

Nadia Andreotti Tüchumantel Hackerott
COORDENADORA

Aspectos Jurídicos do E-commerce

NADIA ANDREOTTI TÜCHUMANTEL HACKEROTT 1101010101010 ADEMIR ANTONIO PEREIRA JR.
1101010101010 ANA PAULA MORAES CANTO DE LIMA 101010101010 CAIO DE FARO NUNES
1101010101010 CARMEN SFEIR JACIR 1101010101010 FELIPE CECCOTTO CAMPOS
1101010101010 FERNANDO DAVI GONÇALVES 101010101010 GISELE PAULA 1101010101010
GUILHERME BARZAGHI HACKEROTT 1101010101010 GUILHERME MUCELIN 1101010101010
HAROLDO NUNES 1101010101010 LARISSA CAROLINA LOTUFO DA COSTA 1101010101010
LÚCIA SOUZA D'AQUINO 01010101010 MARCUS VINÍCIUS HIGINO MAIDA 1101010101010
MAURÍCIO ZAN BUENO 1101010101010 MILLA CERQUEIRA FONSECA 1101010101010
PATRICIA PECK PINHEIRO 101010 01010 RENATA CÂNDIDA DA CRUZ NUNES 1101010101010
RENATO ROSSATO AMARAL 1101010101010 RODRIGO FERNANDES REBOUÇAS
101010101010 THOMAS GIBELLO GATTI MAGALHÃES 1101010101010
WILSON PINHEIRO JABUR 1101010101010 YAN VILLELA VIEIRA

THOMSON REUTERS

**REVISTA DOS
TRIBUNAIS™**

Diretora de Conteúdo e Operações Editoriais

JULIANA MAYUMI ONO

Gerente de Conteúdo

MILISA CRISTINE ROMERA

Editorial: Aline Marchesi da Silva, Diego Garcia Mendonça, Karolina de Albuquerque Araújo e Quenia Becker

Gerente de Conteúdo Técnico: Vanessa Miranda de M. Pereira

Direitos Autorais: Viviane M. C. Carmezim

Analista de Conteúdo Editorial: Juliana Menezes Drumond

Analista de Projetos: Camilla Dantara Ventura

Estagiárias: Ana Amália Strojnowski, Bárbara Baraldi e Bruna Mestriner

Produção Editorial

Coordenação

ANDRÉIA R. SCHNEIDER NUNES CARVALHAES

Especialistas Editoriais: Gabriele Lais Sant'Anna dos Santos e Maria Angélica Leite

Analista de Projetos: Larissa Gonçalves de Moura

Analistas de Operações Editoriais: Aiana Fagundes Valério, Caroline Vieira, Danielle Castro de Moraes, Mariana Piastino Andrade, Mayara Macioni Pinto, Patrícia Melhado Navarra e Vanessa Mafra

Analistas de Qualidade Editorial: Ana Paula Cavalcanti, Fernanda Lessa, Thais Pereira e Victória Menezes Pereira

Designer Editorial: Lucas Kfourí

Estagiárias: Bianca Satie Abduch, Maria Carolina Ferreira, Sofia Mattos e Tainá Luz Carvalho

Capa: Linotec

Líder de Inovações de Conteúdo para Print

CAMILLA FUREGATO DA SILVA

Visual Law: Lucas Kfourí e Vanessa Mafra

Equipe de Conteúdo Digital

Coordenação

MARCELLO ANTONIO MASTROROSA PEDRO

Analistas: Gabriel George Martins, Jonatan Souza, Maria Cristina Lopes Araujo e Rodrigo Araujo

Gerente de Operações e Produção Gráfica

MAURICIO ALVES MONTE

Analista de Produção Gráfica: Aline Ferrarezi Regis e Jéssica Maria Ferreira Bueno

Assistente de Produção Gráfica: Ana Paula Evangelista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Aspectos jurídicos do e-commerce / Nadia Andreotti Tüchumantel Hackerott, coordenadora. -- 1. ed. -- São Paulo : Thomson Reuters Brasil, 2021

Bibliografia

ISBN 978-65-5614-823-6

1. Comércio eletrônico 2. Comércio eletrônico - Legislação I. Hackerott, Nadia Andreotti Tüchumantel.
21.56466 CDU-34:004.738.5:339

Índices para catálogo sistemático:

1. Comércio eletrônico : Aspectos jurídicos : Direito 34:004.738.5:339
Maria Alice Ferreira - Bibliotecária - CRB-8/7964

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	5
1. BREVE EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO E-COMMERCE	17
GUILHERME BARZAGHI HACKEROTT	
Introdução	17
1. Como surgiu o comércio eletrônico?	18
2. E o comércio eletrônico no Brasil?	22
3. Qual é a principal classificação do comércio eletrônico?	25
4. Quais são as diferenças entre <i>e-commerce</i> puro e o <i>marketplace</i> ?	26
Considerações Finais.....	27
Referências Bibliográficas	29
2. PLANEJAMENTO FISCAL E SOCIETÁRIO NA ESTRUTURAÇÃO DO E-COMMERCE	31
FELIPE CECCOTTO CAMPOS	
Introdução	31
1. Quais são as estruturas jurídicas mais utilizadas nas atividades de <i>e-commerce</i> ?	33
2. Como funciona a tributação das atividades comerciais no Brasil?	38
Simples Nacional.....	40
Lucro Presumido.....	41
Lucro Real	42
3. Quais as principais diferenças na tributação das atividades de <i>marketplace</i> e do comércio próprio (<i>e-commerce</i> próprio)?	43
4. Como funciona a tributação na importação de bens para revenda no mercado interno (<i>dropshipping</i>)?.....	45
5. Quais aspectos tributários devem ser considerados no aporte de investidores (investidor anjo)?	47
6. Há benefícios fiscais e outras facilidades para atuação exclusivamente on-line?	50
7. Quais são as principais dificuldades tributárias enfrentadas nas atividades de <i>e-commerce</i> ?	51

10 ASPECTOS JURÍDICOS DO E-COMMERCE

Considerações Finais	53
Referências Bibliográficas	56
3. A PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL	57
NADIA ANDREOTTI TUCHUMANTEL HACKEROTT	
Introdução	57
1. Tive uma ideia. O que fazer para protegê-la?	59
2. Que pontos abordar no contrato de desenvolvimento de website?	68
3. Como combater a concorrência desleal?	70
4. Qual a responsabilidade do <i>marketplace</i> sobre os itens disponibilizados na plataforma? O que fazer para evitar a venda de produtos contrafeitos?	72
Considerações Finais	75
Referências Bibliográficas	76
4. NOMES DE DOMÍNIO: COMO REGISTRAR E SOLUCIONAR CONFLITOS	79
WILSON PINHEIRO JABUR	
Introdução	79
1. Os nomes de domínio: estrutura, funções e registro	80
2. Conflitos	83
2.1. Como solucionar uma disputa envolvendo um nome de domínio de primeiro nível genérico?	83
2.2. Como solucionar uma disputa envolvendo um nome de domínio de primeiro nível genérico?	86
Considerações Finais	88
Referências Bibliográficas	89
5. O USO DE IMAGEM NO E-COMMERCE	91
WILSON PINHEIRO JABUR e CAIO DE FARO NUNES	
Introdução	91
1. Quais são os principais elementos de um contrato envolvendo o uso da imagem de influenciadores digitais?	94
1.1. Proteção à reputação	94
1.2. Especificação da responsabilidade civil assumida pelas partes	96
1.3. Cláusula de não concorrência	98
1.4. Cláusula de mediação	99
Considerações Finais	100
Referências Bibliográficas	101

6. DIREITOS DO CONSUMIDOR	105
GUILHERME MUCELIN e LÚCIA SOUZA D'AQUINO	
Introdução	106
1. O que é <i>e-commerce</i> para fins de direito do consumidor?.....	106
2. Quais seus principais modelos e qual sua relação com o âmbito de aplicação do CDC?.....	107
3. Quem são os consumidores no <i>e-commerce</i> ?	108
4. Quem são os fornecedores do <i>e-commerce</i> ?	111
5. Quais as principais normas que orientam e regulam as relações de consumo ocorridas no ambiente virtual?	115
6. Quais os princípios de direito do consumidor que orientam as relações de consumo virtuais?	117
7. Qual o conteúdo do direito à informação e como ele se aplica aos contratos eletrônicos?	121
8. Quais as principais especificidades dos contratos de consumo eletrônicos?	125
9. Quais as condições de exercício do direito de arrependimento pelo consumidor?	126
10. E o <i>e-commerce</i> de compartilhamento/relação de consumo compartilhado?	132
11. Os <i>marketplaces</i> e as redes sociais são responsáveis pelos negócios que ocorrem por seu intermédio?	136
12. Quais os princípios aplicáveis à publicidade no comércio eletrônico? ...	137
13. E após a contratação, quais direitos são assegurados ao consumidor? ...	143
Considerações Finais	147
Referências Bibliográficas	149
7. COMUNICAÇÃO COM O CLIENTE	155
HAROLDO NUNES e GISELE PAULA	
Introdução	156
1. O que é comunicar? O que a lei determina quando o assunto é comunicação com o cliente?	156
2. Por que entregar além do que pede a lei? Por que o jurídico deve, cada vez mais, estar alinhado com o marketing da empresa? Entendendo o marketing de reputação.....	158
3. Como a comunicação com o cliente ajuda a empresa a agir melhor?...	161
4. Mas, afinal, de quem é a responsabilidade pela comunicação?	162

12 | ASPECTOS JURÍDICOS DO E-COMMERCE

5. Como garantir uma comunicação clara e eficaz e evitar que o cliente faça uma reclamação?.....	165
Considerações Finais	167
Referências Bibliográficas	168
8. TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS	169
PATRICIA PECK PINHEIRO e LARISSA CAROLINA LOTUFO DA COSTA	
Introdução	169
1. O que considerar na Gestão de Dados? (transparência, finalidade e segurança)	171
2. O que inclui o projeto de implementação de LGPD?	175
3. Como realizar a Gestão de Consentimentos?	177
4. Como atender aos Direitos dos Titulares?	178
5. O que fazer com os <i>Cookies</i> ?	179
6. O que posso fazer com o conhecimento aprendido sobre clientela?	181
7. Posso adotar Inteligência Artificial, <i>Score</i> e Algoritmos em minha cadeia processual?	182
Considerações Finais	183
Referências Bibliográficas	184
9. TERMOS E CONDIÇÕES DE USO E POLÍTICA DE PRIVACIDADE	185
RODRIGO FERNANDES REBOUÇAS	
Introdução	185
1. A relação jurídica contratual e os termos de condições de uso e políticas de privacidade	187
2. Quais são os requisitos dos termos de condições de uso e das políticas de privacidade?	189
3. Contratos eletrônicos e os termos de condições de uso e políticas de privacidade	191
4. Qual a relevância da Teoria Geral dos Contratos para a validade e eficácia do aceite aos termos de condições de uso e políticas de privacidade? ...	192
5. Como funciona a dinâmica da autonomia privada frente às relações jurídicas estabelecidas pelos termos de condições de uso e políticas de privacidade?	200
6. Qual o papel do <i>legal design</i> e do <i>visual law</i> frente aos termos de condições de uso e políticas de privacidade?	203
Considerações Finais	205
Referências Bibliográficas	206

10. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	209
THOMAS GIBELLO GATTI MAGALHÃES	
Introdução	209
1. Como evoluímos nas condições de pagamento?	210
2. Como aconteceu a evolução legislativa no Brasil?	212
2.1. O Uso do Cartão Magnético e Desuso do Papel Moeda	215
2.2. O Empresário e as Formas de Contratação On-Line	217
2.3. Considerações Contemporâneas das Condições de Pagamento: Criptomoedas e <i>Blockchain</i>	218
2.4. QR-codes. O que seria o PIX?	219
Considerações Finais	221
Referências Bibliográficas	222
11. ASPECTOS TRABALHISTAS	223
RENATO ROSSATO AMARAL	
Introdução	223
1. Por que a Justiça do Trabalho privilegia tanto o empregado? Isso é justo?	224
2. Há alguma diferença no tratamento jurídico trabalhista entre o e-commerce estruturado por meio de plataforma própria ou aquele realizado em plataforma compartilhada (<i>marketplace</i>)?	228
3. Quais as formas legalmente viáveis para contratação de mão de obra por uma empresa de e-commerce?	234
4. Quais as regras, vantagens e desvantagens do “home office” (teletrabalho)?	237
5. Uma empresa de e-commerce precisa de um representante de vendas (representante comercial)?	242
Considerações Finais	247
Referências Bibliográficas	249
12. QUESTÕES CONCORRENCIAIS	251
ADEMIR ANTONIO PEREIRA JR. e YAN VILLELA VIEIRA	
Introdução	251
1. Acordos de exclusividade no <i>e-commerce</i> podem configurar violações antitruste?	253
2. Proibir a distribuição de produtos na internet como um todo ou em <i>marketplaces</i> é anticompetitivo?	256

14 | ASPECTOS JURÍDICOS DO E-COMMERCE

3.	Fixar preços de revenda na internet caracteriza infração antitruste? ...	257
4.	Cláusulas de “nação mais favorecida” (MFNS) são anticompetitivas? ...	258
5.	<i>Marketplaces</i> que usam dados de varejistas independentes para melhorar suas próprias vendas cometem infração antitruste?	260
6.	Algoritmos podem ser usados para formar cartéis?	262
	Considerações Finais	264
	Referências Bibliográficas	265
13.	PROMOÇÕES COMERCIAIS	267
	RENATA CÂNDIDA DA CRUZ NUNES	
	Introdução	267
1.	Quais são as modalidades de promoção comercial?	269
2.	Quais são os legitimados a fazerem promoção comercial e qual o procedimento necessário para que se obtenha o certificado de autorização? ...	271
3.	Uma vez protocolado o pedido de promoção comercial e emitido o respectivo certificado de autorização, é possível fazer aditamentos à promoção?	273
4.	O que poderá ser distribuído como prêmio? Há alguma restrição de premiação?	273
5.	Em quais situações é dispensada a prévia autorização da SECAP/ME? ...	274
6.	Quais são as penalidades para empresas que promovem uma campanha sem que haja a prévia autorização do órgão competente?	275
7.	É necessária a obtenção de prévia autorização para os concursos exclusivamente culturais, desportivos, recreativos e artísticos?	276
8.	As promoções realizadas em redes sociais necessitam de autorização estatal?	277
	Considerações Finais	278
	Referências Bibliográficas	279
14.	O ESTELIONATO E AS MODALIDADES DE FRAUDES NO E-COMMERCE	281
	FERNANDO DAVI GONÇALVES e MAURÍCIO ZAN BUENO	
	Introdução	282
1.	O que é o crime de estelionato e qual a sua previsão legal no Brasil? ...	282
2.	Como o crime de estelionato e as modalidades de fraudes são praticadas no e-commerce?	285
	2.1. Fraude no uso indevido de dados de terceiros	288
	2.2. Autofraude	290

2.3. Fraude do e-commerce falso (<i>Phishing</i>)	290
2.4. Fraude da suposta credibilidade do comerciante eletrônico (<i>Brushing</i>)	292
2.5. Fraudes nos sites de leilão virtual e de vendas entre particulares ...	293
3. Quais outros tipos de crimes podem ser praticados a partir de fraudes no comércio eletrônico?	294
3.1. Fraude no Comércio	294
3.2. Crime Contra a Economia Popular	295
3.3. Crime de fraude na oferta de produtos e serviços.....	295
4. Como se proteger e de que forma proceder no caso de ter sido vítima do estelionato virtual e de outras fraudes perpetradas no e-commerce?.....	297
5. Quais os meios de investigação policial e os mecanismos legais de identificação dos autores das fraudes virtuais na internet?	300
6. De que forma é tratado o estelionato cometido no âmbito do e-commerce pelos tribunais brasileiros?.....	306
Considerações Finais	308
Referências Bibliográficas	309
15. RESOLUÇÃO DE DISPUTAS NO COMÉRCIO ELETRÔNICO.....	315
CARMEN SFEIR JACIR	
Introdução	315
1. Quais são os tipos de comércio eletrônico?.....	317
2. Quais são as diferentes formas disponíveis para prevenir e resolver disputas de comércio eletrônico?	318
3. Quais são os desenhos de resolução de disputas para transações de comércio eletrônico?	323
Considerações Finais	325
Referências Bibliográficas	326
16. COMPLIANCE, LGPD E SEUS IMPACTOS NO E-COMMERCE.....	329
ANA PAULA MORAES CANTO DE LIMA, MARCUS VINÍCIUS HIGINO MAIDA e MILLA CERQUEIRA FONSECA	
Introdução	330
1. Qual a importância do <i>compliance</i> para o <i>e-commerce</i> ?	331
2. Quais as principais legislações que impactam à conformidade?	336
3. Quais os principais pontos a considerar acerca da LGPD e o <i>compliance</i> no <i>e-commerce</i> ?.....	342
4. Quais os impactos da não utilização de um programa de <i>compliance</i> ? ...	346

16	ASPECTOS JURÍDICOS DO E-COMMERCE	
	Considerações finais	347
	Referências bibliográficas	349
	QUESTÕES JURÍDICAS RELEVANTES QUE DEVEM SER OBSERVADAS NO	
	E-COMMERCE	351