destacaram-se as normas constitucionais e do CDC aplicáveis para proteção da privacidade, a Portaria n.5 da secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça, de 2002, que amplia o rol de práticas abusivas do art. 51 do CDC e as diversas iniciativas no âmbito nacional para tentar resolver a problemática: Projeto de Lei 4.906/01; Projeto de Lei 3.494/00; Projeto de Lei 2.601/00; Projeto de Lei 3.660/00; Projeto de Lei 6.541/2002 e a proposta da professora Cláudia Lima Marques para alteração do CDC. No

âmbito da União Européia evidenciaram-se a Diretiva 2002/58/CE e a Portaria 95/46/EC, que entrou em vigor em 1998. Nos Estados Unidos destacou-se o documento CPA – *Electronic Communications Privacy Act*, – *Ato de Privacidade nas Comunicações Eletrônicas*.

Após a constatação e análise dos limites do direito tradicional para lidar, sozinho, com a proteção do consumidor no comércio eletrônico, e tendo em vista a já mencionada necessidade de harmonização entre o direito de fonte estatal – nacional, regional e internacional – e o direito negocial, de forma a admitir uma pluralidade de regulamentações, dedicou-se a explicar em que consiste esse direito e suas características. Como direito de fonte negocial foram examinados: a auto-regulamentação; a as Leis-modelo; a *Lex electronic* e os ADRs (*alternative Dispute Resolutions*). Tendo em vista que o direito estudado envolve novos sujeitos, que negociam e discutem sua elaboração, foi necessário identificá-los e mencionar algumas de suas iniciativas para a proteção do consumidor no comércio eletrônico.

Foram identificados: A AGB – *Alliance for Global Business* (Aliança para Negócios Globais) e seu documento denominado: “*A Global Action Plan for Electronic Commerce: Prepared by Business with recommendations for Governments*” (Um Plano de Ação Global para o Comércio Eletrônico: preparado por Comerciantes com recomendações para Governos); A GIIC – *Global Information Infrastructure Commission* (Comissão de Infra-estrutura da Informação Global), que é um dos membros da AGB, e seu documento “*Consumer Protection in Electronic Commerce: An Overview of Current Initiatives*”³ (Proteção do Consumidor no Comércio Eletrônico: um Panorama Geral das Iniciativas Correntes); A OECD – *Organization for Economic Cooperation and Development* (Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico – OCDE) e suas *Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce* (Diretrizes para a Proteção do Consumidor no Contexto do Comércio Eletrônico), que constitui uma Lei Modelo, de 1998; O GBDe – *Global Business Dialog on Electronic Commerce* (Diálogo Global sobre Negócios no Comércio Eletrônico), que é um fórum para liderança empresarial relativa à internet e que *visa incentivar um ambiente voltado ao mercado para o desenvolvimento futuro do comércio eletrônico global*”; A CI – *Consumers International* (Consumidores Internacionais), que participou da elaboração das Diretrizes da OCDE para a proteção do consumidor no comércio eletrônico; O CPT – *Consumer Project on Technology* (Projeto do Consumidor sobre Tecnologia) , sendo que os seus membros propuseram a criação de uma nova Organização Mundial de Proteção do Consumidor (*World Consumer Protection Organization – WCPO*); O TACD – *Trans Atlantic Consumer Dialog* (Diálogo de Consumo Transatlântico) que, em 1999, publicou suas recomendações para a proteção do consumidor no comércio eletrônico; A FTC – *Federal Trade Commission* (Comissão Federal de Comércio dos Estados Unidos) que chama atenção para uma convergência internacional das leis de proteção do consumidor e o desenvolvimento de ADRs e a A APEC – *Asia Pacific Economic Cooperation* (Cooperação Econômica Ásia-Pacífico), que elaborou em 1998 o “*Blueprint for Action on Electronic Commerce*” (Projeto para Ação no Comércio Eletrônico) e o “*Voluntary Online Consumer Protection Guidelines*” (Guia Voluntário de Proteção do Consumidor Online).

Destacaram-se, também, iniciativas diversas, de aspectos gerais, no âmbito do Brasil e de outros países. No Brasil fez-se referência à criação, no âmbito governamental, da Comissão de Proteção ao Consumidor no Comércio Eletrônico, em 2003, e, no não

³Documento disponível em: <<http://www.giic.org/focus/ecommerce/consumer.asp>>. (GICC, 1999)

governamental, do Instituto Brasileiro de Proteção e Defesa dos Consumidores de internet (CANUT, 2007, p. 209). Além disso, tendo em vista a importância da autoproteção, citaram-se as recomendações: para evitar invasões, para o desenvolvimento e operação da Internet e a cartilha de segurança do CGI- Comitê Gestor da Internet no Brasil, sendo as recomendações do ano de 1999 e esta de 2000. Mencionaram-se iniciativas em países como Austrália, Nova Zelândia, Canadá, Reino Unido e Estados Unidos. (CANUT, 2007, p. 209, 2010) e, também, sobre mesma perspectiva, iniciativas no âmbito da União Européia; da ALCA – Área de Livre comércio das Américas; da OEA – Organização dos Estados Americanos; do MERCOSUL e da APEC. Foram referenciadas, ainda, iniciativas de atores do âmbito internacional com destaque para as seguintes atividades e documentos: da ONU – Organização das Nações Unidas e, especialmente da sua Comissão para o direito internacional, a UNCITRAL; da CCI – International Chamber of commerce; da OCDE ; da GBDe; da FTC, Federal Trade Commission; da ICPEN, International Consumer Protection na Enforcement Network; da CI, consumers internacional e da ILPF, internet Law & Policy Forum.

Após a apresentação do quadro geral de novos atores do direito negocial e de diferentes iniciativas no âmbito desse direito, envolvendo variados temas voltadas para proteção do consumidor eletrônico - tanto no âmbito nacional, regional quanto internacional -, examinou-se como o direito negocial, enquanto nova alternativa de proteção dos consumidores eletrônicos, estava a se manifestar diante daqueles desafios específicos, já analisados no âmbito do direito tradicional: práticas comerciais: publicidade; informação e educação e privacidade.

Foram listadas, exemplificadamente, algumas iniciativas do direito negocial – no âmbito do Brasil, dos Estados Unidos, da OCDE e de outros atores desse direito- para lidar com os novos desafios relativos a práticas comerciais e, especialmente, à publicidade com foco no *spam*. (CANUT, 2007, p. 217-220)

Sob a mesma perspectiva analisou-se o tema da informação e educação. Foi possível identificar diversas iniciativas do direito negocial sobre o tema, com destaque da atuação do TACD, APEC, CI, OECD e FTC. No Brasil, mencionaram-se campanhas educativas ao consumidor por parte de órgãos estatais, como é o caso do Ministério da Justiça, do setor privado e, também, dos organismos de defesa do consumidor, como a Abrascon – Associação Brasileira de Defesa do Consumidor. (FINKELSTEIN, 2003, p. 250)

Com relação à privacidade, último tema específico que se propôs a analisar sob a perspectiva das iniciativas do direito negocial, destacaram-se iniciativas no Brasil, no âmbito da APEC, da OECD, do TACD, da AGB, do GBD, GIIC, CI, FTC. Sendo que AGB, TACD, GICC e CI baseiam-se nas Diretrizes da OCDE, de 1980, sobre a proteção da privacidade para elaborar normas de privacidade tanto no âmbito nacional quanto internacional. Ao final reforçou-se a importância da informação e da educação dos consumidores eletrônicos para sua própria proteção e a existência de meios tecnológicos capazes de resguardar os consumidores de muitos dos ataques à sua privacidade e aos seus dados pessoais como , por exemplo, programas “*caçadores de espões e mais dois pacotes de segurança que também realizam essa tarefa*” e que podem auxiliar os consumidores na sua auto-proteção: o Spybot Search & Destroy 1.3; o Spy Sweeper 3.0; o Ad-Aware 6.0 Personal; Norton internet Security Professional 2004; McAfee internet Security 2004. (GREGO, 2004, p. 36-38)

Após todas essas análises, e já tendo sido destacado a necessidade de harmonia entre direito tradicional e o negocial, examinou-se como algumas iniciativas do direito

negocial para proteção do consumidor eletrônico demonstram potencialidade de seguir pelo caminho do projeto de inteligência coletiva, que é elemento essencial do ciberespaço. Sob tal perspectiva, destacaram-se as Leis modelo e, especialmente a da OCDE para proteção do consumidor no comércio eletrônico. Concluiu-se, ao final, que o direito negocial sob a perspectiva da inteligência coletiva é o melhor recurso de proteção do consumidor no ciberespaço. Um cenário que não prescinde do direito tradicional, mas que lhe cobra uma nova postura, mais principiológica, ao mesmo tempo em que exige uma nova cultura dos comerciantes/fornecedores e, também, dos consumidores.

O panorama ora traçado acerca da proteção do consumidor no comércio eletrônico, que reflete e resume a análise realizada pela pesquisadora em sua dissertação de mestrado, apresentada em 2005, sofreu amplas e importantes alterações até os dias atuais – junho/julho de 2017 – diante do desenvolvimento do comércio eletrônico, possibilitado tanto pelos avanços na área de tecnologias de comunicação e informação – TICs, especialmente com a integração entre elas - quanto pelo desenvolvimento de novas formas de se negociar pautadas nas tecnologias já disponíveis. Assim, ao longo dos últimos 12 anos, no contexto e sob a racionalidade do paradigma digital ou da sociedade informacional descrito na obra da pesquisadora (CANUT, 2007), surgiram inúmeras novidades na área do *e-commerce* e, com elas, novos riscos e desafios ao lado da intensificação e mesmo manutenção daqueles que já existiam para a proteção do consumidor no ciberespaço.

Dentre as inovações relacionadas ao desenvolvimento do comércio eletrônico, citam-se, exemplificadamente: novas formas de se comercializar, como a economia compartilhada e as compras coletivas; o desenvolvimento e intensificação das redes sociais; a intensificação do uso de celulares; o desenvolvimento de novas formas de pagamento. Um cenário tão inovador que leva a considerações no sentido de tratar-se de uma segunda geração de comunidades e serviços, denominada de *Web 2.0*, que tem como um de seus princípios, a agregação de inteligência coletiva (O'REILLY, 2006). Cita-se, ainda, a Internet das Coisas.

A economia compartilhada caracteriza-se como uma economia colaborativa, participativa e horizontal efetuada por meio de plataformas que viabilizam, como uma das grades novidades, as relações P2P (*peer-to-peer*) ou C2C (*consumer-to consumer*) (MARTINS, LONGHI, 2013; TOMASEVICIUS FILHO, 2015; FERREIRA,; MÉXAS; ABREU; MELLO, 2016; FREITAS, PETRINI, SILVEIRA,2016) não só para a aquisição de produtos, mas também para “ter acesso a produtos e pagar pela experiência de tê-los temporariamente, ao invés de adquiri-los”. FERREIRA,; MÉXAS; ABREU; MELLO, 2016; PIAGET, 2014). Um universo dominado pelas *startups* que vêm reconfigurando o mundo dos negócios e derrubando gigantes do meio tradicional (PIAGET, 2014)

As compras coletivas, que para alguns nada mais é do que uma rede social imprópria (BAGGIO, 2015, p. 275;276), foram definidas pela Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico como uma “modalidade de *e-commerce* que tem como objetivo vender produtos e serviços de diversos tipos de estabelecimentos empresariais para um número mínimo pré-estabelecido de consumidores por oferta (*apud*, MARTINS, LONGHI, 2013) que tem validade por determinado tempo, trazendo como grande benefício, a redução do preço de produtos e serviços. (BAGGIO, 2015, p. 275; PARCHEN, FREITAS, 2013; TEIXEIRA, 2015, p. 39; TEIXEIRA 2015a, p. 360; MARTINS, LONGHI, 2013).

As redes sociais implicam no uso da *internet* para o estabelecimento de relações entre pessoas e grupos (BARRETO, 2015) e “atuam como instrumento facilitador da

aproximação entre fornecedores e consumidores fomentando de maneira direta o exercício da atividade econômica” (BAGGIO, 2015, p. 275), formando um verdadeiro *social commerce* ou comércio social eletrônico (BARRETO, 2015, a; BARRETO, 2011; *apud* BAGGIO, 2015, p. 275). Uma realidade em que os vendedores tanto podem ser indivíduos quanto empresas (BARRETO, 2011, p. 106) possibilitando a configuração de relações B2C, C2C e até mesmo B2B.

No que diz respeito às relações B2C, considerando que o § 2º do art. 3º do CDC estabelece a onerosidade do serviço como um dos elementos essenciais para a configuração da relação de consumo, surgiram questionamentos acerca da configuração da relação de consumo diante da prestação de serviços gratuitos de redes sociais - as próprias ou as impróprias - (BAGGIO, 2015). Posicionamentos doutrinários e também jurisprudenciais seguem no sentido de que em razão do valor econômico dos dados e informações coletados em tais redes, “[...] não há mais que se falar em gratuidade das relações jurídicas entre os *sites* e seus membros, usuários e, portanto, consumidores dos serviços oferecidos. [...]”. Além disso, há argumentos de que não há gratuidade em razão da remuneração indireta por meio de contratos de publicidade. (MARTINS, LONGHI, 2011, p.208-209; 211).

Observa-se que todo esse cenário de desenvolvimento de novas atividades no comércio eletrônico se intensificou com o avanço do uso de celulares, dos *smartphones* (TOMASEVICIUS FILHO, 2015, p. 52). No entanto, apesar de configurar-se como um novo dispositivo para realizar as atividades acima relacionadas, observa-se que o *e-commerce* por meio de tais dispositivos, pelas peculiaridades que apresenta, passa a ser denominado de *Mobile commerce*⁴ ou *M-commerce* e torna-se tema de pauta específica (OECD, 2007; OECD, 2008).

Outra novidade a se destacar no presente projeto, que tem grande conexão com estas acima tratadas, é o desenvolvimento de novas e variadas formas de pagamento (PIAGUET, 2014; TEIXEIRA, 2015; TOMASEVICIUS FILHO, 2015, p.51,52) de forma a criar diferentes opções para os consumidores.

Para além de todo esse cenário inovador, nos últimos anos, diante da denominada nova revolução industrial (RIFKIN), tem ganhado espaço as discussões sobre a Internet das Coisas - *The Internet of Things*-IOT. A Internet das Coisas, que por vezes recebe denominações de tecnologia M2M (máquina a máquina) ou ainda Internet de tudo, tem recebido diversas conceituações, podendo ser compreendida como um termo abrangente que engloba a rede de itens, cada um embutido com tecnologia, que estão conectados à Internet⁵ (CI, 2016, p. 5-7), consistindo, na “rede de todos os objetos que se comunicam e interagem de forma autônoma via internet, permitindo o monitoramento e gerenciamento desses dispositivos via software para aumentar a eficiência de sistemas e processos, habilitar novos serviços e melhorar a qualidade de vida das pessoas.[...]” (MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÕES E COMUNICAÇÕES, 2016, p.5). Uma realidade alimentada por dados e informações coletadas tanto no ciberespaço quanto no meio físico.

⁴ “Mobile commerce (m-commerce) can be understood as a business model that allows a consumer to complete all steps of a commercial transaction using a mobile phone or personal digital assistant (PDA) rather than by going to a bricks and mortar store or making voice calls. Transactions involving the purchase of physical goods, such as books, that are delivered off line are still considered mobile commerce.” (OECD, 2008, p.5)

⁵ tradução livre de: “The Internet of Things is a catch-all term encompassing the network of items, each embedded with technology, which are connected to the Internet.” (CI, 2016)

As previsões são de que se trata de um fenômeno que vai mudar a forma de ser, de pensar, de conhecer, tendo interferência em todas as áreas humanas. Nesse sentido, afirma-se que a Internet das coisas vai mudar tudo, incluindo nós mesmos⁶ (EVANS, 2011). Assim, o comércio eletrônico e, especialmente, as relações B2C não escapa a tal “evolução” (CI, 2016, p.9; MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÕES E COMUNICAÇÕES, 2016, p.77, PILOTO, 2017) cujo objetivo é tornar a vida mais fácil e mais eficiente⁷ (CI, 2016, p.9).

Diante do quadro apresentado, e com base nas considerações elaboradas na dissertação de 2005, nota-se que o desenvolvimento do *e-commerce*, nos últimos 12 anos, cobra a (re)visão de questões essenciais como: o conceito de comércio eletrônico; considerações acerca da necessidade ou não de (re)classificar o e-commerce tendo em vista o surgimento de figuras como *social commerce* e o *mobile commerce*; a inclusão de categorias do e-commerce ao lado daquelas já mencionadas – B2C, B2B e B2G - diante das novas potencialidade de relações comerciais entre indivíduos, as P2P (*peer-to-peer* - pessoa para pessoa), denominadas por vezes de C2C (consumer to consumer) (TOMASEVICIUS FILHO, 2015, p.51; MALINI, [s/d]) e a M2M (máquina a máquina); a configuração da relação de consumo em situações em que a onerosidade é substituída pela “entrega” de dados e informações, como o caso das relações com *sites* de redes sociais; o (re)exame das classificações dos contratos de consumo eletrônicos com intuito de verificar se a classificação “contratações intersistêmicas” conseguem abranger ou não o novo contexto de contratação inaugurado pela Internet das Coisas, que já é uma realidade (MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÕES E COMUNICAÇÕES, 2016, p.3)

Para além dessas questões - relativas a conceitos, categorias, classificações e benefícios viabilizados- observa-se que o desenvolvimento do *e-commerce*, no quadro de inovações ora relatado, intensifica riscos e desafios que já existiam para a proteção do consumidor nas relações B2C ao mesmo tempo em cria riscos e desafios inéditos.

No âmbito da economia compartilhada, coloca-se como desafio a indefinição do papel das plataformas de intermediação e a sua responsabilização nos termos das leis de proteção do consumidor (MELLER-HANICH, 2016; PIAGET, 2014). Trata-se de questão a ser analisada a partir da identificação de diferentes tipos de consumo colaborativo, que podem ser: “o aluguel, o empréstimo, a troca, a doação, a compra de bem usado (BELK, 2010; HAMARI; SJÖKLINT; UKKONEN, 2015) e o presente, o qual se assemelha à troca (BELK, 2010)” (FREITAS, PETRINI, SILVEIRA, 2016). “A idéia da economia compartilhada “abrange vários fenômenos referentes à mesma filosofia (PIAGET, 2014). A depender da tipologia, além da incidência das normas de proteção do consumidor à plataforma, elas abrangeriam, também, aquele que está fornecendo o produto ou serviço. Esse desafio ocorre em virtude de um cenário em que “ainda há muitas questões em aberto quanto à econômica compartilhada e seus aspectos comportamentais, legais e econômicos (FERREIRA; MÉXAS; ABREU; MELLO, 2016). Assim, há questões jurídicas

⁶ “The Internet of Things (IoT), sometimes referred to as the Internet of Objects, will change everything—including ourselves” (EVANS, 2011)

⁷ “Application layer: Internet of Things use cases are offered to either B2C or B2B users. These applications can run on smartphones, tablets, PCs or other devices/ things and aim to add value by making lives easier, more efficient or anticipating future needs or support to achieve goals for example: Interpret data into meaningful information to determine the condition and usage of any object Automate and prescribe activities for example by allocating a function to a system or by supervising the fulfilment of an activity Activate fulfilment of prescribed activity for example taking payment for a bill based on meter usage. (CI, 2016, p.9)

relacionadas a essa economia que precisam ser complementadas. (MELLER-HANICH, 2016; PIAGET, 2014).

A respeito dos *sites* de compras coletivas, citam-se riscos e desafios provenientes da “rede de contratos” - espécie dos chamados contratos conexos (MARTINS, LONGHI, 2013) - e da responsabilização de todos os participantes dessa rede perante o consumidor, seja em razão da relação contratual ou da simples oferta (BAGGIO, 2015, p.286-294). O tema envolve, então, rede de intermediários e se a responsabilização de seus integrantes deve se dar nos termos das normas consumeristas (TEIXEIRA, 2015a). Além disso, pelas novidades que lhe são próprias, tais compras exigem o fornecimento de um maior número de informações aos consumidores. (BAGGIO, 2015, p. 281).

No que diz respeito às redes sociais, dois grandes desafios se impõem: um relacionado às práticas comerciais, especialmente em relação ao marketing e propaganda, que se tornam mais variados, mais agressivos (BARRETO, 2011) e mais invasivos. E outro, conectado ao primeiro, relativo à proteção dos dados e da privacidade do consumidor (BARRETO, 2011). Nesse contexto, questão relevante nas redes sociais é a possibilidade de individualização do consumidor mediante a construção de perfis completos e comportamentais⁸ (MARTINS, LONGHI, 2011, p-205-208; NOVO, AZEVEDO, 2014; DONEDA, 2010; FILHO, 2015; (TOMASEVICIUS FILHO, 2015; BARRETO, 2011), de identidades (BAUMAN, 2008).

Em relação ao *mobile commerce*, observam-se alguns riscos e desafios peculiares. Em razão do tamanho das telas dos celulares surgem preocupações relativas à divulgação limitada de informações e, ainda, outras limitações técnicas em virtude do tamanho de tais dispositivos. O celulares reforçam uma questão polêmica a respeito da capacidade da parte, tendo em vista ser um dispositivo cada vez mais freqüente em mãos de crianças, o que potencializa, ainda, a exploração comercial de menores. Além disso, tendo em vista a facilidade de roubo de tais aparelhos há uma vulnerabilidade diante do uso não autorizado de dados e da violação da segurança e privacidade (OECD, 2008; OECD, 2007). Ao possibilitar contratações de qualquer lugar e a qualquer hora, notam-se riscos e desafios diante do aumento da velocidade e pressão para se efetuarem as transações, aumentando a vulnerabilidades dos consumidores (CANTO, 2013) e afetando seu direito de reflexão.

Os *smartphones* também aumentam o desafio relativo à segurança de dados e privacidade dos consumidores ao intensificarem a coleta, processamento, armazenamento e transmissão de dados e viabilizam o acesso e recolhimento de uma gama de dados incluindo: “localização, histórico de navegação, os contatos e as compras feitas[...]” (CI, 2015; NOVO, AZEVEDO, 2014) transações financeiras diversas, dentre outros.

No que diz respeito às novas formas de pagamento, os riscos e desafios relacionam-se, em grande parte, com a segurança dos dados e à privacidade do consumidor e, ainda, com o papel desses intermediários e sua responsabilização frente ao consumidor (TEIXEIRA, 2015; PIAGUET, 2014).

A Internet das Coisas aponta, clara e intensamente, os riscos e desafios para lidar com os dados dos consumidores e sua privacidade (CI, 2016; IDEC, 2017, p.7), nas diversas fases - coleta, armazenamento, tratamento, transmissão. Apresentando, ainda a peculiaridade de “criar e compartilhar novos dados sobre hábitos de consumo,

⁸ “[...] Para levantar esses dados não é necessário analisar qualquer informação postada pelo próprio indivíduo no Facebook. Basta utilizar os likes curtidas) destes indivíduos e análise dos textos que outras pessoas postaram, e o que essas outras pessoas curtiram. [...]” (NOVO, AZEVEDO, 2014, p. 4)

comportamento e preferências pessoais⁹” (PIAGET, 2014). No entanto, para além destes riscos, já esperados, surgem outros inéditos (CI, 2016; IDEC, 2017, p.7), como, por exemplo, os que seguem.

Com o surgimento de produtos híbridos, aqueles que, embora tangíveis, têm seu uso e funcionamento regidos por *software*, são postos desafios relativos às regras que vão gerir tais contratações. Assim: “Parte do produto será licenciado por contrato, pois contém software, enquanto o próprio dispositivo é de propriedade? A presença de software significa que o funcionamento do dispositivo estará sujeito a termos de contrato, o que pode colocar limitações inesperadas no uso do produto?¹⁰” (CI, 2016, p. 33).

Diante deste último questionamento verificam-se riscos de “argumentos de propriedade intelectual e o gerenciamento de direitos digitais se estenderem a produtos e serviços que contenham *software* e o risco de substituírem a lei de proteção ao consumidor¹¹”. Nesse contexto há riscos de restrição ao direito de escolha dos consumidores diante de bloqueios a serviços e produtos por meio dos softwares – e seus algoritmos- ou pela falta de interoperabilidade entre sistemas(CI, 2016, p.5; 4; 38;49; SIMÃO FILHO, 2015, p.27-47)e também entre dados(GAL, ELKIN-KORREN, 2017,p.38 CI, 2016,p.38;49). Um cenário, que prejudica a concorrência e, assim, o consumidor. (CI, 2016, p.5; 4; IDEC,2017,p.7)

Nesse contexto, a proteção do consumidor eletrônico enfrenta outros riscos e desafios que se referem à falta de transparência e à responsabilidade complexa num cenário em que é evidente que os consumidores têm direitos limitados sobre os seus dados. (CI, 2016, p.4; 37).

Além disso, há de se reassaltar os riscos que são gerados para a segurança e a vida dos consumidores dos produtos da Internet das Coisas -IOT, o que envolve o desafio de informações claras e adequadas sobre o riscos do produto ou serviço (IDEC, 2017,p.5), que não serão objeto do presente trabalho.

No Brasil, há riscos e desafios diante de “falhas de segurança em diferentes camadas (interface web insegura, autenticação e autorização insuficientes, serviços de rede, ausência de transporte seguro, interface com nuvem, interface móvel, configurações de segurança, software e firmware, segurança física) [...]” (IDEC, 2017, p.7). O IDEC, menciona, ainda, como desafios relacionados à “camada de capacidade de segurança” para a proteção do consumidor (geral e não só eletrônico) : *confidencialidade dos dados e proteção à privacidade; Atualizações e vulnerabilidade; Dispositivos, ataques e franquias.*(IDEC, 2017)

Para além de todos os riscos e desafios mencionados, observa-se que tanto o caráter transfronteiriço do comércio eletrônico, característica própria do ciberespaço, quanto a proteção e privacidade de dados dos consumidores, colocam-se como desafios gerais à proteção do consumidor eletrônico, estando presentes no contexto de todas as inovações ora mencionadas.

⁹a long with the potential benefits for consumers comes the issue of the collection and control of the data by the private-sector, as IoT also means creating and sharing new data about consumer habits, behaviour, and personal preferences. This would require increased privacyprotection”. (Piaget, 2017, p.9)

¹⁰ “will part of the product be licenced via contract as it contains software, while the device itself is owned? will the presence of software mean operation of the device will be subject to contract terms, which may put unexpected limitations on product use?(CI, 2016, p.33)

¹¹ “A significant issue is the risk that intellectual property arguments and digital rights management will extend to products and services containing software, and risk superseding consumer protection Law” (CI, 2016, p.5)

Assim, todo o panorama ora apresentando desenvolve-se num contexto de intensa coleta, armazenamento, análise, tratamento, disseminação e transferência de dados/informação. Nesse cenário, e especialmente a partir de espaços privilegiados para coleta de dados - como nas redes sociais e no âmbito da Internet das Coisas - torna-se possível traçar perfis completos que permitem identificar preferências pessoais, hábitos, grupos de consumidores específicos e marketing personalizado ou novas estratégias de marketing (TOMASEVICIUS FILHO, 2015, p.52; NOVO, AZEVEDO, 2014, p. 6) a influência no comportamento do consumidor (UNCTAD, 2015), podendo, ainda, gerar exclusões e discriminações. Um cenário que apresenta novas proporções à possibilidade de rastreamento, que antes tinha como referência os *cookies* e programas espíões (NOVO, AZEVEDO, 2014) - na forma que foram mencionados em 2005 (CANUT, 2007) - e novas potencialidades para diversas práticas comerciais.

Por meio de tais coletas formam-se enormes conjuntos de dados, estruturados e não estruturados, chamados de “Big Data” (ARTHUR), que para serem analisados necessitam de inovação baseada em dados (OECD, 2015) e envolve questões como computação na nuvem- *cloud computing* – que engloba serviços de armazenagem de dados, de rede, uso de programas e de computadores – (SCHERKERKEWITZ, 2014; OECD, 2015; PILOTO, 2017; PARCHEN, FREITAS, 2016; MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA, NOVAÇÃO E COMUNICAÇÕES., 2016; PIAGUET, 2014) e mineração de dados-*data mining* (BARRETO, 2011). Temas que se tornam essenciais quando se tem em vista a proteção dos dados e da privacidade do consumidor (UNCTAD, 2015, p.10) e que, quando desconhecidos e/ou inseguros, significam riscos e desafios a serem enfrentados.

Numa sociedade de economia digital global, em que os dados pessoais movimentam muitas atividades comerciais *on line* (UNCTAD, 2015) a proteção e segurança desses dados, da privacidade e da intimidade dos consumidores – que já eram desafios anteriormente (CANUT, 2007) - tornam-se questões proeminentes (PILOTO, 2017) e enfrentam, ainda, provocações provenientes das características do ciberespaço como a questão transfronteiriça e a consequente responsabilização diante de diferentes jurisdições. (UNCTAD, 2015; NOVO, AZEVEDO, 2014, p. 6;)

Esse cenário é reflexo da própria sociedade informacional (CASTELLS, 1999a ; CANUT, 2007) “[...] que conduziu a um novo conceito de informação e também fez surgir novas formas de controle, armazenamento e distribuição desta informação” (WACHOWICZ, 2015b, p.237), num quadro em que “*em vez de um ‘Grande Irmão’ opressor, tem-se uma série de ‘irmãzinhas’ que procuram ser simpáticas, estabelecendo uma relação pessoal conosco por saberem quem somos e invadindo nossas vidas sob os mais variados aspectos*”. (CASTELLS *apud* CANUT, 2007)

Trata-se de uma realidade que tem gerado crescente sentimento de impotência e perda de controle em relação à coleta de dados pessoais dos consumidores (CI, 2015; NOVO, AZEVEDO, 2014)¹² Além disso, quanto mais intermediários, maiores são

¹² A preocupação com essa perda de controle de dados, levou à criação de uma *startup* cujo objeto é coletar os dados para o próprio usuário: “Yet, in the current climate, companies are developing their own internal marketing clouds to gather insights into their target audiences. Consequently, the findings are limited, locked out of the analytics of consumers outside of their specific sample pool. More than resulting in data loss, this method also feeds a predatory system where companies and government entities can use personal data for business interests without their consent. Noticing the need to offer everyday people a secure and enterprising tool to take control of their data, one startup emerged to shift the paradigm.

riscos relativos à proteção e segurança de dados do consumidor, assim como em relação à sua privacidade. A proteção de dados, a certificação e a criação de ambientes e tecnologias seguras é questão de qualidade mínima daquele fornecedor que quer oferecer seus serviços e produtos na rede global” (MARQUES, 2006, p. 58).

Diante de todas as mudanças ora analisadas, provenientes do desenvolvimento do comércio eletrônico ao longo dos anos, nota-se que a vulnerabilidade dos consumidores não se resume às questões relativas aos seus dados e sua privacidade mas, envolve também, novas formas de relacionamento e contratação que substituem humanos por softwares e algoritmos (GAL, 2017 a; SIMÃO FILHO, 2015, p.27-47), criando situações em que o direito e a proteção do consumidor poderão sofrer limitações em razão do direito de propriedade intelectual e da falta de um direito concorrencial adequado, que evite novos tipos de associações entre empresas que tornem a concorrência desleal. Forma-se um cenário em que a vulnerabilidade informacional e técnica do consumidor se vê ainda mais ampliada, e seu poder de escolha corre o risco de não ser livre diante da manipulação de dados e informações por parte das empresas que se utilizam de algoritmos (GAL, 2017a, SIMÃO FILHO, 2015, p.27-47) para se coordenarem e para manipularem as escolhas dos consumidores chegando até a “calcular com mais precisão o preço máximo que cada consumidor pode ser cobrado, aumentando assim a complexidade do preço” , para criarem uma vantagem comparativa para algumas empresas em relação a outras. (GAL, 2017a) . Sendo que “os algoritmos normalmente são “caixas pretas para os seus usuários. (GAL, ELKIN-KORREN, 2017).

Além disso, há de se ressaltar que há uma grande concentração das informações no mercado digital que conta com uma diversidade de intermediários digitais com mega plataformas que controlam, inclusive, o acesso aos dados dos consumidores, e tentam dominar esse mercado. Um quadro em que a interoperabilidade de dados é essencial para evitar monopólios e garantir a concorrência (GAL, ELKIN-KORREN, 2017).

Fala-se, então, em *Algorithmic consumers*¹³, o consumidor que consome através de algoritmos, minimizando assim o papel direto que desempenham em cada decisão de compra, gerando implicações diretas para a questão regulatória, tanto de proteção do consumidor quanto de concorrência e sobre seu direito de escolha (GAL, ELKIN-KORREN, 2017; SIMÃO FILHO, 2015, p.27-47). Vive-se à beira de um mundo novo em relação à forma de comprar e de vender. Os papéis que durante séculos foram realizados por humanos serão, em breve, transferidos para algoritmos. Essa mudança é inevitável(GAL, ELKIN-KORREN, 2017, p.9) e condiz que o contexto da Internet das Coisas . Assim, o direito passa a enfrentar o desafio de conhecer e acompanhar essa realidade algorítmica na qual surgem diversos questionamentos, como, por exemplo:

a regulamentação atual atende aos desafios regulatórios criados por consumidores algorítmicos, ou perdeu alguns elementos importantes e, portanto, deve ser ajustado?O advento dos consumidores algorítmicos levanta a uma série de desafios intrigantes em muitos aspectos diferentes das

Founded in 2009, [Digi.me](#) is a personal data collection company that equips consumers with the tools to take ownership of their digital footprint, enabling users to collect and share the information directly with companies on their own terms. The startup stands as a leader in an evolving space known as the 'Internet of Me', which refers to the theory of placing complete control of personal data back into the hands of the people. Once users reclaim control of their data, they are empowered to set their own price or barrier to access. (MITCHELL, 2017)

¹³ “Algorithms are structured decision-making processes, based on a set of rules or procedures, such as a decision-making tree, which are designed to automatically supply outcomes based on data input and decisional parameters. In a wide sense, we all use algorithms in our daily lives.[...]” (GAL, ELKIN-KORREN, 2017)

ferramentas reguladoras atuais - por exemplo, no direito contratual: um algoritmo pode agir de má-fé? Quando a interação entre algoritmos constitui um contrato vinculativo? Quem são as partes contratantes em uma transação algorítmica? Em lei de responsabilidade civil: quem é responsável por danos criados por um algoritmo? Ou em formas mais recentes de regulação, como privacidade e segurança cibernética: os consumidores algorítmicos devem ser obrigados a cumprir certos padrões regulatórios em relação à privacidade ou ao nível de segurança que empregam? Esses desafios, bem como outros relacionados, certamente surgirão num mundo novo e corajoso de tomada de decisão automatizada do consumidor.” (GAL, ELKIN-KORREN, 2017)

Para além dos desafios gerais e comuns para a proteção dos consumidores no comércio eletrônico ora citados - o caráter transfronteiriço e a proteção de dados e privacidade dos consumidores - observa-se que a intermediação e a responsabilização dos intermediários passam a ser, também, um desafio recorrente nas relações de consumo eletrônicas . No entanto, o tratamento do tema deve levar em conta cada situação concreta tendo em vista que a intermediação pode assumir diferentes facetas (TEIXEIRA, 2015; TEIXEIRA, 2015a) não só na economia compartilhada, mas também em situações: para pagamento; para aproximar as partes; para formar uma rede de intermediários; para armazenar dados e informações; para minerar dados e informações; para formar uma rede complexa em Internet das Coisas e etc .

Da breve apresentação desses riscos e desafios, que foram sendo impostos para a proteção do consumidor eletrônico diante do desenvolvimento do *e-commerce*, observa-se um quadro que, de um lado, retoma questões já analisadas em 2005 – acrescentando-lhes, em alguns casos, grandes novidades, como no caso de rastreamento e coleta de dados, publicidade, dentre outros – e, de outro, apresenta desafios e riscos extremamente novos, como algumas peculiaridades do *mobile commerce* e, especialmente, aquelas relativas à Internet das Coisas, que desafiam de forma intensa a questão normativa sob diversos aspectos e sob a perspectiva algorítmica.

A abordagem ora elaborada demonstra, então, a importância da problemática apresentada no presente projeto e possibilita a apresentação da hipótese de pesquisa no sentido de que com o desenvolvimento do comércio eletrônico têm surgido novos desafios para proteção dos consumidores no ciberespaço. Tendo em vista o vasto universo de novos riscos e desafios apresentados; a necessidade de delimitação do tema para viabilizar a investigação acadêmica; a importância da temática da proteção de dados e privacidade do consumidor na sociedade informacional - que segue para o universo da Internet das Coisas-IOT; os desafios inéditos da IOT, que intensificam as relações regidas por algoritmos; opta-se por concentrar as análises nos desafios relacionados ao tema geral da proteção de dados e privacidade do consumidor, com foco na IOT - sob um olhar abrangente que envolva as inovações que dão suporte à sua existência, como Big Data, a computação em nuvem e a mineração de dados - e, também, nos riscos e desafios peculiares que surgem para o consumidor eletrônico nesse contexto, como o surgimento dos produtos híbridos e a possibilidade de limitação da liberdade de escolha dos consumidores.

Como segunda etapa da pesquisa propõe-se verificar quais têm sido as estratégias, iniciativas ou propostas para lidar com os desafios e riscos apresentados para proteção do consumidor eletrônico no âmbito da delimitação acima elaborada. Tendo em vista a relevância do tema para os estudos nacionais e o seu caráter transfronteiriço, o estudo será delimitado ao âmbito do direito estatal nacional (CANUT, 2007) e do direito internacional de fonte negocial (CANUT, 2007), com foco em alguns sujeitos desse direito, como a OECD, a *United Nations* e a CI.

No âmbito do direito tradicional brasileiro o tema do comércio eletrônico e proteção dos consumidores, envolve, de uma forma geral, alguns instrumentos normativos: a Lei n. 8078/1990- o CDC-; Lei n. 12.414/2011– sobre formação e consulta de dados com informações de adimplemento de pessoas naturais e jurídicas para formação de um histórico de crédito; o Decreto n. 7.962/2013,– que regulamenta a Lei nº 8.078/90, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico; a Lei n. 12.965/14 - o Marco Civil da Internet -; o Projeto de Lei 281/2012 - que altera a Lei n. 8.078/1990 e normas da Lei de Introdução às normas do direito brasileiro. E os dois projetos de Lei sobre proteção de dados pessoais: o de n. 5276/2016 – que dispõe sobre o tratamento de dados pessoais para a garantia do livre desenvolvimento da personalidade e da dignidade da pessoa natural- apensado ao Projeto de Lei n. 4.060/2012 – que dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, e dá outras providências.

No Brasil, o direito à privacidade é um direito constitucional que se encontra disposto no art. 5º, X, da Constituição Federal (BRASIL, 1988). No que diz respeito à proteção de dados, informações e a privacidade do consumidor, observa-se que há no país diversas iniciativas normativas, de base estatal, que abordam o tema, como seguem alguns exemplos.

No CDC, são poucas as previsões sobre a proteção de dados do consumidor. Os artigos 43 e 44 dispõem sobre bancos de dados e cadastros de consumidores sem, no entanto, tratar da questão da comercialização dos dados contidos em cadastros de consumo (CANUT, 2007;; BRASIL, 1990). Em 2011, foi editada a Lei n.12.414/2011 para disciplinar a formação e consulta de dados com informações de adimplemento, de pessoas naturais ou de pessoas jurídicas, para formação de histórico de crédito (BRASIL, 2011), sem maiores preocupações adicionais.

O Projeto de Lei 281/2012 suprime várias lacunas sobre a proteção de dados e privacidade do consumidor. O texto, que tem uma seção própria para o comércio eletrônico, prevê a inclusão da “privacidade e segurança de informações e dados pessoais prestados e coletados, por qualquer meio, inclusive o eletrônico, assim como o acesso gratuito do consumidor a estes e suas fontes” no rol dos direitos básicos do consumidor, do artigo 6º do CDC. Além disso, no § 5º, inciso II, do art. 45-F, prevê a vedação de “veicular, exibir, licenciar alienar, compartilhar, doar ou de qualquer forma ceder ou transferir dados, informações ou identificadores pessoais sem expressa autorização e consentimento informado de seu titular. O § 7º, ao prever que tal vedação não se aplica aos fornecedores que integrem o mesmo conglomerado econômico (BRASIL, 2012) recebeu diversas críticas.

Esse projeto estabelece, no art. 45-D, inciso, I, o dever de os fornecedores utilizarem mecanismos de segurança eficazes para o pagamento e para o tratamento de dados do consumidor e, no inciso VII, o dever de informar autoridades quando do vazamento de dados ou comprometimento, mesmo que parcial, da segurança do sistema e trata, ainda, das sanções (BRASIL, 2012).

Vários trabalhos já tiveram como objeto de análise o Projeto de Lei 281/2012 (AZEVEDO, KLEE, 2013; LIMBERGER, SALDANHA, MORAES, 2013; TARTUCE, MONTEIRO, 2015; MARTINS, 2014), que pode ser bem compreendido por meio da leitura do extrato do relatório-geral da Comissão de juristas do Senado para a atualização do CDC (BENJAMIN, MARQUES, 2014). Alguns estudos examinam o Projeto com mais atenção à questão da proteção dos dados pessoais (LIMBERGER, SALDANHA, MORAES, 2013, p. 275-279)

Em 2013, o Decreto n. 7.962, trouxe novidades para diversos temas – como, por exemplo: regulamentou o direito de arrependimento no comércio eletrônico – havendo críticas e sugestões em torno de tais disposições (AMARAL JÚNIOR; VIEIRA, 2013) – e tratou das compras coletivas – não tendo, no entanto, especificado o tipo de responsabilidade dos intermediários. O Projeto de Lei 281/2012, no entanto, trata dessas questões, de um lado, prevendo a responsabilidade solidária desses sujeitos nas compras coletivas e, de outro, (re)vedando regras sobre o direito de arrependimento, suprimindo, assim, algumas das críticas ao Decreto.

No que diz respeito ao tema do presente projeto de pesquisa, o art. 4º do Decreto estabeleceu que “para garantir o atendimento facilitado ao consumidor no comércio eletrônico, o fornecedor deverá: VII - utilizar mecanismos de segurança eficazes para pagamento e para tratamento de dados do consumidor.” (BRASIL, 2013).

Outra iniciativa do direito tradicional relativa ao tema objeto da pesquisa é o Marco civil da Internet, Lei n. 12.965/14, que reconheceu a proteção da privacidade como princípio do uso da internet, ao lado do princípio da liberdade dos modelos de negócios que, como se viu, quando de suas inovações, acabam por envolver a questão da proteção de dados e da privacidade do consumidor. A proteção do consumidor foi posta como fundamento do uso da internet, ao lado da livre iniciativa e livre concorrência. Disso verifica-se a difícil equação entre o direito de liberdade empresarial e os direitos do usuário à proteção de seus dados, privacidade, ambos previstos no Marco Civil (SIMÃO FILHO, 2015; TOMASEVICIUS FILHO, 2015; BARBOSA, 2015, ; TEIXEIRA, 2015)

Essa lei estabelece, em seu art. 7º, ao lado de outros direitos do usuário, a necessidade de “consentimento expresso sobre coleta, uso, armazenamento e tratamento de dados pessoais, que deverá ocorrer de forma destacada das demais cláusulas contratuais; a “exclusão definitiva dos dados pessoais que tiver fornecido a determinada aplicação de internet, a seu requerimento, ao término da relação entre as partes, ressalvadas as hipóteses de guarda obrigatória de registros previstas nesta Lei” e, ainda, a aplicação das normas de proteção do consumidor às relações de consumo realizadas na Internet. Há críticas acerca do consentimento exigido para o acesso de terceiros aos dados pessoais, que também consta no Projeto 281/2012 (BARBOSA, 2015, p.244)

O Marco Civil dedica, ainda, uma subseção para “a Proteção aos Registros, aos Dados Pessoais e às Comunicações Privadas” e trata da guarda obrigatória e tutela de registros de acesso às aplicações e o registro de conexão, guarda vedada e guarda permitida de dados mediante autorização do usuário (BRASIL, 2014), sendo que os registros podem envolver dados pessoais e/ou dados anônimos, devendo-se ter o cuidado de que na sociedade que processa volumes tão grandes de informação, os dados podem ser anônimos se considerados isoladamente mas quando processados em conjunto, passam a ter característica de dados pessoais. (NORI, 2015, p.175)

A partir desse contexto, a proteção dos dados e a privacidade dos usuários foi objeto de diversos trabalhos com diferentes perspectivas (DONEDA, 2015b; BARRETO JÚNIOR, 2015b; MEYER-PFLUG, LEITE 2015b; ZANATTA, 2015b ; LEONARDI, 2015b; CARVALHO, 2014; GONÇALVES, 2017). Alguns, inclusive, se dedicaram, em uma parte do trabalho, a tratar especificamente da proteção de dados e a privacidade do consumidor (BIONI; LIMA, 2015, b; KLEE, MARTINS, 2015b; MENDES, 2015b, MENDES, 2016).

Os estudos que analisam a proteção da privacidade do consumidor e de seus dados na internet costumam examinar a aplicação simultânea do CDC e do Marco Civil apresentando uma dogmática de aplicação de ambas as Leis (MENDES, 2015b;

MENDES, 2016) ou uma interpretação por meio do diálogo entre tais leis e, ainda entre estas e outras iniciativas como, por exemplo, o Anteprojeto de lei de Proteção de dados Pessoais e o Projeto de Lei do Senado 281/2012. (KLEE, MARTINS, 2015b). Trata-se de uma perspectiva que tem sido muito utilizada no âmbito de discussões do direito do consumidor no comércio eletrônico, que recebe o nome de diálogo das fontes (TEIXEIRA, 2015; MENDES, 2016; VIAL, 2013). Há, inclusive, proposta de um modelo regulatório híbrido para a proteção de dados (ZANATTA, 2015).

Para lidar com as novidades da “Internet das Coisas”, o Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC) criou, em 2014, a Câmara de Internet das Coisas e lançou o Plano Nacional da Internet das Coisas, de 2016 (MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÕES E COMUNICAÇÕES., 2016), que ainda está em fase de consulta pública (MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÕES E COMUNICAÇÕES, 2017), tendo contado com a contribuição do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor- IDEC (IDEC, 2017), que é membro do *Consumers International-CI*.

Ao dispor sobre a definição de padrões de segurança e/ou requisitos específicos para a homologação de equipamentos IoT pelos órgãos competentes, o Plano submetido à consulta pública, observa que “[...] As vulnerabilidades mais comuns tem sido [2]: privacidade nos dados do consumidor; autorização insuficiente (pouca complexidade de senha), falta de encriptação para transporte na rede local, internet ou nuvem; interface web insegura; proteção inadequada de software.” (MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÕES E COMUNICAÇÕES, 2016). Nas suas contribuições o IDEC destaca a necessidade de analisar as questões de segurança de dados do Plano no contexto do projeto de Lei sobre dados pessoais de 2016. (IDEC, 2017)

No contexto da Internet das Coisas, em que há um novo modelo em que o consumidor pode ser “induzido ou privado de fazer escolhas” em razão da influência do algoritmo de um software sobre seus hábitos de consumo, há considerações de que além de contar com o Marco regulatório – o Marco Civil da Internet –, exige-se uma nova empresarialidade enquanto fenômeno que cobra um comportamento empresarial ético em face dos direitos e garantias do usuário, dos valores sociais e humanos, assumindo sua responsabilidade social sem abandonar a sua busca pela lucratividade (SIMÃO FILHO, 2015, p.27-47c2c) um fenômeno que se coaduna com o projeto de inteligência coletiva adotado pela pesquisadora em sua dissertação (CANUT, 2007)

No âmbito do direito internacional negocial, seja considerando o contexto de Big Data ou da Internet das coisas, os temas da proteção dos dados pessoais e da privacidade são apresentados como ponto fundamental (UNCTAD, 2015, p. 10; CI, 2016).

Vários são os documentos internacionais voltados para a proteção do consumidor eletrônico (UNITED NATIONS, 2017; CI, 2017; CI, 2013; OECD, 2009; OECD, 2016) ou para proteção geral dos consumidores (UNITED NATIONS, 2016), que colocam o tema da privacidade e a proteção de dados dos consumidores como questão essencial

No que diz respeito aos desafios específicos acerca do contexto da Internet das Coisas, destacam-se os documentos elaborados pela OECD (GAL, 2017 a) e pela *Consumers International* (CI, 2016), que abordam não só desafios, mas também apontam algumas iniciativas a serem tomadas na área.

O presente projeto parte do conhecimento construído quando da elaboração da dissertação de mestrado - que foi rapidamente apresentada - e mantém, como base de análise, o conjunto de referenciais teóricos utilizado para examinar o paradigma digital –

especialmente CASTELLS, LÉVY, RIFKIN, DE MASI – ao qual se pretende acrescentar obras novas dos mesmos autores e de outros autores como, por exemplo, Zygmunt Bauman. Além disso, a revisão bibliográfica aqui apresentada - na qual constam obras já consultadas e aqui citadas como obras a serem consultadas - evidencia o caráter multidisciplinar do trabalho e indica o desafio da pesquisa tanto para a abordagem de temas de outras áreas do conhecimento – como a Tecnologia da Informação – como, em alguns aspectos específicos, o recurso a diferentes áreas do direito - como direito do consumidor, propriedade intelectual (WACHOWICZ, 2012;2015) e direito concorrencial.

7. Referências Bibliográficas Preliminares. Consultadas e a serem consultadas

AGÊNCIA CÂMARA. Disponível em: <<http://www3.camara.gov.br/internet/agencia/materias.asp?pk=21788>>. Acesso em: fev. 2005.

ALBERTIN, Alberto Luiz. *Comércio eletrônico. Modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação*. Colaboração de Rosa Maria de Moura. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

ALMEIDA JÚNIOR; Vitor; FURTADO, Gabriel. A tutela do consumidor e o comércio eletrônico coletivo. In: MARTINS, Guilherme Magalhães (coord.) *Direito privado e Internet*. São Paulo: Atlas, 2014.

ALMEIDA, Carlos Ferreira de. *Os direitos dos consumidores*. Coimbra: Almeida, 1982.

AMARAL JÚNIOR, Alberto do; VIEIRA, Luciane Klein. As recentes alterações no direito brasileiro sobre o arrependimento nas relações de consumo estabelecidas por meios eletrônicos: legislação atual e norma projetada. Vol. 90. *Revista de direito do consumidor*. Vol. 90. Ed. RT, 2013. p. 216-243

AMARAL JÚNIOR, Alberto; VIERA, Luciane Klein. As recentes alterações no direito brasileiro sobre o arrependimento nas relações de consumo estabelecidas por meios eletrônicos: legislação atual e normal projetada. *Revista de direito do consumidor*. Vol. 90. São Paulo: ed. RT, nov.-dez., 2013, p. 215-243.

ARTHUR, Lisa. What Is Big Data? Aug 15, 2013. Forbes.com. Disponível em:<<https://www.forbes.com/sites/lisaarthur/2013/08/15/what-is-big-data/#11ddbc555c85>>. Acesso em junho de 2017.

ASCENSÃO, José de Oliveira. Contratação em rede informática no Brasil. *Revista do Tribunal Regional Federal. 3ª Região*, São Paulo: TRF-3, jul.-ago.,2006.

ASCENSÃO, J. Oliveira. Contratação eletrônica. *Revista Trimestral de Direito Civil*. Rio de Janeiro: Padma, v. 12, p. 93-117, out./dez. 2002.

ASCENSÃO, J. Oliveira. Hyperlinks, frames, metatags: a Segunda geração de referências na internet. In: ROVER, Aires José (Org.). *Direito, sociedade e Informática: limites e perspectivas da vida digital*. Florianópolis: Boiteux, 2000.

AZEVEDO, Fernando Costa de ; KLEE, Antonio Espíndola Longoni. Considerações sobre a proteção dos consumidores no comércio eletrônico e o atual processo de atualização do Código de Defesa do consumidor. *Revista de direito do consumidor*. Vol. 85, jan.- fev. 2013, p. 209 -259.

BAGGIO, Andreza Cristina. A proteção da confiança e a formação de redes contratuais como fundamentos da responsabilidade dos *sites* de compras coletivas perante o

consumidor. *Revista de direito do consumidor*. Vol. 97. São Paulo: Ed. RT, jan. –fev. 2015, p.271-299.

BARBOSA, Fernanda Nunes. Informação e consumo: a proteção da privacidade do consumidor no mercado contemporâneo da oferta. In: MARTINS, Guilherme Magalhães (coord.) *Direito privado e Internet*. São Paulo: Atlas, 2014.

BARBOSA, Marco A. Marco Civil da Internet: Mercado e Estado de vigilância. DE LUCCA, Newton; SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de. *Direito & Internet* III. Tomo II: Marco Civil da internet (Lei n.12.965/2014). São Paulo: Quartier Latin, 2015.

BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Trad. Artur Morão. Lisboa: edições 70, 2007.

BAUMAN, zygmont. A vida para o consumo. Transformação das pessoas em mercadorias. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar,2008.

BAUMAN, zygmont. Vigilância Líquida. Diálogos com David Lyon. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

BARRETO JÚNIOR, Irineu Francisco. Proteção da privacidade e de dados pessoais na internet: o Marco Civil da rede examinado com fundamento nas teorias de Zygmunt Bauman e Manuel castells. In: LUCCA, Newton. SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de (coord.) . *Direito & Internet* III. Tomo II: Marco Civil da internet (Lei n.12.965/2014). São Paulo: Quartier Latin, 2015b.

BARRETO, Ricardo de M. M. *Redes sociais na internet e direito: a proteção do consumidor no comércio eletrônico*. 2 ed. Atual. Curitiba: Juruá, 2014.

BARRETO, Ricardo de M. M. PRIVACIDADE E REDES SOCIAIS NA INTERNET: NOTAS À LUZ DA LEI N. 12.965/2014 (MARCO CIVIL DA INTERNET). Rev. Fac. Dir. Sul de Minas, Pouso Alegre, v. 31, n. 1: 261-280, jan./jun. 2015. Disponível em: < <http://www.fdsu.edu.br/adm/artigos/217e4f2765dc938165eff96223c3fa1c.pdf>>. Acesso em jun. de 2017.

BARRETO, Ricardo de M. M . Proteção do consumidor no comércio social eletrônico: observações à luz da Lei 12.965/2014. Direito & TI. 09/11/2015a. Disponível em: <<http://direitoeti.com.br/artigos/protECAo-do-consumidor-no-comercio-social-eletronico-observacoes-a-luz-da-lei-12-9652014-marco-civil-da-internet/>>. Acesso em jun. de 2017.

BARRETO, Ricardo de M. M . DIREITO, CIBERESPAÇO E REDES SOCIAIS:DESAFIOS DA PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO SOCIAL COMMERCE. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Direito da Área das Ciências Jurídicas da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, para a obtenção do título de Mestre em Direito. São Leopoldo, 2011.Disponível em: <<http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/4578/52c.pdf?sequen ce=1&isAllowed=y>>. Acesso em jun. de 2017.

BELK, Russell. Sharing .The Journal of Consumer Research, Vol. 36, No. 5 (February 2010), pp. 715-734 Published by: The University of Chicago Press Stable . Disponível em< <http://www.jstor.org/stable/10.1086/612649> >. Acesso em junho de 2017.

BENJAMIN, Antônio Herman, MARQUES, Cláudia Lima, Extrato do relatório-geral da Comissão de Juristas do Senado Federal para atualização do Código de Defesa do Consumidor (14.03.2012). *Revista de Direito do consumidor*. Vol. 92. São Paulo: editora RT, mar.- abril, 2014, p. 303-365.

BESSA, Leonardo Roscoe. *Aplicação do Código de Defesa do Consumidor: análise crítica da relação de consumo*. Brasília: Brasília Jurídica, 2007.

BIONI, Bruno Ricardo; LIMA, Cíntia Rosa Pereira. A proteção dos dados pessoais na fase de coleta: Apontamentos sobre a adjetivação do consentimento implementada pelo artigo 7, incisos VIII e IX do marco civil da internet a partir da *human computer international* da *privacy by default*. In: LUCCA, Newton. SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de (coord.) . *Direito & Internet* III. Tomo II: Marco Civil da internet (Lei n.12.965/2014). São Paulo: Quartier Latin, 2015b.

BIOAGO JÚNIOR, José W. *Contratação eletrônica: aspectos jurídicos*. Curitiba: Juruá, 2005>CÂMARA DOS DEPUTADOS. Projeto de Lei 3.514/2015. Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para aperfeiçoar as disposições gerais do Capítulo I do Título I e dispor sobre o comércio eletrônico, e o art. 9º do Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942 (Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro), para aperfeiçoar a disciplina dos contratos internacionais comerciais e de consumo e dispor sobre as obrigações extracontratuais. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2052488>> . Acesso em jun. de 2017.

BOLSON, Simone Hegele. *Direito do consumidor e dano moral*. Dissertação (Mestrado em Direito) – Coordenação de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1999.

BRASIL, Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em: julho de 2017.

BRASIL, Lei 8078 de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em junho de 2017.

BRASIL. Lei 12.414/2011. Disciplina a formação e consulta a bancos de dados com informações de adimplemento, de pessoas naturais ou de pessoas jurídicas, para formação de histórico de crédito. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12414.htm>. Acesso em junho de 2017.

BRASIL. Projeto de Lei do Senado nº 281 de 2012. Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para aperfeiçoar as disposições gerais do Capítulo I do Título I e dispor sobre o comércio eletrônico. Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/106768>>. Acesso em junho de 2017.

BRASIL. Decreto 7962 de março de 2013. Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm>. Acesso em junho de 2017.

BRASIL. Lei 12965 de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/12965.htm>. Acesso em junho de 2017.

CANUT, Letícia. *Proteção do consumidor no comércio eletrônico: Uma Questão de Inteligência Coletiva que Ultrapassa o Direito Tradicional*. Curitiba: Juruá, 2007.

CANTO, Rodrigo Eidelwein. Direito do consumidor e vulnerabilidade no meio digital. *Revista de direito do consumidor*. Vol. 87. São Paulo: Ed. RT, 2013, p.179-209.

CARVALHO, Ana Cristina Azevedo P. *Marco Civil da Internet no Brasil*. Análise da Lei 12.965/14 e do Direito de Informação. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.

CASSEB, Paulo, Adib. Fundamentos Constitucionais do Marcos Civil da Internet. In: LUCCA, Newton. SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de (coord.) . *Direito & Internet III*. Tomo II: Marco Civil da internet (Lei n.12.965/2014). São Paulo: Quartier Latin, 2015b.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999a.

CASTELLS, Manuel . *O poder da identidade. A era da informação: economia, sociedade e cultura*. Trad. Klaus Brandini Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 1999b. v. 2.

CI. Consumers International. *Consumer data protection and the need for alternative new responses*. Speaking at the International Symposium on Rule of Law and Consumer Data Protection in Beijing last week, CI's Director General Amanda Long outlined why data is fast becoming a defining consumer issue for the 21st Century, and the need to identify effective responses that ensure consumers benefit from this data-driven innovation. August 2015. Disponível em: <https://consumersinternational.blogspot.com.br/2015/08/consumer-data-protection-and-need-for.html> Acesso em jun de 2017.

CI. Consumers International. *Connection and Protection in the Digital Age. The Internet of Things and challenges for consumer protection*. Autores: Liz Coll and Robin Simpson. Com contribuições de: Celine Awuor, Ogochukwu Monye and Xands Bisenio. Consumers International: London , 2016. Disponível em: <<http://www.consumersinternational.org/media/1657273/connection-and-protection-the->

[internet-of-things-and-challenges-for-consumer-protection.pdf](#)>. Acesso em jun. de 2017.

CI. Consumers International. *Updating the UM Guidelines for consumer Protection for the digital age*. Kuala Lumpur, 2013. Disponível em: <<http://www.consumersinternational.org/media/1353300/updating-ungcp.pdf>>. Acesso em jun. 2017.

CI. Consumers International. *Crear un mundo digital en el que los consumidores puedan confiar . Recomendaciones propuestas del movimiento de los consumidores para los estados miembros del G20* . Consumers International and The Federation of German Consumer Organisations, Marzo 2017. Disponível em: <<http://www.consumersinternational.org/media/1733768/g20-digital-recs-spanish-visual.pdf>>. Acesso em jun. 2017

COELHO, Fábio Ulhoa. *Curso de direito comercial: direito de empresa*. 13 ed. São Paulo: Saraiva, 2012, v.3 p. 47. fala do conceito de comércio eletrônico – citado por Teixeira 2015

COELHO, Fábio Ulhoa. O direito à privacidade no Marco Civil da Internet. In: LUCCA, Newton. SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de (coord.) . *Direito & Internet* III. Tomo II: Marco Civil da internet (Lei n.12.965/2014). São Paulo: Quartier Latin, 2015b.

COMISSÃO BRASILEIRA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO. *Código de ética em compras coletivas*. Disponível em: < <http://www.camara-e.net/Compras-Coletivas/etica/codigo-de-etica-em-compras-coletivas.pdf> >.

DE LUCCA, Newton. *Aspectos Jurídicos da Contratação Informática e Telemática*. São Paulo: Saraiva, 2003a.

DE LUCCA, Newton *Direito do Consumidor. Teoria geral da relação de consumo*. São Paulo: Quartier Latin, 2003b.

DE LUCCA, Newton; SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de. *Direito & Internet* III. Tomo II: Marco Civil da internet (Lei n.12.965/2014). São Paulo: Quartier Latin, 2015.

DE LUCCA, Newton. SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de (coord.) . *Direito & Internet* III. Tomo II: Marco Civil da internet (Lei n.12.965/2014). São Paulo: Quartier Latin, 2015a.

DE LUCCA, Newton. Marco Civil da Internet – uma visão panorâmica dos principais aspectos relativos às suas disposições preliminares. In: LUCCA, Newton. SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de (coord.) . *Direito & Internet* III. Tomo II: Marco Civil da internet (Lei n.12.965/2014). São Paulo: Quartier Latin, 2015b.

DELPUPPO, Poliana Moreira. Comércio eletrônico e poder público brasileiro. In: ROVER, Aires José (Org.). *Direito e Informática*. Barueri/São Paulo: Manole, 2004.

DONEDA, Danilo. A proteção de dados pessoais nas relações de consumo: para além da informação creditícia. Brasília: Escola Nacional de Defesa do Consumidor, SDE/DPDC, 2010.

DONEDA, Danilo. Princípios de proteção de dados pessoais. In: LUCCA, Newton. SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de (coord.) . *Direito & Internet* III. Tomo II: Marco Civil da internet (Lei n.12.965/2014). São Paulo: Quartier Latin, 2015b.

DONEDA, Danilo. Da Privacidade à Proteção de Dados Pessoais. Rio de Janeiro: Renovar, 2006.

DUCA, Louis Del; RULE, Colin; LOEBL, Zbynek. Facilitating Expansion of Cross-Border ECommerce - Developing a Global Online Dispute Resolution System (Lessons Derived from Existing ODR Systems – Work of the United Nations Commission on International Trade Law). Penn State Journal of Law & International Affairs.. VOLUME 1 NO. 1, 2012. Disponível em: <<http://elibrary.law.psu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1004&context=jlia>>. Acesso em julho de 2012.

E-BIT (BRASIL) - ACESSAR!!!!

EMERIM, Camila Candido. Contratos eletrônicos de consumo: panorama doutrinário, legislativo e jurisprudencial atual. *Revista de direito do consumidor*. Vol. 91. São Paulo: Ed. RT. jan.-fev. 2014, p. 367-393.

EVANS, Dave. The Internet of Things How the Next Evolution of the Internet Is Changing Everything. CISCO, 2011. Disponível em: http://www.cisco.com/c/dam/en_us/about/ac79/docs/innov/IoT_IBSG_0411FINAL.pdf. Acesso em junho de 2017.

FARIAS, Inez Lopes Matos Carneiro de. *A proteção do consumidor internacional no comércio eletrônico*. Dissertação (Mestrado em Direito) – Curso de Pós-Graduação em Direito. Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2002.

FERREIRA, Karolina Matias; MÉXAS, Mirian Picinini; ABREU, Weniston; MELLO, Priscylla Leventis. Economia Compartilhada e consumo colaborativo: uma revisão da literatura. Área temática: Inovação e Propriedade Intelectual. INOVARSE. XII Congresso Nacional de Excelência em gestão & III INOVARSE responsabilidade social aplicada. 29 e 30 de setembro de 2016. Disponível em: <http://www.inovarse.org/sites/default/files/T16_369.pdf>. Acesso em jun. de 2017.

FILOMENO, José Geraldo Brito. Dos direitos do consumidor. In: GRINOVER, Ada Pellegrini *et al.* *Código de Defesa do Consumidor*. Comentado pelos autores do anteprojeto. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.

FINKELSTEIN, Maria Eugênia. *Aspectos Jurídicos do comércio eletrônico*. Tese (Doutorado em Direito Comercial) – Curso de Pós-Graduação em Direito. Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2003.

FONTOURA COSTA, JOSÉ AUGUSTO ; WACHOWICZ, MARCOS . CLÁUSULAS CONTRATUAIS NULAS NO MARCO CIVIL DA INTERNET - DOI: 10.12818/P.0304-2340.2016P477. Revista da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Minas Gerais (Impresso), v. -, p. 477-496, 2016.

FORGIONI, Paula A; MIURA, Maira Yuriko Rocha. O princípio da neutralidade e o Marco Civil da Internet. In: DE LUCCA, Newton; SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de. *Direito & Internet* III. Tomo II: Marco Civil da internet (Lei n.12.965/2014). São Paulo: Quartier Latin, 2015.

FREITAS, Cássio Stedetn De; PETRINI, Maira De Cássia, SILVEIRA, Lisilene Mello Da. DESVENDANDO O CONSUMO COLABORATIVO: UMA PROPOSTA DE TIPOLOGIA. CLAV 2019. 9th Latin American Retail Conference, 2016. Disponível em: <http://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/10138/2/DESVENDANDO_O_CON

SUMO COLABORATIVO UMA PROPOSTA DE TIPOLOGIA.pdf>. Acesso em jun. de 2016.

FRENKEL, Edward. Sob o comando dos algoritmos. Entrevista concedida em páginas amarelas 15 a 17 de VEJA. São Paulo: Abril, edição 2407, ano 48, n. 1.2014.

FROTA, Mário. Os contratos eletrônicos na União Europeia e em Portugal. In: DE LUCCA, Newton; SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de. *Direito & Internet* III. Tomo II: Marco Civil da internet (Lei n.12.965/2014). São Paulo: Quartier Latin, 2015.

GAL, Michal. OECD - Organisation for Economic Co-operation and Development. DIRECTORATE FOR FINANCIAL AND ENTERPRISE AFFAIRS COMPETITION COMMITTEE Algorithmic-facilitated Coordination Roundtable on Algorithms and Collusion. 7 June 2017a. Disponível em: < [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/WD\(2017\)26&docLanguage=En](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/WD(2017)26&docLanguage=En) >. Acesso em junho de 2017.

GAL, Michal; ELKIN-KORREN, Niva. Algorithmic Consumers. (August 8, 2016). *Harvard Journal of Law and Technology*, Vol. 30, 2017. Disponível em < SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2876201> >. Acesso em jun. 2017.

GONÇALVES, Antônio Baptista. Compras coletivas e as lesividades na relação de consumo. *Revista brasileira de direitos civil, constitucional e relações de consumo: doutrina e jurisprudência*. Vol. 4, n. 14. São Paulo: imprensa, abr.-jan. 2012, p. 17-40.

GONÇALVEZ, Victor Hugo Pereira. *Marco Civil da Internet comentado*. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GREGO, Maurício. Fora, chatos! Quer defender seu micro de spam, vírus, programas espíões e outros chatos digitais? INFO selecionou melhores armas. In: *Revista Info*, a. 19, n. 221, ago. 2004.

HAMARI, Juhoo; SJÖKLINT, Mimmi; UKKONEN, Antti. The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption. *JOURNAL OF THE ASSOCIATION FOR INFORMATION SCIENCE AND TECHNOLOGY*. 2015. Disponível em: < <https://pdfs.semanticscholar.org/70c9/20843b9d9a4865e022b73f38dd16bfe685fb.pdf> >. Acesso em junho de 2017.

IDEC. Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. Por Zanatta, Rafael A. F. *Internet das Coisas: privacidade e segurança na perspectiva dos consumidores*. Contribuição à consulta pública do consórcio MCTIC/BNDES de fevereiro de 2017. Disponível em: < http://www.idec.org.br/ckfinder/userfiles/files/Contribuic%CC%A7a%CC%83o%20Pu%CC%81blica_%20Idec_%2006022017.pdf >. Acesso em junho de 2017.

KAKU, William Smith. Comércio eletrônico e poder público brasileiro. In: ROVER, Aires José (Org.). *Direito e Informática*. Barueri/São Paulo: Manole, 2004.

KAMINSKI, Omar. Introdução à gestão de direitos digitais. In: WACHOWICZ, Marcos (Coord.). *Propriedade Intelectual e internet. Uma Perspectiva Integrada à Sociedade de Informação*. Curitiba: Juruá, 2002.

KLEE, Antonia Espindola Longoni. *Comércio eletrônico e proteção do consumidor: o direito de arrependimento nos contratos à distância*. São Paulo: editora RT, 2014.

KLEE, Antonia Espindola Longoni; MARTINS Guilherme Magalhães. A privacidade, a proteção dos dados e dos registros pessoais e a liberdade de expressão: algumas reflexões sobre o Marco Civil da Internet no Brasil (Lei nº 12.965/2014). In: LUCCA, Newton.

SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de (coord.) . *Direito & Internet* III. Tomo II: Marco Civil da internet (Lei n.12.965/2014). São Paulo: Quartier Latin, 2015b.

KLEE, Antonia Espindola Longoni. O conceito de estabelecimento empresarial virtual e a proteção do consumidor nos contratos eletrônicos: algumas reflexões. In: MARTINS, Guilherme Magalhães (coord.) *Direito privado e Internet*. São Paulo: Atlas, 2014.

KLEE, Antonia Espindola Longoni .A regulamentação do uso da internet no Brasil pela Lei nº 12.965/2014 e a proteção dos dados e dos registros pessoais *Direito & Justiça*. v. 41, n. 2, p. 126-153, jul.-dez. 2015. Disponível em: < <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/fadir/article/view/21427/13322>>. Acesso em jun. de 2017.

LEONARDI, Marcel. Marco Civil da Internet e Proteção de dados pessoais. In: LUCCA, Newton. SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de (coord.) . *Direito & Internet* III. Tomo II: Marco Civil da internet (Lei n.12.965/2014). São Paulo: Quartier Latin, 2015b.

LEMOS, Ronaldo. Uma breve história da criação do Marco Civil. In: DE LUCCA, Newton. SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de (coord.) . *Direito & Internet* III. Tomo II: Marco Civil da internet (Lei n.12.965/2014). São Paulo: Quartier Latin, 2015a.

LEMOS, Ronaldo da Silva Júnior. Regulamentação da internet no Brasil. In: LEMOS, Ronaldo da Silva Júnior; WAISBERG, Ivo (Orgs.). *Comércio eletrônico*. São Paulo: RT, 2001.

LEMOS, Ronaldo da Silva Júnior; WAISBERG, Ivo (Orgs.). *Comércio eletrônico*. São Paulo: RT, 2001.

LÉVY, Pierre. *A inteligência Coletiva*. Por uma antropologia do ciberespaço. Trad. Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Loyola, 1998.

LÉVY, Pierre. *A conexão planetária*. O mercado, o ciberespaço, a consciência. 1ª reimp. Trad. Maria Lúcia Homem e Ronaldo Entler. São Paulo: Editora 34, 2003.

LÉVY, Pierre. *A inteligência Coletiva*. Por uma antropologia do ciberespaço. Trad. Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Loyola, 1998

LIMBERGER, Têmis. Proteção dos dados pessoais e comércio eletrônico: os desafios do século XXI. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, ano 17, n. 67, p. 215-241, jul.-set. 2008.

LIMBERGER, Têmis; SALDANHA, Jânia Maria Lopes; MORAES, Carla Andreatta Sobbé. Estado, cidadania e novas tecnologias: O comércio eletrônico e as alterações do Código de Defesa do Consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v.22, n.85, p. 262-282, jan./fev. 2013.

LISBOA, Roberto Senise. O consumidor na sociedade da informação. *Revista de direito do consumidor*. Vol. 61. São Paulo: Ed. RT, jan.-mar. 2007, p. 203-229.

LIMA, Cíntia Rosa Pereira de Lima. *Validade e obrigatoriedade dos Contratos de Adesão eletrônicos (Shrink-Wrap e Click Wrap) e dos termos e condições de uso (browse-wrap): um estudo comparado entre Brasil e Canadá*. Tese de doutorado defendida na Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo-USP. São Paulo, 2009.

LORENZETTI, Ricardo L. *Comércio Eletrônico*. Trad. Fabiano Menke. São Paulo: RT, 2004.

MARQUES, Cláudia Lima. Proteção do consumidor no comércio eletrônico e a chamada nova crise do contrato: por um direito do consumidor aprofundado. *Revista de direito do consumidor*. Vol. 57. São Paulo: ed. RT. jan.-marc. 2006, p.9-59.

MARQUES, Cláudia Lima. *Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor*. Um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico. São Paulo: RT, 2004.

MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de direito do consumidor*. 7 ed. atual. e ampl. . São Paulo: Ed. RT, 2016.

MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos No Código de Defesa do Consumidor - 8ª Ed.* São Paulo: editora RT, 2016.

MARQUES, Cláudia Lima. A proteção do consumidor de produtos e serviços estrangeiros no Brasil: primeiras observações sobre os contratos a distância no comércio eletrônico. *Revista de Direito do Consumidor – RDC*, n. 41, p. 39-80.

MALINI, Fabio. Colaboração, *uso livre das redes e a evolução da arquitetura p2p*. Revista Lugar Comum. n.28, p.265-282. [s/d] Disponível em: http://uninomade.net/wp-content/files_mf/110810121239Colaboracao%20uso%20livre%20das%20redes%20e%20a%20evolucao%20da%20arquitetura%20p2p%20-%20Fabio%20Malini.pdf. Acesso em junho de 2017.

MARTINS, Fernando Rodrigues; BASAN, Arthur Pinheiro; ANDRADE, Pablo Cardoso. Tutela eletrônica do consumidor: ordem espontânea popular na formatação dos bancos de fornecedores. In: *Revista de Direito do Consumidor*. Vol. 87. São Paulo: editora RT, maio-jun.2013

MARTINS, Guilherme Magalhães. *Formação dos contratos eletrônicos de consumo via internet*. 2 ed rev. E atual. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010.

MARTINS, Guilherme Magalhães; LONGHI, João Victor Rozatti. A tutela do consumidor nas redes sociais virtuais. Responsabilidade civil por acidentes de consumo na sociedade da informação. In: *Revista de Direito do Consumidor*. Vol. 78. São Paulo: editora RT, abril-jun. 2011., p. 191-221.

MARTINS, Guilherme Magalhães; LONGHI, João Victor Rozatti. Contratos conexos de consumo na internet: fornecedores de intermediação e sites de compras coletivas. *Revista de direito do consumidor*. Vol. 85. São Paulo: editora RT, jan.- fev. 2013, p. 177-207.

MARTINS, Guilherme Magalhães. A atualização do Código de Defesa do consumidor e a regulamentação do Comércio eletrônico: avanços e perspectivas. *Revista de direito do consumidor*. Vol. 95. São Paulo: editora RT, set.- out, 2014, p.255-287.

MARTINS, Guilherme Magalhães (coord.) *Direito privado e Internet*. São Paulo: Atlas, 2014.

MARTINS, Flávio Alves; MACEDO, Humberto Paim de. *Internet e Direito do Consumidor*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2002.

MELLER-HANICH, Caroline. Economia Compartilhada e proteção do consumidor. In: *Revista de direito do consumidor*. Vol.105. São Paulo: editora RT, maio-jun. 2016. p.19-31.

MENDES, Laura Schertl. A tutela da privacidade do consumidor na internet: uma análise à luz do Marco Civil da Internet e do Código de Defesa do Consumidor. In: LUCCA, Newton. SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de (coord.) . *Direito &*

Internet III. Tomo II: Marco Civil da internet (Lei n.12.965/2014). São Paulo: Quartier Latin, 2015b.

MENDES, Laura Schertl. O diálogo entre o Marco Civil da Internet e o Código de Defesa do Consumidor. *Revista de direito do consumidor*. Vol.106. São Paulo: editora RT, jul-ago. 2016. p.37-69

MEYER-PFLUG, Samantha Ribeiro; LEITE, Flavia Piva Almeida. A liberdade de Expressão e o direito à privacidade no Marco Civil da Internet. In: LUCCA, Newton. SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de (coord.) . *Direito & Internet* III. Tomo II: Marco Civil da internet (Lei n.12.965/2014). São Paulo: Quartier Latin, 2015b.

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA , TECNOLOGIA, INOVAÇÕES E COMUNICAÇÕES.

Câmara IoT.. Consulta Pública. “Identificação dos tópicos de relevância para a viabilização da Internet das Coisas no Brasil” 2016. Disponível em: <<http://www.abinee.org.br/informac/arquivos/aiot.pdf>>. Acesso em junho de 2017.

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA , TECNOLOGIA, INOVAÇÕES E COMUNICAÇÕES.. Ascom do MCTIC: 2017. *Plano Nacional de Internet das Coisas recebeu 2.288 contribuições em consulta pública do MCTIC*. http://www.mcti.gov.br/noticia/-/asset_publisher/epbV0pr6eIS0/content/plano-nacional-de-internet-das-coisas-recebeu-2-288-contribuicoes-em-consulta-publica-do-mctic. Disponível em :< http://www.mcti.gov.br/noticia/-/asset_publisher/epbV0pr6eIS0/content/plano-nacional-de-internet-das-coisas-recebeu-2-288-contribuicoes-em-consulta-publica-do-mctic>. Acesso em jun de 2017.

MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*.6 ed. São Paulo: ed. RT, 2016

MIRAGEM, Bruno.Aspectos característicos da disciplina do comércio eletrônico de consumo. Comentários ao Dec. 7962/2013. *Revista de direito do consumidor*. Vol. 86. São Paulo: ed. RT, Marc.-abr. 2013

MITCHELL, Julian. This Data Mining Startup Empowers Consumers To Own Their Digital Footprint. [Entrepreneurs #BigData](#), [Entrepreneurs #BigData](#) *Forbes.com*, [Entrepreneurs #BigData](#). Disponível em: < <https://www.forbes.com/sites/julianmitchell/2017/01/25/this-data-mining-startup-gives-consumers-the-tools-to-own-their-digital-footprint/#637e6f4518db>>. Acesso em julho de 2017.

MORENO, Guillermo Palao. Comercio Electrónico Y Protección de los consumidores en los supuestos de carácter transfronterizo en Europa: Problemas que plantea la determinación de los tribunales competentes. In: WACHOWICZ, Marcos (Coord.). *Propriedade Intelectual e internet: uma perspectiva integrada à sociedade da informação*. Curitiba: Juruá, 2002. p. 271-287.

MORIN, Edgar. *O método 4*. Tradução de Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina, 1998.

NETO, Rulli Antonio; RUFATO, David de Oliveira; SILVA, Emerson Marcelo da; AZEVEDO, Renato Asamura. O comércio eletrônico e as novas formas contratuais: *Point and click agreement* e *click anda wrap agreement*. In: *Revista de Direito do Consumidor*. Vol. 105. São Paulo: editora RT, maio-jun. 2016, p.65-78.

NORI, FABIO. In: A guarda de Registros de Conexão e dos registros de acesso às aplicações no Marco Civil. DE LUCCA, Newton; SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de. *Direito & Internet* III. Tomo II: Marco Civil da internet (Lei n.12.965/2014). São Paulo: Quartier Latin, 2015.

NOVO, Rafael Fernandes; AZEVEDO, Marilia Macorin de. A individualização do consumidor por meio do avanço das redes sociais e do Big Data. *Revista científica Online de tecnologia, gestão e humanismo*, v.4, n. 2 – nov. 2014. Disponível em: <http://www.fatecguaratingueta.edu.br/revista/index.php/RCO-TGH/article/view/65/74>. Acesso em junho de 2017.

NUNES, Luiz Antonio Rizatto. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor - 8ª Ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2015

OECD. Organisation for Economic Co-operation and Development. *Data-Driven Innovation: Big data for growth and well-being*. Paris: OECD Publishing, 2015. Disponível em: http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/science-and-technology/data-driven-innovation_9789264229358-en#page1. Acesso em junho de 2017

OECD. Organisation for Economic Co-operation and Development . DIRECTORATE FOR SCIENCE, TECHNOLOGY AND INDUSTRY. COMMITTEE ON CONSUMER POLICY. *Mobile Commerce*. OECD Digital Economy Papers, No. 124, OECD Publishing, Paris, 2007. Disponível em: < <http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/231111848550.pdf?expires=1497710960&id=id&accname=guest&checksum=692E92CBA1EF02B68AFD6B619F18C943>>. Acesso em jun 2007.

OECD. Organisation for Economic Co-operation and Development . OECD Policy Guidance for Addressing Emerging Consumer Protection and Empowerment Issues in Mobile Commerce. OEDC Ministerial Meeting on the future of the Internet Economy. Seoul, Koera, 17-18 june, 2008. Disponível em: < <http://www.oecd.org/sti/consumer/40879177.pdf>>. Acesso em jun. 2017.

OECD. Organisation for Economic Co-operation and Development. OECD Conference on Empowering E-consumers

Strengthening Consumer Protection in the Internet Economy. Background Report. Washington D.C., 2009. Disponível em: <https://www.oecd.org/ict/econsumerconference/44047583.pdf>. Acesso em jun. de 2017.

OLIVO, Luis Carlos Cancellier de. *A reglobalização do Estado e da sociedade em rede na era do acesso*. Tese (Doutorado em Direito) – Curso de Pós-Graduação em Direito. Universidade Federal de Santa Catarina/Florianópolis: Boiteux, 2004.

O'REILLY, Tim. *O que é Web 2.0 Padrões de design e modelos de negócios para a nova geração de software*. Publicado em O'Reilly (<http://www.oreilly.com/>) Copyright 2006 O'Reilly Media, Inc. Tradução: Miriam Medeiros. Revisão técnica: Julio Preuss. Novembro 2006. Disponível em: <https://pressdelete.files.wordpress.com/2006/12/o-que-e-web-20.pdf>. Acesso em junho de 2017.

PARISER, Eli. *O filtro invisível*. O que a Internet está escondendo de você. Trad . Diego Alfaro. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PARCHEN, Charles E.; FREITAS, Cinthia O. A; EFING, Antônio Carlos. As compras coletivas e os contratos eletrônicos sob a ótica do desenvolvimento e inclusão social. *Revista de direito empresarial*. Vol. 2. São Paulo: editora RT, 2013, maio-ago.

PARCHEN, Charles E.; FREITAS, Cinthia O. A; EFING, Antônio Carlos. CRISE DA INFORMAÇÃO: A QUEM PERTENCE?. *Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias* | e-ISSN: 2526-0049| Brasília | v. 2 | n. 1 | p. 22 - 38 | Jan/jun. 2016. Disponível em: <file:///C:/Users/usuario/Downloads/787-1569-2-PB.pdf>. Acesso em jun. 2017

PASQUALOTTO, Adalberto. Dará a reforma ao Código de Defesa do Consumidor em sopro de vida? *Revista de direito do consumidor*. Vol. 78. São Paulo: ed RT, abr.-jun, 2011.

PIAGUET, Carine. *New Trends and Key Challenges in the Area of Consumer Protection*. document was requested by the European Parliament's Committee on Internal Market and Consumer Protection. . Brussels : European Parliament. DIRECTORATE GENERAL FOR INTERNAL POLICIES. POLICY DEPARTMENT A: ECONOMIC AND SCIENTIFIC POLICY, 2014.

PILOTO, Tatiana. *5 tendências sobre o uso do Big Data para melhorar experiência dos clientes* Publicada em 09 de maio de 2017. Disponível em: Publicada em 09 de maio de 2017. Acesso em junho de 2017.

PINHEIRO, Patrícia Peck. *Direito Digital*. 6 ed. rev. Atual. ampl. São Paulo: Saraiva, 2016.

NORBERT, Reich, *Party Autonomy and Consumer Arbitration in Conflict: A "Trojan Horse" in the Access to Justice in the E.U. ADR-Directive2013/11?*, 4 Penn. St. J.L. & Int'l Aff. 290 (2015).Disponível em: < <http://elibrary.law.psu.edu/jlia/vol4/iss1/14>> . Acesso em julho de 2017.

REICH, Norbert (2009) "Transnational Consumer Law-Reality or Fiction?," *Penn State International Law Review*: Vol. 27: No. 3, Article17. Disponível em:< <http://elibrary.law.psu.edu/psilr/vol27/iss3/17>>. Acesso em julho de 2017.

RIBEIRO, Luciana Antonini. *Contratos eletrônicos*. Dissertação (Mestrado em Direito) – Curso de Pós-Graduação em Direito. Faculdade de Direito de São Paulo. São Paulo, 2003.

RIFKIN, Jeremy. *Sociedade Com Custo Marginal Zero: a Internet das Coisas, os Bens Comuns Colaborativos e o Eclipse do Capitalismo*. [s/l] M. books, 2015.

RIFKIN, Jeremy. *A era do acesso*. A transição de mercados convencionais para networks e o nascimento de uma nova economia. São Paulo: Makron Books, 2001.

RODOTÁ, Stefano. *A vida na sociedade da vigilância. A privacidade hoje*. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

SANTOS, Alex Taveira; VASCONCELOS, Fernando Antônio. A proteção jurídica do consumidor no ambiente virtual: um estudo sobre a responsabilidade civil dos “Clubes de desconto” pelo fato e vício do produto. *Revista de Direito da Universidade Federal de Viçosa/MG*. Vol. 8, n. 1. 2016, p. 1-20. Disponível em:< <file:///C:/Users/usuario/Downloads/268-942-1-PB.pdf>> . Acesso em Julho de 2017.LERRRRRR)

SANTOS, Manoel J. Pereira dos; ROSSI, Mariza Delapieve. Aspectos legais do comércio eletrônico – contratos de adesão. *Revista de Direito do Consumidor*. São Paulo, 2000, n. 36, p. 105-129.

SARTORI, Ellen Carina Mattias. Privacidade e dados pessoais: a proteção contratual da personalidade do consumidor na internet. *Revista de Direito Civil Contemporâneo*. vol. 9. ano 3. p. 49-104. São Paulo: Ed. RT, out.-dez. 2016.

SCHERTEL Mendes, Laura. Privacidade, Proteção de Dados e Defesa do Consumidor - Série Idp. São Paulo: Saraiva, 2014

SCHERKERKEWITZ, Iso Chaitz. *Direito e internet*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014.

SIMÃO FILHO, Adalberto. Atividade empresarial ética em face dos direitos e garantias do usuário. In: DE LUCCA, Newton; SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de. *Direito & Internet III*. Tomo II: Marco Civil da internet (Lei n.12.965/2014). São Paulo: Quartier Latin, 2015.

SIMÃO FILHO, Adalberto. Nova empresarialidade – Uma visão ética no campo da governança e da sociedade da informação. Tese de doutoramento defendida na PUC/SP, 2003.

SIMÃO FILHO, Adalberto. Nova empresarialidade . *Revista do Instituto dos Advogados de São Paulo: RIASP*, v. 9, n. 18, p. 5-46, jul./dez. 2006.

TARTUCE, Flávio; MONTEIRO, Gracileia. A reforma do Código de Defesa do consumidor. Comentários ao PL 281/2012 e algumas sugestões. *Revista de direito do consumidor*. Vol. 99. São Paulo: editora RT, maio-jun. 2015, p.307-332.

TEIXEIRA, Tarcísio. *Curso de direito e processo eletrônico: doutrina, jurisprudência e prática*. 2 ed. atual.e ampl. São Paulo: Saraiva, 2014.

TEIXEIRA, Tarcísio. *Comércio eletrônico*. Conforme o Marco Civil da Internet e a regulamentação do *e-commerce* no Brasil. São Paulo: Saraiva, 2015.

TEIXEIRA, Tarcísio. Responsabilidade Civil no Comércio eletrônico: a livre-iniciativa e a defesa do consumidor. In: DE LUCCA, Newton; SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de. *Direito & Internet III*. Tomo II: Marco Civil da internet (Lei n.12.965/2014). São Paulo: Quartier Latin, 2015a.

TEIXEIRA, Tarcísio. *Marco Civil da Internet Comentado*. São Paulo: Almedina, 2016.

TÊMIS, Limberger, BARRETO, Robert Silva da. Ciberespaço e obstáculos 3-D desafios à concretização dos direitos do consumidor. *RDC* 79/101

TÊMIS Limberger; SALDANHA, Jânia Maria Lopes; MORAES, Carla Andreatta. *Revista de direito do consumidor*. Vol. 85, jan.- fev. 2013, p. 261-282.

TOMASEVICIUS FILHO, Eduardo. O Marco Civil da Internet e as liberdades de mercado. In: DE LUCCA, Newton; SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de. *Direito & Internet III*. Tomo II: Marco Civil da internet (Lei n.12.965/2014). São Paulo: Quartier Latin, 2015.

TORRES, Andreza Cristina Baggio. *Teoria contratual pós-moderna: TOMASEVICIUS FILHO, as redes contratuais na sociedade de consumo*. Curitiba: Ed. Juruá, 2007.

TUCKER, W.; THALER, R. H. Informação mais inteligente, consumidor mais forte. *Harvard Business Review*, 2013

UNCTAD, United Nations Conference on Trade and Development. *Cyberlaws and regulations for enhancing e-commerce: Case studies and lessons learned*.

Geneva, 25–27 March 2015. Disponível em: <http://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/ciiem5d2_en.pdf>. Acesso em julho de 2017

UNITED NATIONS. *Guidelines for consumer protection*. United Nations: New York and Geneva, 2016. Disponível em: <http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditccplpmisc2016d1_en.pdf>. Acesso em junho de 2017.

UNITED NATIONS. United Nations Conference on Trade and Development-UNCTAD. *Consumer protection in electronic commerce*. Disponível em: http://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/cicplpd7_en.pdf. Acesso em jun. 2017.

VIAL, Sophia Martini. Contratos de comércio eletrônico de consumo: desafios e tendências. *Revista de direito do consumidor*. Vol. 80. São Paulo: Ed. RT, out.-dez. 2011, p. 277 -334.

VIAL, Sophia Martini .A sociedade da (DES)informação e os contratos de comércio eletrônico. *Revista de direito do consumidor*. Vol. 88. São Paulo: Ed. RT, 2013. p.229-257

VIDONHO JUNIOR, Amadeu dos Anjos . Comércio Eletrônico e seus aspectos comercial, tributário e consumerista. *Revista Síntese Direito Empresarial* , v. IX, p. 17-51, 2016.

WACHOWICZ, Marcos. Os impactos das novas tecnologias da informação no contrato de trabalho celebrado pela internet. *Revista do Direito (Santa Cruz do Sul)*, v. n.28, p. 54-89, 2007.

WACHOWICZ, Marcos . O Comércio Eletrônico e a segurança jurídica. *Amicus Curiae (Criciúma)*, v. 3, p. 49-86, 2006 a.

WACHOWICZ, Marcos. A proteção Jurídica das Bases de Dados em Face da Revolução da Tecnologia da Informação.. *Revista de Direito Autoral*, São Paulo, v. III, p. 59-84, 2005.

WACHOWICZ, Marcos *Direito da Sociedade da Informação e Propriedade Intelectual*. 1. ed. Curitiba: Editora Juruá, 2012. v. 1. 539p .

WACHOWICZ, Marcos; GONCALVES, L. R. . O SISTEMA PEER-TO-PEER E OS LIMITES DO USO PRIVADO DE OBRAS PROTEGIDAS NA EUROPA E NO BRASIL. In: Marcos Wachowicz. (Org.). *Direito Autoral e Marco Civil da Internet*. 1ed.Curitiba: GEDAI UFPR, 2015, v. 1, p. 251-292.

WACHOWICZ, Marcos. Desenvolvimento econômico e tecnologia da informação.. In: Welber Barral, Luiz Otávio Pimentel.. (Org.). *Propriedade Intelectual e Desenvolvimento..* Florianópolis: Editora Fundação Boiteux, 2007, v. 1, p. 71-102.

WACHOWICZ, Marcos .O Direito de Informação na Sociedade do Conhecimento: possibilidades e limites do direito internacional. In: Wagner Menezes. (Org.). *Estudo de Direito Internacional*. Curitiba: Juruá Editora, 2006 b, v. VIII, p. 55-73.

WACHOWICZ, Marcos. Los Paradigmas de la Sociedad de la Información y el Derecho Informático. In: Marcos Wachowicz. (Org.). *Propriedade Intelectual e Internet*. 1ed.Curitiba: Juruá Editora, 2002, v. 1, p. 91-104.

WACHOWICZ, Marcos. Cultura digital e Marco Civil da Internet: contradições e impedimentos jurídicos no acesso à informação. In: LUCCA, Newton. SIMÃO FILHO,

Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de (coord.) . *Direito & Internet* III. Tomo II: Marco Civil da internet (Lei n.12.965/2014). São Paulo: Quartier Latin, 2015b.

WEHNER, Ulrich. Contratos Internacionais: proteção processual do consumidor, integração econômica e internet. *RDC*, n. 38, p. 142-165.

WIELEWICKI, Luís. Contratos e internet. Contornos de uma breve análise. *In: LEMOS, Ronaldo da Silva Júnior; WAISBERG, Ivo (Orgs.). Comércio eletrônico*. São Paulo: RT, 2001.

ZACLIS, Lionel. Visão alternativa da nomogênese de um sistema jurídico voltado à proteção do consumidor no comércio eletrônico internacional: a assim chamada *lex electronica*. *Revista de Direito do Consumidor*. São Paulo, jul./set. 2002, n. 43, a. 11, p. 192-204

ZANATTA, Rafael A. A proteção de dados pessoais entre Leis, Códigos e programação: os limites do Marco Civil da Internet. *In: LUCCA, Newton. SIMÃO FILHO, Adalberto; LIMA, Cíntia Rosa Pereira de (coord.) . Direito & Internet* III. Tomo II: Marco Civil da internet (Lei n.12.965/2014). São Paulo: Quartier Latin, 2015b.

ZANELLATO, Marco Antonio. Condutas ilícitas na sociedade digital. *RDC*, n. 44, p. 206-261.

ZULIA. Ênio Santarelli. *Responsabilidade civil pelos vícios dos bens informáticos e pelo fato do produto* . *In: SILVA, Regina Beatriz Tavares da; SANTOS, Manoel J. Pereira dos (coords.). Responsabilidade civil na internet e nos demais meios de comunicação*. São Paulo: Saraiva, 2012. (Série GVlaw), p. 370 fala do conceito de comércio eletrônico – citado por Teixeira 2015)