



SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	1
1 INTERNET E GLOBALIZAÇÃO.....	9
1.1 A sociedade globalizada.....	9
1.2 Internet.....	18
1.3 O tráfego jurídico na Internet e os valores fundamentais ligados à pessoa. As redes sociais virtuais. Proteção de dados pessoais e privacidade. <i>Profiling. Dark patterns</i>	35
1.3.1 As fontes de direito e sua necessária conformação à ordem constitucional.....	53
1.4 Inteligência Artificial.....	60
2 DOCUMENTO ELETRÔNICO.....	69
2.1 Noção geral de documento. Assinatura eletrônica e assinatura digital. Criptografia.....	69
2.1.1 Certificação digital.....	75
2.2 Aspectos probatórios do documento eletrônico. Proteção do consumidor e inversão do ônus da prova.....	78
2.3 Regulação da matéria no direito uniforme e na legislação estrangeira.....	80
2.3.1 UNCITRAL.....	81
2.3.2 Legislação estrangeira.....	82
2.3.2.1 Espanha.....	82
2.3.2.2 Portugal.....	84
2.3.2.3 França.....	85
2.3.2.4 Itália.....	86
2.3.2.5 Alemanha.....	87
2.3.2.6 Reino Unido.....	88
2.3.2.7 CEE.....	89
2.3.2.8 Colômbia.....	90
2.3.2.9 Argentina.....	91
2.3.2.10 Estados Unidos.....	91
2.4 Brasil.....	93
3 O MOMENTO E O LUGAR DA FORMAÇÃO DO CONTRATO.....	99
3.1 Incidência das normas de proteção do consumidor.....	99
3.2 Local da formação do contrato.....	107
3.3 Contratos de adesão.....	113
3.4 Identificação das partes. Os nomes de domínio. O estabelecimento virtual.....	116
3.5 Contratos conexos de consumo via Internet: fornecedores de intermediação e <i>sites</i> de compras coletivas. A economia compartilhada e o caso do Uber.....	121
3.5.1 <i>Sites</i> de leilão e fornecedores de certificação.....	133
3.5.2 <i>Sites</i> de compra coletiva.....	138

3.6	As restrições ao uso da Internet fixa: neutralidade e proteção dos consumidores.....	146
3.7	ODRs e conflitos repetitivos nas relações de consumo.....	147
3.8	Oferta eletrônica.....	151
3.8.1	Modalidades da oferta	160
3.8.2	A vinculação resultante da publicidade.....	163
3.8.3	A oferta via <i>e-mail</i> se equipara à oferta postal convencional?	171
3.8.4	A revogação da oferta e seus efeitos	175
3.8.5	Aplicabilidade do prazo de arrependimento em benefício do consumidor	177
3.9	<i>Smart contracts</i>	180
4	A REGULAMENTAÇÃO CIVIL DA INTERNET NO BRASIL.....	185
4.1	A atualização do Código de Defesa do Consumidor e o comércio eletrônico – PL nº 3.514/2015 e o Decreto nº 7.962/2012.....	185
4.2	O Decreto nº 7.962/2013.....	185
4.3	O PL Nº 3.514/2015.....	189
4.4	O Marco Civil da Internet no Brasil – Lei nº 12.965/2014	209
4.5	A Lei Geral de Proteção de Dados e sua principiologia.....	225
4.5.1	Dados pessoais e consumo. Panorama da LGPD.....	228
4.5.2	Os princípios gerais da proteção de dados pessoais.....	242
4.5.2.1	Princípio da boa-fé	242
4.5.2.2	Princípio da finalidade	243
4.5.2.3	Princípio da adequação	245
4.5.2.4	Princípio da necessidade.....	245
4.5.2.5	Princípio do livre acesso.....	245
4.5.2.6	Princípio da qualidade dos dados.....	246
4.5.2.7	Princípio da transparência.....	246
4.5.2.8	Princípio da segurança	248
4.5.2.9	Princípio da prevenção.....	248
4.5.2.10	Princípio da não discriminação	248
4.5.2.11	Princípio da responsabilização e da prestação de contas.....	250
	BIBLIOGRAFIA.....	253