

Introdução

O avanço das tecnologias da informação no último quarto do século XX e início do século XXI, resultou em um grande desenvolvimento na capacidade (velocidade e volume) de comunicação em escala global. Tal fenômeno deu origem a uma revolução tecnológica de significativas proporções cujos efeitos na vida das pessoas, das instituições e das nações nos mais diversos aspectos ainda não estão totalmente avaliados. Sabe-se entretanto que se trata do maior fenômeno de comunicação de massa da história, superando várias vezes a velocidade de difusão do rádio e da TV. A Internet levou apenas 5 anos para atingir 50 milhões de pessoas, enquanto a TV a cabo levou 10 anos para atingir este mesmo público, a TV aberta levou 16 anos e o rádio levou 38 anos.

Segundo Negroponte (1995) esta "é uma era da pós-informação, com menor significância do espaço e do tempo, e com um público constituído, cada vez mais, de uma única pessoa" (p.157). Neste contexto, os mais diversos aspectos da atividade humana são e serão afetados, desde a comunicação pessoal, surgimento de novas atividades, até a forma como os negócios são feitos.

Esta nova edição do relatório sobre a Internet Comercial, tem o propósito de ampliar o escopo da edição de 2001 para além da área estritamente comercial. Em vista da natureza dinâmica da Internet, da rápida evolução dos processos e meios de negócios observados nos últimos anos a atualização do relatório tem em vista ampliar e incorporar novos conceitos que surgiram em setores tais como: financeiro, educacional, software e outros. Desta forma, esperamos oferecer uma atualização e ampliação do trabalho anterior desenvolvido pela Assessoria desta Secretaria de Política de Informática – SEPIN, do Ministério da Ciência e Tecnologia - MCT.

Na **primeira parte** deste trabalho, denominado Aspectos Gerais, encontram-se um conjunto de conceitos relacionados com os diversos termos utilizados na atualidade com relação à esta rede mundial, procura-se fornecer informações sobre o sistema organizacional que se relaciona com o conhecimento do negócio na era da competição global e das comunicações online, assim como, dos sistemas inteligentes e do marketing eletrônico. Procura-se ainda, fazer uma abordagem, ainda que não muito abrangente, das diferenças existentes entre

o comércio eletrônico e o comércio convencional. Vale ressaltar que, tais conceitos, foram obtidos na literatura especializada encontrada e, em grande parte, no próprio ambiente da Internet.

A **segunda parte** contém uma atualização das estatísticas relacionadas com a Internet e o comércio eletrônico no Brasil e em alguns países onde os números são significativos. A dificuldade de encontrar dados conclusivos fez com que diversas fontes fossem pesquisadas, na tentativa de fornecer um volume maior de informações agrupadas.

A **terceira parte** apresenta os aspectos legais relacionados com os temas principais da Internet, tais como assinatura eletrônica ou digital, proteção e o direito de privacidade, tributação, spam e tv digital. Estuda-se ainda, os aspectos relativos aos direitos da propriedade intelectual das informações contidas na rede eletrônica de dados, no âmbito das patentes, das marcas, dos direitos autorais e dos nomes de domínios que envolvem questões ligadas aos problemas jurídicos do comércio eletrônico, aos contratos eletrônicos, a jurisdição e direito aplicável e aos problemas de aplicação ligados à tecnologia digital.

A **quarta parte** é composta de contribuições especiais que complementam este trabalho de forma qualitativa, incorporando informações importantes e relevantes ao estudo.

A **quinta parte** traz um glossário de termos utilizados no âmbito da Internet comercial, revisado e atualizado.

Portanto, este estudo constitui-se na continuidade dos esforços que a Assessoria da SEPIN vem fazendo para acompanhar todo o processo de desenvolvimento dos assuntos relacionados com as tecnologias da informação para qual, continuamos contando com o incentivo e a colaboração de todos.

Assessoria/SEPIN