



## A SOCIEDADE DE CONSUMO VIRTUAL: A REGULAMENTAÇÃO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO

Mariana Sebalhos Jorge<sup>1</sup>  
Mayara Biondo Brasil<sup>2</sup>  
Vitor Hugo do Amaral Ferreira<sup>3</sup>

### RESUMO

O presente estudo contempla a área do direito do consumidor, delimitando-se às relações de consumo virtuais: o *e-commerce*. Neste sentido, analisou-se a importância dos meios tecnológicos na contemporaneidade, relacionando-os às relações de consumo. Para tanto, o método de abordagem utilizado foi o dialético, permeando-se pelos procedimentos histórico e monográfico. Desta forma, em tempos de *e-commerce* é salutar, senão urgente, pensar sua regulamentação, em especial, ao que tange à proteção de dados.

Palavras-chave: comércio eletrônico; proteção de dados, código de defesa do consumidor.

### ABSTRACT

This study includes the area of consumer law, limiting themselves to virtual consumer relations: e-commerce. In this sense, we analyzed the importance of technological means in the contemporary world, linking them to consumer relations. For this, the method used was the dialectical approach, permeating to the procedures historical and monograph. Thus, in times of e-commerce is salutary, if not urgent, think about its regulation, in particular, with respect to data protection.

Key-words: e-commerce; data protection; consumer protection code.

### INTRODUÇÃO

Este estudo trata sobre o que as evoluções tecnológicas alteraram nas relações de consumo nos últimos tempos, sendo que é evidente que o avanço tecnológico gera uma diversidade de consequências, entre elas a construção de um novo cenário no que tange à sociedade de consumo. Uma evolução que ocorreu em tão pouco tempo, e que continua se alterando. Tanto para os consumidores, que usufruem de uma maior segurança frente aos fornecedores, como estes que têm suas ações delimitadas e regulamentadas sempre para a proteção do elo mais vulnerável.

O objetivo do trabalho consiste em fazer uma contextualização de como se chegou à prática de comércio atual, começando a análise de forma mais ampla na antiguidade, e na forma de comércio desta época, por meio do escambo e das grandes navegações marítimas.

<sup>1</sup> Acadêmica do 5º semestre de Direito, Centro Universitário Franciscano, UNIFRA. Acadêmica de Relações Internacionais, Universidade Federal de Santa Maria, UFSM. [msebalhos@gmail.com](mailto:msebalhos@gmail.com)

<sup>2</sup> Acadêmica do 5º semestre de Direito, Centro Universitário Franciscano, UNIFRA. [mayara.biondobrasil@gmail.com](mailto:mayara.biondobrasil@gmail.com)

<sup>3</sup> Docente do Curso de Direito, Centro Universitário Franciscano, UNIFRA, [vitorhugodir@hotmail.com](mailto:vitorhugodir@hotmail.com)



Tratando ainda, em fazer a análise da regulamentação atual que rege as relações de consumo, encerrando o estudo ao apontar as perspectivas da regulamentação do comércio eletrônico a partir do anteprojeto de lei que visa atualizar o Código de Defesa do Consumidor (CDC).

O que o Código de Defesa do Consumidor (CDC) atualmente não prevê, como a proteção aos dados pessoais do consumidor, ou a proteção deste frente aos vícios que o bem adquirido pode possuir, uma vez que não há a visualização física deste no momento de celebração do contrato, são alguns dos principais cuidados que o anteprojeto de lei procura garantir no seu texto.

O método de abordagem empregado neste trabalho é o dialético, uma vez que há a preocupação que adentra o mundo dos fenômenos jurídicos, através da mudança que ocorre na natureza e na sociedade. Como métodos de procedimento empregados há o histórico, pois se faz uma busca de fatos históricos que deram origem ao movimento consumerista, para chegar à contemporaneidade, e o método monográfico, pois se baseia em uma análise de estudo base, a partir da compilação de informações e pesquisa doutrinária referente ao comércio eletrônico e de sua regulamentação-

## **1 A SOCIEDADE DE CONSUMO**

Impossível mencionar as evoluções que ocorreram na legislação brasileira, e não citar um dos seus ramos que mais gera conflitos: a relação entre consumidor e fornecedor.

Na antiguidade, era muito comum a prática do escambo, sendo este a troca de mercadorias e serviços entre os povos.

O povo fenício é um exemplo deste fenômeno devido à forma como expandiu suas fronteiras mercantis e consolidou sua economia entre os séculos XII a.C. e o VII a.C.. Percorreu a costa do Mediterrâneo ocidental, auxiliado por sua posição geográfica, e fixou seus pontos de trocas em diversas regiões da península. Conforme Costa e Mello (1994, p. 58) eles “fundaram colônias e feitorias em todo o Mediterrâneo, atingiram o mar Negro, o oceano atlântico e o mar Norte, chegando até as costas da Inglaterra”. Vicentino (2001, p. 53) afirma que “os mercadores fenícios – maiores comerciantes, marinheiros e exploradores do mundo antigo – buscavam e levavam mercadorias por toda a bacia mediterrânea”.



O povo Babilônico, contemporâneo daquele, apresentou os primeiros indícios escritos do direito do consumidor no Código de Hamurabi. Como bem explana a doutrina havia,

[...] já no antigo “código de hamurabi” certas regras que, ainda que indiretamente, visavam a proteger o consumidor. Assim, por exemplo, a Lei nº 233 rezava que o arquiteto que viesse a construir uma casa cujas paredes se revelassem deficientes teria a obrigação de reconstruí-las ou consolidá-las às suas próprias expensas. (FILOMENO, 2011, p. 22)

Assim, pode-se dizer que houve uma evolução na relação que hoje é compreendida entre consumidor e fornecedor. Antigamente, o sujeito de direitos, definido hoje como consumidor,

[...] era identificado com outros nomes, como “contratante”, como “cliente”, como “comprador”, como aquele que é transportado, o mutuário, quem contratava um serviço, o “terceiro” beneficiário de um seguro, enfim, o contratante ou o terceiro-vítima do fato de um produto e de um serviço. (BENJAMIN; MARQUES; BESSA, 2010, p. 29).

Durante a idade média os metais ganharam força como moeda de troca, surgindo o chamado mercantilismo. Esta forma econômica é a mais próxima da atual forma de comércio, e se consagrou no período de transição do feudalismo para o capitalismo. Este sistema capitalista que predomina até hoje trouxe uma significativa alteração no setor produtivo e nas relações de trabalho, e adaptou-se às três revoluções industriais que ocorreram no seu tempo. Há com ele, na primeira revolução industrial, o início da troca do homem por máquinas e uma produção em larga escala, em que o trabalhador é responsável por apenas uma parte da produção final, como pode se observar no texto de doutrinadores,

[...] a primeira revolução industrial (do carvão e do aço) massificou a forma de produção, industrializou e despersonalizou esta produção em grandes quantidades e para um número indeterminado de consumidores, mas trouxe também novas formas de energia que levaram à evolução do transporte e daí à distribuição dos bens de consumo. (BENJAMIN; MARQUES; BESSA, 2010, p. 44).

Surge assim, uma sociedade que pensa através do ideal capitalista, em que é preciso comprar, adquirir, e uma vez que se paga por um produto ou por um serviço, este não deve possuir vícios, deve estar de acordo com o esperado. Este direito consagrado hoje como um



direito do consumidor foi alvo de inúmeras discussões em todo este período em que não esteve regulamentado. Como se encontra demonstrado na doutrina, é importante este entendimento histórico da industrialização, através das três revoluções industriais que ocorreram no mundo, e a evolução tecnológica,

[...] a figura do intermediário entre o fabricante e o comprador apareceu fortemente na segunda revolução industrial, também identificada com a fase econômica do taylorismo e do fordismo: evoluiu a forma de produzir e de distribuir em massa e modificaram-se os hábitos dos consumidores, novo nome dado aos trabalhadores, que agora, melhor pagos, “consumiam” o que produziam. A terceira revolução industrial é representada pela informatização e globalização da economia. (BENJAMIN; MARQUES; BESSA, 2010, p. 44).

Atualmente, a ciência do consumo está presente na vida das pessoas, no seu cotidiano, com uma maior facilidade do que antigamente. Há ainda críticos que afirmam que o mundo passa pelo que corresponderia a uma “quarta revolução industrial”. Isto devido à tecnologia gerada nos últimos anos, através de celulares cada vez mais modernos, computadores, redes de internet e diversos meios de comunicação que vêm alterando o comportamento do consumidor constantemente.

A tecnologia atual propicia à sociedade compras on-line, sites de compras coletivas, com uma facilidade tão grande, que não é preciso sair de casa para estabelecer uma relação de consumo. Há quem faça a comparação desta relação de consumo virtual com o que antigamente se conhecia por escambo, através de sites que foram criados para que se realizem trocas com outras pessoas, entre mercadorias que não te são mais úteis, uma prática muito comum nas sociedades antigas, em que o dinheiro não era o que mais importava na relação comercial, como já explicitado neste trabalho.

### **1.1 A sociedade de consumo e o código de defesa do consumidor**

Como explanado no item anterior, o direito do consumidor é motivo de preocupação desde os tempos mais primórdios. A sociedade de consumo que se formou ao longo do período histórico foi protagonista de um dos ramos do direito brasileiro que mais teve necessidade de regulamentação, para apaziguar os conflitos que surgiram.

Era evidente nesta relação comercial, de consumo, que um dos seus elos é mais vulnerável que o outro, e que precisava de uma proteção específica quanto aos seus direitos.



Esta preocupação tornou-se evidente a partir do discurso de John F. Kennedy, em 1962, “em que este presidente norte-americano enumerou os direitos do consumidor e os considerou como novo desafio necessário para o mercado”. (BENJAMIN; MARQUES; BESSA, 2010, p. 30).

No direito brasileiro, esta preocupação com o consumidor apareceu por meio da promulgação da Constituição Federativa do Brasil de 1988, vigente até hoje, definindo o direito do consumidor como um direito e garantia fundamental ao cidadão<sup>4</sup>. (BRASIL, Constituição Federal, 1988).

A Constituição baseou as normas sobre o consumidor no princípio da hipossuficiência, que vigeu desde então, tratando este como uma parte mais vulnerável na relação jurídica, na relação de consumo, e necessitado de uma proteção frente aos grandes fornecedores.

Deste modo, em maio de 1990 entrou em vigor a lei que seria a principal responsável pela proteção do consumidor até os dias atuais. A Lei nº 8.078 estabelece o Código de Defesa do Consumidor (CDC).

Após 22 anos da promulgação deste código, a sociedade ainda se depara com certa restrição quanto ao seu uso. É sabido que muitas instituições comerciais não seguem as regras impostas pelo CDC, e ainda são muitos os cidadãos brasileiros que não possuem conhecimento sobre seus direitos consumeristas, o que gera um atraso social.

A diversidade tecnológica, o avanço da produção e o aumento do consumo são fatores que corroboram como um novo contexto à sociedade de consumo, ainda que mais ampla que o direito, mas carecedora da regulamentação e manifestação deste sobre aquela.

## **1.2 A necessidade de regulamentação de novos sistemas tecnológicos de informação e consumo**

Com todos os avanços que ocorreram no decorrer do período histórico nos meios

---

<sup>4</sup> No seu artigo 5º, inciso XXXII, esta Constituição prevê que o Estado deve promover, na forma da lei, a defesa do consumidor. Define ainda no artigo 170, inciso V, o direito do consumidor como um princípio da ordem econômica brasileira, uma vez que esta deveria proteger a parte mais frágil frente à voracidade do mercado financeiro. Demonstrando a necessidade de uma regulamentação específica sobre o assunto através de uma norma infraconstitucional, há no Ato das Disposições Constitucionais Transitórias da Constituição de 1988, no seu artigo 48, regulamentado que em cento e oitenta dias da promulgação da Constituição, seria elaborado o código de defesa do consumidor. (BRASIL, Constituição Federal, 1988)



tecnológicos, é de extrema importância mencionar a falta de regulamentação que estes sofrem.

A sociedade vive em uma era digital, que atualmente tem no computador seu principal meio de comunicação, que interliga as pessoas umas com as outras. Como observamos no texto de Têmis Limberger,

[...] atualmente, o acesso de um maior número de pessoas à informática representa um avanço para a comunicação, uma vez que o computador não é somente uma máquina, com seu aspecto tecnológico de última geração, mas também leva consigo a possibilidade de transmitir a informação de uma forma muito veloz. Hoje em dia, os computadores não estão mais isolados, mas sim interligados em redes, em conexão com outros computadores. (LIMBERGER, 2007, p. 51)

Para Limberger (2007), há duas perspectivas a partir destes novos meios criados nesta era digital. Uma positiva, em que há uma rapidez e agilidade em armazenar e circular informações e conhecimentos, e uma visão negativa em que existe o risco de haver uma violação às liberdades de cada pessoa, caso em que deveria ter uma intervenção do poder público para fiscalizar e proteger.

A internet é, atualmente, a rede que interliga os cidadãos com o resto do mundo. Ela propicia que haja uma troca cultural entre os países, que podem inclusive comprar e adquirir produtos uns com os outros.

De acordo com Letícia Canut, “a internet, assim como o próprio paradigma digital, resulta da convergência de diversas tecnologias de comunicação. Ela é a rede mundial, ou seja, a maior interconexão de redes de computador do mundo”. (CANUT, 2008, p. 56)

Assim, cabe-se ressaltar ainda que a internet “é um dos mais fantásticos exemplos de construção cooperativa internacional, a expressão técnica de um movimento que começou por baixo, constantemente alimentado por uma multiplicidade de iniciativas locais”. (LÉVY, 1999, p. 126)

Letícia Canut relata ainda que,

[...] destaca-se que todos os desafios advindos com o novo espaço de comunicação para as diferentes atividades nele desenvolvidas, em seus variados aspectos, e para os diferentes atores que nele atuam, têm sido enfrentados, ou ao menos analisados, na tentativa de encontrar-se uma solução viável. (CANUT, 2008, p. 62)

Por meio de todos os avanços tecnológicos na área da produção, comunicação,



educação e informação surge a tecnologia em prol do consumo, nascendo então o comércio eletrônico. Esta prática é repleta de instrumentos até então não abrangidos pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) de 1990, por se tratar de um hábito recente no cotidiano da sociedade. Necessita, logo, de regulamentação para maior seguridade do consumidor e também do comerciante.

## 2 O COMÉRCIO ELETRÔNICO

O comércio eletrônico, ainda não regulamentado pelo CDC atual, é uma prática que a tecnologia propiciou à sociedade nos dias atuais, e que a cada dia ganha novos adeptos. Diante da sua praticidade, e até por oferecer descontos aos consumidores, como no exemplo das compras coletivas, é que cada vez mais pessoas estão recorrendo a estas práticas. Conforme Letícia Canut desde que entrou nesta nova era digital,

[...] o comércio tem sido a atividade mais atrativa e visada do ciberespaço e, assim, da internet. Isto se dá, principalmente, pelas expectativas de lucro que são criadas a seu respeito. Além, é claro, do fato de apresentar-se como um novo modo de contratação que fornece, diante de suas diversas novidades, vantagens tanto para o consumidor quanto para o fornecedor/comerciante. (CANUT, 2008, p. 133)

Esta prática, no entanto, começou a criar conflitos, que passaram a buscar respostas e soluções na justiça brasileira. Como relata Marília Scriboni (2012), “o comércio eletrônico é tema recorrente de reclamações dos *e*-consumidores”, como são chamados os consumidores desta relação de consumo eletrônica. Ela afirma que o modo eletrônico é novo, mas os problemas que este comércio tem gerado não são diferentes das que já existiam nas relações de consumo, como as reclamações quanto às quantias pagas, às cláusulas contratuais de não responsabilidade dos sites de compra, às falhas nos anúncios dos produtos oferecidos, e aos contratemplos que ocorrem no momento da entrega do bem adquirido. (SCRIBONI, 2012).

Em uma tentativa de esclarecer o que seria o comércio eletrônico, Letícia Canut (2008) afirma “que ele consiste nas negociações com teor econômico realizadas por intermédio dos meios eletrônicos”, negociações que a autora chama de contratos eletrônicos.

Diante deste novo fenômeno das relações de consumo, o Legislativo brasileiro lançou em 2012, um anteprojeto de atualização do CDC, que prevê a inserção de uma seção que tratará a respeito do comércio eletrônico.



## 2.1 O comércio eletrônico no anteprojeto de lei do Código de Defesa do Consumidor

O Poder Legislativo, nesta temática por iniciativa do Congresso Nacional<sup>5</sup>, visando a evolução consumerista, elaborou o anteprojeto de atualização do Código de Defesa do Consumidor (CDC), que prevê a existência da relação de consumo virtual equilibrada e segura para transações e principalmente para o próprio consumidor. Desta forma está explícito no artigo 45-A da seção VII, destinada ao comércio eletrônico que,

[...] esta seção dispõe sobre normas gerais de proteção do consumidor no comércio eletrônico, visando a fortalecer a sua confiança e assegurar tutela efetiva, com a diminuição da assimetria de informações, a preservação da segurança nas transações, a proteção da autodeterminação e da privacidade dos dados pessoais. Parágrafo único. As normas desta Seção aplicam-se às atividades desenvolvidas pelos fornecedores de produtos ou serviços por meio eletrônico ou similar. (BRASIL, Projeto de lei que altera a Lei nº 8.078, 2012)

Em método acessível ao cidadão, seja ele fornecedor ou consumidor, o anteprojeto expõe sobre a proteção de dados dos usuários da rede, uma vez que, conforme explanado na citação anterior regulamenta a garantia sobre a proteção da autodeterminação e da privacidade dos dados pessoais. De acordo com a Escola Nacional de Defesa do Consumidor,

[...] o tema é de grande relevância, na medida em que a conexão entre a defesa do consumidor e a proteção de dados é cada dia mais forte em uma economia da informação, em que as empresas buscam ao máximo a personalização da produção, comercialização e da publicidade. No mercado de consumo, os dados pessoais obtidos por meio da utilização de novas tecnologias da informação se transformam em um recurso essencial e valioso, tanto para a redução dos riscos empresariais, como para a fidelização do consumidor. (BRASIL, 2010, p. 7).

Esta proteção ao consumidor eletrônico deve basear-se através de princípios já consagrados na relação de consumo existente. Deve-se analisar a hipossuficiência de uma parte frente à outra na relação de consumo, principalmente por se tratar de um meio em que não há o contato físico com o fornecedor, devendo-se buscar a proteção do elo mais fraco.

---

<sup>5</sup> O Congresso Nacional reuniu uma comissão de juristas para a formulação do Projeto de Lei que visa aperfeiçoar e atualizar a Lei nº 8.078 de 1990. Assim, o ministro Herman Benjamin, do Superior Tribunal de Justiça, foi nomeado o presidente da comissão de juristas do Senado Federal que elaboraram o anteprojeto de atualização do CDC. Benjamin já havia participado da elaboração do atual CDC em 1989. A comissão de juristas foi criada pelo presidente do Senado Federal, José Sarney, em 30 de novembro de 2010. O projeto prevê atualização do CDC quanto ao comércio eletrônico, ao superendividamento, e às ações coletivas. (BAPTISTA, 2012)





O anteprojeto que visa atualizar o CDC busca evitar que haja certa facilidade para a incidência de práticas abusivas, diante da qualidade do bem ofertado, da escassez de suas informações empresariais, do modo de contrato firmado, entre outras características que a compra *online* pode propiciar.

Deste modo, o anteprojeto prevê detalhes das relações de consumo que ocorrem por meio eletrônico, como o dever do fornecedor de disponibilizar e propiciar fácil comunicação com o consumidor, de dispor meios de segurança eficazes ao consumidor, o dever de disponibilizar em local de fácil visualização o nome da empresa, seu contato, e suas informações necessárias para a sua localização, disponibilizando seu endereço geográfico e eletrônico, o dever de confirmação imediata do recebimento da aceitação da oferta, entre outros pontos.<sup>6</sup>

No anteprojeto, uma atualização importante e muito significativa está no artigo 45-E, § 5º, inciso II, em que fica,

[...] vedado veicular, hospedar, exibir, licenciar, alienar, utilizar, compartilhar, doar ou de qualquer forma ceder ou transferir dados, informações ou identificadores pessoais, sem expressa autorização e consentimento informado do seu titular, salvo exceções legais. (BRASIL, Projeto de lei que altera a Lei nº 8.078, 2012)

O artigo 72-A faz a previsão de pena de reclusão de 1 a 4 anos e multa, para aquele que não cumprir com a previsão acima. Trata-se da regulamentação frente a proteção à intimidade, e aos dados pessoais, assunto que é muito discutido, uma vez que não há até então expressamente delimitado isto.

Para o mercado de empresas e fornecedores, se trata de um produto altamente valioso, uma vez que a partir dele pode-se traçar os objetivos da empresa, seu público alvo, e condições aquisitivas dos seus consumidores. Mas este tipo de comércio, quando não realizado em atenção ao princípio da boa-fé, da segurança e da confiança entre as partes, pode ser nocivo ao consumidor, podendo causar-lhe constrangimento ou violação de sua intimidade, existindo, assim, uma nova vulnerabilidade do consumidor. Como bem explica o Ministério da Justiça,

---

<sup>6</sup> Estas previsões encontram-se nos artigos 45-B, 45-C, e 45-D do anteprojeto de lei que visa alterar a Lei nº 8.078. (BRASIL, Projeto de lei que altera a Lei nº 8.078, 2012)



[...] a abundância da informação passível de ser obtida sobre o consumidor pode caracterizar uma nova vulnerabilidade do consumidor em relação àqueles que detêm a informação pessoal. O acesso do fornecedor a estas informações é capaz de desequilibrar a relação de consumo em várias de suas fases, ao consolidar uma nova modalidade de assimetria informacional. (Brasil, 2010, p. 9 e 10).

Confirmando o fascínio dos fornecedores neste banco de dados Meglena Kuneva explana que “os dados pessoais são o novo óleo da Internet e a nova moeda do mundo digital” (“Personal data is the new oil of the Internet and the new currency of the digital world”. Discurso proferido na mesa redonda sobre coleta de dados, direcionamento e perfilação. Bruxelas, 31 de março de 2009).

A principal preocupação em proteger os dados do elo consumerista é de assegurar o direito de crédito, restringindo se houver vestígios de inadimplemento do consumidor em suas relações.

Como um resumo do que toda esta atualização significa dentro do direito brasileiro, e os seus fundamentos legais, está previsto na própria justificação do anteprojeto que,

[...] se, à época da promulgação do Código de Defesa do Consumidor, o comércio eletrônico nem sequer existia, atualmente é o meio de fornecimento a distância mais utilizado, alcançando sucessivos recordes de faturamento. Porém, ao mesmo tempo ocorre o aumento exponencial do número de demandas dos consumidores. As normas projetadas atualizam a lei de proteção do consumidor a esta nova realidade, reforçando, a exemplo do que já foi feito na Europa e nos Estados Unidos, os direitos de informação, transparência, lealdade, autodeterminação, cooperação e segurança nas relações de consumo estabelecidas através do comércio eletrônico. Busca-se ainda a proteção do consumidor em relação a mensagens eletrônicas não solicitadas (spams), além de disciplinar o exercício do direito de arrependimento. (BRASIL, Projeto de lei que altera a Lei nº 8.078, 2012).

Assim, pode-se observar a importância desta atualização e inclusão de um ramo do direito do consumidor ainda não previsto na sua ordem legal, e que vai alterar significativamente o mundo fático da relação de consumo virtual.

## CONCLUSÃO

Com toda evolução dos meios de comunicação, propiciada pelo avanço tecnológico, é importante a análise dos fenômenos históricos em uma linha cronológica até os dias atuais. O modo em que a sociedade do mundo contemporâneo se organiza é um dos principais



fatores responsável pelo aumento considerável das relações de consumo estabelecidas por meio da internet.

Portanto, o *e-commerce*, designação para comércio eletrônico na língua inglesa, é a forma atual e tecnológica da relação de consumo que mais cresce, e necessita assim, de regulamentação para proteger as partes da relação de consumo, especialmente o elo mais vulnerável, o consumidor.

Observando esta necessidade o Poder Legislativo, agilmente, produziu e segue analisando o anteprojeto do Código de Defesa do Consumidor como um modo para apaziguar possíveis conflitos. Espelha-se em Leis existentes no direito das relações virtuais estrangeiro para proteção do consumidor, principalmente na área de proteção à intimidade e proteção aos dados pessoais.

Ao anteprojeto em comento cabe ainda muita discussão, para que todas as suas alterações sejam minuciosas e que não deixem qualquer lacuna. O comércio eletrônico é uma realidade que está cada vez mais presente na vida cotidiana de todos os cidadãos. É necessária a sua regulamentação, principalmente por estabelecer aos fornecedores limites e deveres frente aos seus consumidores, como um meio de melhor garantir a segurança destes. No direito, é importante que a preocupação com os novos fenômenos globais gere novos projetos de leis que englobem e regulamentem os seus fatos.

## REFERÊNCIAS

BAPTISTA, Rodrigo. Comissão de juristas apresenta relatório sobre atualização do CDC. **Portal de Notícias, Agência Senado**. Disponível em: <<http://www12.senado.gov.br/noticias/materias/2012/03/14/comissao-de-juristas-encerra-primeira-etapa-do-cdc>> Acesso em: 07 maio. 2012.

BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010.

BRASIL. **Constituição Federal**. Brasília: Senado Federal, 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constitui%C3%A7ao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constitui%C3%A7ao.htm)> Acesso em: 13 abril. 2012.

BRASIL. **Escola Nacional de Defesa do Consumidor**. A proteção de dados pessoais nas relações de consumo: para além da informação creditícia / Escola Nacional de Defesa do Consumidor; elaboração Danilo Doneda. – Brasília: SDE/DPDC, 2010.

BRASIL, **Projeto de lei que 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. Brasília: Senado Federal, 2012. Disponível em: <[http://www.senado.gov.br/senado/codconsumidor/pdf/Anteprojeto\\_finais\\_14\\_mar.pdf](http://www.senado.gov.br/senado/codconsumidor/pdf/Anteprojeto_finais_14_mar.pdf)> Acesso em: 17 abril. 2012.



CANUT, Letícia. **Proteção do consumidor no comércio eletrônico**: uma questão de inteligência coletiva que ultrapassa o direito tradicional. Curitiba: Juruá, 2008.

COSTA, Luís César Amad; MELLO, Leonel Itaussu A. **História antiga e medieval da comunidade primitiva ao estado moderno**. 2. ed. São Paulo: Scipione, 1994.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de direitos do consumidor**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. 1. ed. São Paulo: 34, 1999.

LIMBERGER, Têmis. **O direito à intimidade na era da informática**: a necessidade de proteção dos dados pessoais. Porto Alegre: Livraria do advogado, 2007.

SCRIBONI, Marília. E-commerce traz velhos problemas para consumidores. **Revista Consultor Jurídico**. Disponível em: <<http://www.conjur.com.br/2012-mar-15/comercio-eletronico-traz-mesmos-velhos-problemas-consumidores>> Acesso em: 15 abril. 2012.

VICENTINO, Cláudio. **História para ensino médio**: história geral e do Brasil. Cláudio Vicentino, Gianpaolo Dorigo. São Paulo: Scipione, 2001.