

TRADUÇÃO

A primeira lei de comércio eletrônico: como a lei impactará pessoas e negócios?

TAN Yanfei

Tradução:

Liu Yi

Talitha Saez Cardoso

A primeira lei de comércio eletrônico: como a lei impactará pessoas e negócios?

TAN Yanfei*

Apresentação dos tradutores

O artigo traduzido foi publicado originalmente na *Tsinghua China Law Review* em 2019. “A primeira lei de comércio eletrônico: como a lei impactará pessoas e negócios?”, de TAN Yanfei, publicado no número 2 do volume II da citada revista, aborda a singularidade da lei chinesa de comércio eletrônico, uma vez que o setor do comércio eletrônico se tornou o alicerce da construção da economia digital na China (vale observar que hoje o mercado de e-commerce da China é de longe o maior do mundo).

As primeiras normas que tangenciaram a regulação do comércio eletrônico chinês datam de 2005 quando entrou em vigor a Lei da Assinatura Eletrônica¹ e os Regulamentos de Certificação de Autoridade². A partir de tais normas, as partes envolvidas no comércio eletrônico tiveram acesso a formas de pagamento mais seguras e confiáveis. Se regressarmos ainda um pouco mais no tempo, anteriormente a 2005, o comércio eletrônico chinês era controlado por meio de contratos, regras do setor bancário, lei municipais e provinciais³.

Os precursores do comércio eletrônico na China forneceram valiosos ensinamentos ao aplicarem práticas distintas da perspectiva ocidental, influenciada pelos modelos norte-americanos de e-business. Para desenvolver uma rede própria de serviços e infraestrutura, especialmente em conjunto com empresas

prestadoras de serviços financeiros, de telecomunicações e de transportes, as primeiras iniciativas de comércio eletrônico mantiveram relações diretas com agências governamentais para garantir sua existência e operar conforme os insuficientes dispositivos legais daquele momento⁴.

De volta ao presente, sob a vigência da Lei de Comércio Eletrônico da República Popular da China, desde 2019, o artigo nos introduz aos direitos dos agentes do mercado eletrônico e dos consumidores. Permeando o histórico da implementação da lei e seus reflexos na sociedade chinesa contemporânea, a autora nos oferece o interessante relato das consequências da nova lei sobre a atuação dos conhecidos *daigous*. Vale notar a atenta análise da autora sobre a regulamentação chinesa do crescente comércio realizado por meio da internet.

Agradecemos à autora, TAN Yanfei, pela autorização para traduzir seu artigo e mais uma vez à equipe editorial da *Tsinghua China Law Review*, especialmente ZIYU Lin. 非常感谢你

* TAN Yanfei, graduanda em Direito pela Universidade de Tsinghua. Agradeço a Ping Fan Tang, Zihe Liu, Xingjian Zhu, Ziyi Yao, Jinyang Song, Amanda Allcock e Lucy Yun Zheng por seus comentários convincentes e perspicazes.

¹ Law of the People's Republic of China on Electronic Signature. Disponível em: http://www.fdi.gov.cn/1800000121_39_1349_0_7.html. Acesso em: 01 de out. de 2020.

² Measures for the Administration of Electronic Certification Services. Disponível em: <http://www.lawinfochina.com/display.aspx?lib=law&id=4002>. Acesso em: 01 de out. de 2020.

³ Stephen E. Blythe, *China's New Electronic Signature Law and Certification Authority Regulations: A Catalyst for Dramatic Future Growth of E-Commerce*, 7 Chi. Kent J. Intell. Prop. 1 (2007). Disponível em: <http://scholarship.kentlaw.iit.edu/ckjip/vol7/iss1/1>. Acesso em: 01 de out. de 2020.

⁴ Martinsons, M.G., 2008. *Relationship-based e-commerce: theory and evidence from China*. Information Systems Journal 18 (4), 331–356. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/220356481>. Acesso em: 01 de out. de 2020.

A primeira lei de comércio eletrônico: como a lei impactará pessoas e negócios?

TAN Yanfei

1. Introdução

Após quatro rodadas de debates, em 31 de agosto de 2018, os principais legisladores da China aprovaram a Lei de Comércio Eletrônico da República Popular da China (doravante denominada “ECL”). A lei entrou em vigor em 1º de janeiro de 2019. A ECL visa melhorar a regulamentação do crescente mercado on-line, especificando várias regulamentações relativas a operadores, contratos, solução de controvérsias e responsabilidades envolvidas no comércio eletrônico, bem como o desenvolvimento do mercado.¹ No geral, a ECL impõe obrigações e responsabilidades relativamente pesadas às empresas de comércio eletrônico, especialmente em plataformas, e fornece proteção para os consumidores de comércio eletrônico relativamente desfavorecidos. Esta nota apresentará algumas disposições importantes da ECL, incluindo as que afetam os interesses dos cidadãos chineses *daigous*, as que oferecem várias proteções aos consumidores chineses e as que regem as obrigações das plataformas de comércio eletrônico.

2. Repressão aos daigous

De acordo com a ECL, a definição jurídica de “operador de comércio eletrônico” abrange a maioria dos vendedores on-line,² incluindo

plataformas de comércio eletrônico como Taobao e JD.com, qualquer fornecedor de qualquer uma dessas plataformas, bem como vendedores individuais. Em particular, a lei teria um grande impacto no agente de compras individual, ou “daigou (代购)”, que compra e entrega pessoalmente bens de luxo e outras mercadorias vendidas a um preço mais barato no exterior para clientes domésticos. De 2014 a 2017, o grupo de comerciantes daigou cresceu de cerca de 7,52 milhões para 20,18 milhões.³ Esses operadores de pequenos negócios^A compram produtos no exterior e vendem produtos para clientes da China continental por meio de plataformas de comércio eletrônico ou por aplicativos de mídia social como o WeChat. Para esses comerciantes, grande parte dos lucros deriva do imposto não pago.⁴ Assim sendo, o governo agora está agindo pesadamente sobre esses comerciantes. De acordo com a ECL, os comerciantes *daigou* são obrigados a se registrar e pagar impostos.⁵ De fato, a atitude dura do governo em relação aos *daigou* já havia sido manifestada. Desde 2018, os funcionários aduaneiros da China começaram a realizar suas inspeções de maneira mais rigorosa.⁶ Em agosto de 2018, um comerciante *daigou* de Taobao de Guangzhou recebeu uma sentença de dez anos por cometer o crime de contrabando de mercadorias.⁷ Com um maior rigor da regulamentação, alguns *daigous* aumentariam os preços dos produtos em compensação pelos custos de conformidade; outros podem encerrar o negócio diretamente.

Por outro lado, a enorme demanda doméstica por mercadorias do exterior continua acelerando a expansão das plataformas de transações transfronteiriças estabelecidas por grandes revendedores corporativos. Decisões recentes do Alibaba e do NetEase de expandir Tmall Global e Kaola, respectivamente, expressam as medidas a serem tomadas pelos magnatas do comércio eletrônico para compensar o déficit da imposição de impostos sobre os *daigous*.⁸ A

análise da Moodie Davitt Research da atividade *daigou* na Coreia sugere que a parcela das vendas de revendedores corporativos subiu de 40% em 2018 para 60% no primeiro trimestre de 2019. A taxa de crescimento, comparado com o mesmo período do ano anterior, do *daigou* corporativo no primeiro trimestre é de perto de 100% em comparação com um declínio de 48% no *daigou* individual.⁹

Em conclusão, a repressão aos *daigous* levaria a um desvio de operadores de negócios de indivíduos para corporações e plataformas de comércio eletrônico. Além disso, os consumidores chineses, ao assumirem um custo mais alto, se beneficiariam da credibilidade dos revendedores e de seus produtos devido a uma gestão mais rigorosa. Até certo ponto, a política é uma manifestação da contínua mudança na China de um modelo orientado a investimentos para um modelo orientado a consumo e serviços.

3. Proteção aos direitos do consumidor

A. Proibição de discriminação de preços

Nos termos do artigo 18 da ECL (a seguir denominado “Artigo 18”), “ao fornecer os resultados da pesquisa de mercadorias ou serviços para um consumidor com base no hobby, no hábito de consumo ou em qualquer outra característica dele, a empresa de comércio eletrônico deve fornecer ao consumidor opções que não visem suas características identificáveis”.¹⁰

Pode-se ver pela redação que o Artigo 18 tenta salvar os consumidores do chamado “casulo da informação”. É provável que os consumidores

da sociedade de comércio eletrônico fiquem presos em uma “esfera informacional fabricada, construída em um loop constante de feedback em torno de preferências expressas em um momento anterior”.¹¹ Se forem fornecidos resultados de pesquisa indiferenciados, os consumidores terão mais opções de compras.

No entanto, como mostrado na história legislativa e em alguns relatórios oficiais,¹² o Artigo 18 destina-se a consertar outra preocupação principal na China: a chamada “big data killing (大数据杀熟, Dashuju Shashu)”.^B A *big data killing* é uma forma de discriminação de preços. Isso significa que as empresas de comércio eletrônico usariam big data para lembrar e identificar usuários antigos e oferecer preços relativamente mais altos para eles, especialmente aqueles que são analisados como mais ricos e predispostos. Embora nenhuma plataforma de comércio eletrônico na China admita publicamente essa estratégia de preços, um programador de dados da Nokia China admitiu anonimamente que as plataformas identificam os consumidores e ofereceriam preços mais baixos a novos consumidores.¹³ Em abril de 2018, um jornal oficial da China, o People’s Daily, relatou vários casos de discriminação de preços no comércio eletrônico e pediu a introdução de regulamentações. O relatório revelou que as plataformas de compra de carros on-line ofereciam preços diferentes na mesma região para diferentes consumidores e as agências de viagens on-line revelavam diferentes vagas de quartos em tempo real para diferentes consumidores. Também são relatadas situações semelhantes em compras on-line, compras de ingressos on-line, sites de vídeo etc.¹⁴ Como se diz, “na era da Internet, os preços fixos são coisa do passado”.¹⁵

No entanto, permanece a discussão sobre a regulamentação jurídica da discriminação de preços no comércio eletrônico. Embora a palavra “discriminação” tradicionalmente tenha uma conotação negativa, alguns argumentam

que o termo “discriminação de preços” deve ser lido de maneira neutra, pois constitui um conceito fundamental na teoria econômica.¹⁶

B. Fim das vendas casadas automáticas

Uma venda casada é uma prática comercial em que um vendedor incentiva um comprador não apenas a comprar o bem ou serviço de interesse primário para ele, mas também a comprar, como parte da mesma transação, algum outro bem ou serviço relacionado. Por exemplo, quando um consumidor compra uma passagem aérea on-line, a caixa de seleção dos serviços de valor agregado seria selecionada por predefinição.

Nos termos do Artigo 19 da ECL, se uma empresa de comércio eletrônico realizar vendas casadas de mercadorias ou serviços, solicitará que os consumidores prestem atenção de maneira manifesta e não definirá a referida venda casada como uma opção padrão.¹⁷ O Artigo 19 tem como objetivo proteger o direito de escolha do consumidor e o comércio justo. Não proíbe diretamente a procedimento de vinculação, mas evita enganos contra os consumidores ou tirar proveito de sua negligência. Até agora, a maioria das principais plataformas de viagens on-line na China, incluindo Ctrip, Tuniu e Lümama, cancelaram a vinculação padrão em seus sites.

C. Proteção de dados pessoais

Nos termos do Artigo 23 da ECL, a coleta e o uso de informações pessoais devem observar as disposições sobre proteção de informações pessoais nas leis e regulamentos administrativos

relevantes.¹⁸

Nos termos do Artigo 24, uma empresa de comércio eletrônico deve declarar expressamente os meios e procedimentos para busca, correção ou exclusão de informações do usuário; ao receber um pedido de pesquisa, correção ou exclusão de informações do usuário, uma empresa de comércio eletrônico deve, mediante verificação de identidade, permitir a pesquisa, correção ou exclusão de informações do usuário em tempo hábil.¹⁹ Essa proteção de dados pessoais reflete o processo progressivo da legislação da China em relação à privacidade das informações, por exemplo, a Lei de Cibersegurança da República Popular da China²⁰ e a Lei de Proteção de Dados Pessoais em fase de elaboração.²¹

Enquanto isso, essa proteção também está de acordo com a tendência global de uma regulamentação mais rígida dos dados. Os direitos previstos no Artigo 24 imitam muito o direito de acessar, corrigir e apagar dados previsto no Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR), proposto pelo precursor no regulamento de dados, a União Europeia. No entanto, o GDPR foi além, pois determina os direitos dos consumidores em relação à criação de perfis. O termo “profiling” sob o GDPR é amplamente definido. Consiste em três aspectos: (1) qualquer forma de processamento automatizado; (2) de dados pessoais; e (3) com o objetivo de avaliar os aspectos pessoais relacionados a uma pessoa física, incluindo preferências e interesses pessoais. O Artigo 21 do GDPR declara: “onde os dados pessoais forem processados para fins de marketing direto, o titular dos dados terá o direito de opor-se a qualquer momento ao processamento de dados pessoais a seu respeito para tal marketing, o que inclui o *profiling* na medida em que está relacionado a esse marketing direto”.²² Em contraste com o GDPR, a ECL estabelece apenas o direito do consumidor às informações pessoais que eles enviaram, mas não tem o direito de controlar como

as informações pessoais podem ser utilizadas pelas empresas de comércio eletrônico. Resta ver se a Lei de Proteção de Dados Pessoais da China, em elaboração, incluirá o último direito.

4. Obrigações das empresas de plataforma de comércio eletrônico

A. Obrigações das plataformas para proteger os consumidores

Antes da promulgação da ECL, as obrigações das plataformas de comércio eletrônico para proteger os direitos e interesses dos consumidores eram reguladas em leis separadas, incluindo Lei de Danos Extracontratuais (*Tort Law*), Lei de Segurança de Alimentos e Lei de Proteção de Direitos e Interesses do Consumidor etc. A ECL os reuniu. Nos termos do Artigo 38 da ECL, uma empresa de plataforma de comércio eletrônico tem três obrigações principais.

A primeira é a **obrigação de tomar as medidas necessárias para impedir atos ilegais**. De acordo com o Artigo 38, quando uma empresa de plataforma “sabe ou deveria saber que uma empresa de plataforma vende mercadorias ou presta serviços, inconsistente com os requisitos para garantir a segurança pessoal e patrimonial, ou comete qualquer outra conduta de violação dos direitos legítimos e interesses dos consumidores”²³, o negócio da plataforma será solidariamente responsável. Ser “solidariamente responsável” significa que um cliente violado tem o direito de exigir que a plataforma também assuma a responsabilidade. Essa

obrigação corresponde ao Artigo 36 da Lei de Danos Extracontratuais (*Tort Law*), ao Artigo 44 da Lei de Proteção dos Direitos e Interesses do Consumidor e ao Artigo 62 da Lei de Segurança Alimentar, que preveem, respectivamente, que um provedor de serviços de rede, o fornecedor de plataforma on-line de comércio e o fornecedor de uma plataforma on-line de comércio de alimentos de terceiros devem tomar as medidas necessárias quando descobrirem que qualquer comerciante na plataforma realiza atos ilegais. Para ser mais específico, um provedor de serviços de rede deve tomar medidas como exclusão, bloqueio ou desconexão²⁴; o fornecedor de uma plataforma de negociação on-line deve fornecer os nomes e endereços verdadeiros e os meios de contato válidos dos vendedores, conforme necessário²⁵; o fornecedor de uma plataforma on-line de comércio de alimentos de terceiros interromperá o ato de violação em tempo hábil e enviará imediatamente um relatório ao departamento de supervisão e administração de segurança alimentar do governo da população local no nível do condado ou até mesmo poderá interromper imediatamente o fornecimento de serviços na plataforma on-line de negociação se o ato ilegal for grave.²⁶

O segundo é a **obrigação de revisar as qualificações de um negócio na plataforma**. Essa obrigação corresponde ao Artigo 62 da Lei de Segurança de Alimentos, que prevê que o fornecedor de uma plataforma on-line de comércio de alimentos de terceiros deve registrar as denominações legais dos comerciantes de alimentos admitidos na plataforma e definir suas responsabilidades de gerenciamento de segurança de alimentos; e verifique as autorizações necessárias daqueles obrigados a obter tais autorizações.^{27 C}

O terceiro é a **obrigação de garantir a segurança dos consumidores**. Pela redação, tal obrigação corresponde ao Artigo 37 da Lei de Danos Extracontratuais (*Tort Law*). No entanto,

o Artigo 37 da Lei de Danos Extracontratuais (*Tort Law*) rege apenas o administrador de um local público, como hotel, shopping center, banco, estação ou local de entretenimento ou o organizador de uma atividade em massa.²⁸ Ao adicionar essa obrigação ao Artigo 38 da ECL, os legisladores estão realmente expandindo a obrigação de garantir a segurança do consumidor, de condições físicas a online.

Quanto às segunda e terceira obrigações, de acordo com o Artigo 38, em relação a mercadorias ou serviços relativos à vida e à saúde dos consumidores, se um negócio de plataforma de comércio eletrônico causar danos ao consumidor por sua falha em cumprir essas obrigações, a plataforma será “proporcionalmente responsável de acordo com a lei”. Isso indica que a ECL não adota a tradicional “responsabilidade conjunta e solidária” nem a “responsabilidade complementar”.

Durante o processo de redação, os legisladores conduziram discussões acaloradas sobre se os negócios da plataforma devem assumir “responsabilidade conjunta e solidária” ou “responsabilidade complementar” por violar obrigações.²⁹ “Responsabilidade complementar” significa que um cliente violado pode buscar compensação da empresa de plataforma somente depois de solicitar à empresa na plataforma que assuma a responsabilidade e ainda tenha sido totalmente compensado. “Responsabilidade solidária”, comparada com “responsabilidade complementar”, é um fardo mais pesado para as empresas de plataforma de comércio eletrônico.

Alguns parlamentares que se apegam à “responsabilidade conjunta e solidária” são grandemente influenciados pela chocante notícia social sobre Didi, o maior prestador de serviços de transporte privado por aplicativo da China. A quarta reunião de redação estava marcada para 31 de agosto de 2018. Em 24 de agosto, a polícia confirmou que um motorista do serviço Didi estuprou e matou uma passageira

em Wenzhou, China. Nos últimos quatro anos, cerca de 53 passageiras acusaram Didi de agressão sexual e assédio.³⁰ Os defensores da “responsabilidade conjunta e solidária” enfatizam que plataformas como a Didi devem ser mais cuidadosas e responsáveis. Ainda assim, os opositores alegaram que essa responsabilidade objetiva restringiria o desenvolvimento vigoroso dos negócios da plataforma de comércio eletrônico.³¹ O argumento terminou com uma redação borrada de “proporcionalmente responsável”³², que permitiu discricionariedade para juízes e tribunais. Embora alguns críticos culpem o acordo por ser irresponsável, essa flexibilidade mantém um equilíbrio entre proteger o direito dos consumidores e salvaguardar o desenvolvimento de plataformas de comércio eletrônico.^D

B. Obrigações das plataformas para proteger a propriedade intelectual (IP)

Nas plataformas de transações B2C chinesas, os produtos falsificados são um problema sério. Em 2018, o problema ficou ainda pior com o surgimento do Pinduoduo.com, a terceira maior plataforma de comércio eletrônico da China, onde 60% dos usuários estão em cidades de terceiro nível^E ou abaixo.³³ Embora reduza os preços para um nível tão baixo que não se espera que a plataforma seja lucrativa em um futuro próximo, Pinduoduo há muito enfrenta acusações de que alguns produtos em sua plataforma são falsos. Em abril de 2019, os Estados Unidos adicionaram Pinduoduo à sua lista de ‘mercados notórios’^F por violações aos direitos de propriedade intelectual e mantiveram a China em sua lista de observação prioritária em questões de pirataria e falsificação.

Os Artigos 41 a 45 da ECL fornecem uma estrutura para proteção de IP em transações de comércio eletrônico. Os Artigos 42 a 44 fornecem um procedimento de “notificação e retirada”, no qual um detentor de IP pode notificar a plataforma sobre determinada violação de propriedade intelectual, e a plataforma é obrigada a tomar medidas oportunas e necessárias; enquanto isso, o vendedor, após o recebimento da notificação, tem o direito de fazer uma declaração.³⁴ O Artigo 45 define especificamente que um operador de plataforma de comércio eletrônico terá que assumir responsabilidade conjunta e solidária junto aos fornecedores, sendo que a plataforma deve saber que um fornecedor violou os direitos de propriedade intelectual e não tomou as medidas necessárias para remover as mercadorias em infração da plataforma. Essa é uma boa notícia para os detentores de IP, já que anteriormente era difícil obter pagamento de infratores menores.

5. Conclusão

Como a indústria do comércio eletrônico se tornou uma das espinhas dorsais do desenvolvimento da economia digital na China, é de vital importância a construção do Estado de Direito do comércio eletrônico no país. A ECL estabelece um quadro jurídico básico para a regulamentação do comércio eletrônico. Ela claramente determina o escopo dos assuntos de mercado, bem como seus direitos e obrigações. Fornece mecanismos por meio dos quais os consumidores podem reivindicar proteção e departamentos de supervisão podem aplicar penalidades. Algumas das regras são novas. Algumas são uma unificação das regras existentes que atendem ao contexto do comércio eletrônico. As pequenas empresas podem ser dissuadidas de entrar no mercado de comércio eletrônico devido ao maior custo de entrada.

As grandes empresas devem se esforçar para garantir que seus sistemas estejam em conformidade com o novo regime. Ainda assim, resta saber até que ponto a ECL será aplicada ou executada.

Notas da autora

- 1 Disse Yin Zhongqing, um dos legisladores, em uma conferência de imprensa realizada pelo Escritório Geral do Comitê Permanente do Congresso Nacional do Povo em 31 de agosto de 2018. Cf. *China Focus: China Adopts E-Commerce Law to Improve Market Regulation*, XINHUA NET (Aug. 31, 2018), http://www.xinhuanet.com/english/2018-08/31/c_137434452.htm
- 2 Dianzi Shangwu Fa (电子商务法) [Lei do Comércio Eletrônico] (promulgada pelo Comitê Permanente do Congresso Nacional do Povo em 31 de agosto de 2018, em vigor a partir de 1º de janeiro de 2019) art. 9 (Chinalawinfo).
- 3 Ma Jing (马晶), *Dianshangfa Zhengshi Luodi, Geren Haiwai Daigoumen Hequ Hecong?* (电商法正式落地, 个人海外代购们何去何从?) [Com a entrada em vigor da lei de comércio eletrônico, como isso afetará os Daigous individuais?], XINHUA NET (Jan. 2, 2019), http://www.xinhuanet.com/fortune/2019-01/02/c_1123935069.htm
- 4 Fan Xiangdong (范向东), *Dianshangfa Shishi Hou, Shiye Daigou De Chulu Zai Naer?* (电商法实施后, “失业”代购的出路在哪儿?) [Após a execução da lei de comércio eletrônico, para onde devem ir os Daigou desempregados?], HUXIU (Dec. 30, 2018), <https://www.huxiu.com/article/279102.html>
- 5 Dianzi Shangwu Fa (电子商务法) [Lei de Comércio Eletrônico] art. 10-12 (Chinalawinfo).
- 6 Wang Lianzhang, *What a New Law Could Mean for China's 'Daigou'*, SIXTH TONE (Dec. 30, 2018), <https://www.sixthtone.com/news/1003372/what-a-new-law-could-mean-for-chinas-daigou>
- 7 You Yan Zousi Putong Huopin Wupin An Ershen Xingshi Panjueshu (游燕走私普通货物、物品案二审刑事判决书) [You Yan (Contrabando de Bens Comuns)] (Guangdong Sup. People's Ct. Junho 18, 2018, No. 697), http://wenshu.court.gov.cn/content/content?DocID=9daa6f68-b2be-43ce-9d-6c-a94d009_cood7&KeyWord=%E6%B8%B8%E7%87%95
- 8 Frank Ka-Ho Wong, *China's Crackdown on Daigou, New Cross-Border e-Commerce Policies*, CHINA BRIEFING (Jan. 10, 2019), <https://www.china-briefing.com/news/chinas-crackdown-daigou-cross-border-e-commerce-policies>
- 9 Martin Moodie, *Exclusive Report: Chinese Daigou Traders in South Korea Adapt Fast to New Ecommerce Law* MOODIE DAVITT REP. (May 31, 2019), <https://www.moodiedavittreport.com/exclusive-report-chinese-daigou-traders-in-south-korea-adapt-fast-to-new-ecommerce-law>
- 10 Dianzi Shangwu Fa (电子商务法) [Lei de Comércio Eletrônico] art. 18 (Chinalawinfo).
- 11 Gerhard Wagner & Horst Eidenmüller, *Down by Algorithms? Siphoning Rents, Exploiting Biases and Shaping Preferences-The Dark Side of Personalized Transactions*, 86 U. CHI. L. REV. 581 (2019).
- 12 Bai Ying (白瀛) et al., *Bimian Dashuju Shashu, Guifan Dashou Xingwei—Jujiao Dianshang Fa Sanshen Redian* (避免大数据“杀熟” 规范搭售行为——聚焦电商法草案二审热点) [Pontos acalorados durante a terceira deliberação da ECL: evitando a big data killing e a vinculação das vendas], XINHUA NET (Jun. 19, 2018), http://www.xinhuanet.com/legal/2018-06/19/c_1123005798.htm
- 13 Lü Xinwen (吕新文), *Yizhi Zaifei de Dashuju Shashu Cunzai Ma, Jishu shang Kexing Ma?* (一直在飞的“大数据杀熟”存在吗, 技术上可行吗?) [O “Big Data Killing” existe? É possível

em tecnologia?], SINA (Oct. 24, 2018), <https://tech.sina.com.cn/i/2018-10-24/doc-ihmxrkzw1086592.shtml?source=cj&dv=1>

14 Qi Zhiming (齐志明), *Shangwang Xiang Bianli, Xiaofei Fang Suanji* (上网享便利, 消费防算计) [Ao desfrutar da conveniência de fazer compras on-line, os consumidores também devem ter cuidado], RENMIN RIBAO (人民日报) [PEOPLE'S DAILY], Apr. 24, 2018, at 06, http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2018-04/24/nw.D110000renmrb_20180424_1-06.htm

15 Julia Angwin & Dana Mattioli, *Coming Soon: Toilet Paper Priced Like Airline Tickets*, WALL ST. J. (5 de setembro de 2012), www.wsj.com/articles/SB10000872396390444914904577617333130724846

16 Scott R. Peppet, *Regulating the Internet of Things: First Steps Toward Managing Discrimination, Privacy, Security & Consent*, 93 TEX. L. REV. 85 (2014).

17 Dianzi Shangwu Fa (电子商务法) [Lei de Comércio Eletrônico] art. 19 (Chinalawinfo).

18 Dianzi Shangwu Fa (电子商务法) [Lei de Comércio Eletrônico] art. 23 (Chinalawinfo).

19 Dianzi Shangwu Fa (电子商务法) [Lei de Comércio Eletrônico] art. 24 (Chinalawinfo).

20 Wangluo Anquan Fa (网络安全法) [Cybersecurity Law] (promulgated by the Standing Comm. Nat'l People's Cong., Nov. 7, 2016, effective Jun. 1, 2017) (Chinalawinfo).

20 Wangluo Anquan Fa (网络安全法) [Lei de Cibersegurança] (promulgada pelo Comitê Permanente do Congresso Nacional do Povo, em 7 de novembro de 2016, em vigor a partir de 1º de junho de 2017) (Chinalawinfo).

21 Zhu Ningning (朱宁宁), *Xiangguan Bumen Zheng Yanjiu Qicao Geren Xinxi Baohu Fa* (相关部门正研究起草个人信息保护法) [A lei de proteção de dados pessoais está na agenda dos legisladores], FAZHI RIBAO (法制日报) [LEGAL DAILY], 5 de março de 2019, at 01, <http://epaper.legaldaily.com.cn/fzrb/content/20190305/Articel01008GN.htm>

22 Regulamento da Comissão 2016/679, Regulamento Geral de Proteção de Dados, 2016 O.J. (L 199) 1, art. 21.

23 Dianzi Shangwu Fa (电子商务法) [Lei de Comércio Eletrônico] art. 38 (Chinalawinfo).

24 Qinquan Zeren Fa (侵权责任法) [Tort Law] (promulgada pelo Comitê Permanente do Congresso Nacional do Povo, em 26 de dezembro de 2009, em vigor a partir de 1º de julho de 2010) art. 36 (Chinalawinfo).

25 Xiaofeizhe Quanyi Baohu Fa (消费者权益保护法) [Lei de Proteção dos Direitos e Interesses do Consumidor] (promulgada pelo Comitê Permanente do Congresso Nacional do Povo, em 25 de outubro de 2013, em vigor a partir de 15 de março de 2014) art. 36 (Chinalawinfo).

26 Shipin Anquan Fa (食品安全法) [Lei de Segurança Alimentar] (promulgada pelo Comitê Permanente do Congresso Nacional do Povo, em 29 de dezembro de 2009, em vigor a partir de 29 de dezembro de 2010) art. 62 (Chinalawinfo).

27 Shipin Anquan Fa (食品安全法) [Lei de Segurança Alimentar] art. 62 (Chinalawinfo).

28 Xiaofeizhe Quanyi Baohu Fa (消费者权益保护法) [Lei de Proteção dos Direitos e Interesses do Consumidor] art. 37 (Chinalawinfo).

29 Zhou Dongxu (周东旭), *Dianzi Shangwu Fa Pingtai Zeren Mohu Chuli Nengfou Pingxi Zhengyi* (电子商务法平台责任模糊处理能否平息争议) [*Se as disposições indefinidas sobre as responsabilidades das plataformas de comércio eletrônico podem resolver conflitos*], CAIXIN (Aug. 30, 2018), <http://opinion.caixin.com/2018-08-30/101320744.html>

30 Alice Zhang, *Over 50 Sexual Assaults and 2 Murders in 4 Years, How Can Didi Better Protect its Passengers?*, PANDAILY (29 de maio de 2018), <https://pandaily.com/over-50-sexual-assaults-and-2-murders-in-4-years-how-can-didi-better-protect-its-passengers>

31 Shan Yuxiao et al., *Chinese Legislators Worry New E-Commerce Law Could Hurt Consumer Safety*, CAIXIN (30 de agosto de 2018), <https://www.caixinglobal.com/2018-08-30/legislators-worry-new-e-commerce-law-could-hurt-consumer-safety-101320652.html>

32 Dianzi Shangwu Fa (电子商务法) [Lei de Comércio Eletrônico] art. 38 (Chinalawinfo).

33 Paul Armstrong & Yue Wang, *Pinduoduo: The \$1.5B Startup Challenging E-Commerce Giant Alibaba in China's Towns and Villages*, FORBES (6 de abril de 2018), <https://www.forbes.com/sites/ywang/2018/04/06/pinduoduo-the-1-5b-startup-challenging-e-commerce-giant-alibaba-in-chinas-towns-and-villages/#7dc33b344d7f>

34 Dianzi Shangwu Fa (电子商务法) [Lei de Comércio Eletrônico] art. 42-44 (Chinalawinfo).

Notas dos tradutores

A A maioria dos *daigous* são pessoas físicas.

B “Shashu” é uma expressão antiga em chinês, cujo significado literal é “matar o amigo próximo”. A expressão trata das situações onde as pessoas aproveitam e abusam da confiança de quem é próximo a elas. A expressão “Dashuju (Big Data em chinês) Shashu” foi inventada para descrever a versão digital da prática milenar de “Sashu” como aqui citada pelo artigo, onde as empresas coletam e analisam os dados dos clientes para oferecer preço maior aos clientes mais fieis ou identificados com menor sensibilidade em relação aos preços. Esta prática primeiro começou a chamar atenção em 2018, quando os usuários do site de viagem C-Trip descobriram que os preços sempre saíam mais baratos para contas novas. Vale lembrar que esta prática não é invenção chinesa, mas já existia e tinha sido amplamente adotada pelas empresas no mundo inteiro.

C A discussão sobre estes regulamentos começou com o rápido crescimento do serviço de delivery de comida, o setor que faturou quase 100 bilhões de dólares na China em 2019. A fiscalização dos restaurantes físicos sempre foi muito rígida na China, o que eliminou a maioria dos estabelecimentos irregulares ao longo do tempo. Porém com o crescimento agressivo dos aplicativos de delivery, muitos restaurantes sem licenciamentos para operar aproveitaram a fome das plataformas de delivery pela expansão rápida e ganharam uma segunda vida. Uma grande parte destes “restaurantes” não possuíam nem local físico - às vezes eram apenas cozinhas caseiras.

D Como resultado da repercussão social e jurídica, as empresas de transporte por aplicativo passaram a adotar uma série de medidas para garantir a segurança dos passageiros, entre elas o monitoramento da rota, a gravação automática de áudio por aplicativo durante as corridas, um botão SOS no aplicativo que permite o passageiro avisar um familiar ou amigo no caso de emergência ou até acionar a polícia etc.

E Embora não exista uma classificação oficial, é de conhecimento comum que as cidades chinesas são classificadas em 5 “tiers” ou linhas/níveis conforme o nível de desenvolvimento econômico. A classificação não é única, mas o público geralmente concorda que Pequim, Xangai, Guangzhou e Shenzhen formam o grupo de “primeira linha”, seguido pelo grupo de “segunda linha” que inclui a maioria das capitais das províncias e outras cidades relativamente avançadas economicamente. A classificação de “terceira linha” para baixo não é muito clara, sendo que aproximadamente 85% das cidades chinesas caem nas categorias “linha 3” a “linha 5”.

F Termo usado nos Estados Unidos para descrever sites e mercados físicos em que ocorre violação de propriedade intelectual em grande escala.