

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	1
2. EVOLUÇÃO DOS CONTRATOS ELETRÔNICOS	2
3. RELAÇÃO DE CONSUMO	4
3.1. Conceito de consumidor	5
3.2. Conceito de fornecedor	9
3.3. Definição de produto ou serviço	11
4. CONTRATOS ELETRÔNICOS	13
4.1. Conceito e formação.....	14
4.2. Pressupostos.....	19
4.3. Formas de Contratos Eletrônicos	20
4.3.1. Contratos Eletrônicos Intersistêmicos.....	21
4.3.2. Contratos Eletrônicos Interativos	22
4.3.3. Contratos Eletrônicos Interpessoais	23
5. CONTRATO ELETRÔNICO E A APLICAÇÃO DO CÓDIGO CIVIL E DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	24
5.1. Do Arrependimento Eficaz.....	26
6. LOCAL DE CELEBRAÇÃO DO CONTRATO VIRTUAL E A COMPETÊNCIA TERRITORIAL	28

7. A QUESTÃO DA PRIVACIDADE, DO SIGILO E DA SEGURANÇA DA RELAÇÃO VIRTUAL GERADORA DE NEGÓCIO JURÍDICO ELETRÔNICO	31
8. CONCLUSÃO	34
REFERÊNCIAS.....	35

1. INTRODUÇÃO:

Desde os tempos antigos, o comércio vem alavancando o crescimento da sociedade. Deu seus primeiros passos com o chamado “escambo”, e foi se desenvolvendo até alcançar os patamares de transações internacionais. Todavia, nunca deixou de criar uma estreita relação entre as partes envolvidas, ou seja, vendedor e consumidor.

O surgimento da internet propiciou o surgimento do “comércio eletrônico”, o qual vem trazendo diversas mudanças em todo o ramo comercial. Embora a internet tenha surgido em nosso país em meados de 1.988, foi somente em 1.995, com a publicação da portaria nº 295 de 20/07/95 que ela passou a ter uso comercial.

E esse comércio eletrônico ainda está em expansão em todo mundo, sobretudo em países em desenvolvimento como o Brasil, tendo em vista a facilitação de acesso à rede mundial de computadores, seja através da própria residência, seja pelo trabalho ou mesmo por *cyberhouses*.

A internet passou a ser usada pelas empresas não apenas como meio de vendas, mas como forma de diminuir seus custos e aumentar seus lucros. Dessa forma a empresa deixou de se relacionar com seus clientes através do meio físico e passou a interagir com estes de forma virtual.

Entretanto, os contratos e documentos oriundos de meio eletrônico ainda causam incerteza quanto à sua validade e eficácia, o que gera uma forte insegurança jurídica para quem deseja se utilizar desses meios contratuais.

Em razão desse crescimento desenfreado do comércio eletrônico, o ordenamento jurídico foi chamado a responder diversos apontamentos, para os quais não está preparado. Ou seja, por influenciar diretamente a vida em sociedade, as relações pessoais, os interesses privados, a internet gerou, em um tempo demasiado curto, grande repercussão no mundo jurídico.

Dessa forma, é preciso entender o que é o “comércio eletrônico” para poder analisar as normas que a ele se aplicam, haja vista que não há uma norma específica que cuide da matéria. Assim, se deve buscar no ordenamento jurídico legislações aplicáveis aos casos concretos.

Compete ressaltar que mesmo reduzindo drasticamente o campo de estudo, alguns conceitos de direito, muitas vezes considerados secundários, não poderão deixar de ser abordados, como os vários conceitos de contrato, de internet, dos diversos tipos de contrato eletrônico, de assinatura digital, entre outros que geram importância para a compreensão integral do tema.

2. EVOLUÇÃO DOS CONTRATOS ELETRÔNICOS

Os avanços tecnológicos, da informação e da internet, ocorridos no século XX, fizeram com que as relações sociais passassem por grandes alterações. A comunicação passou a ser realizada de forma mais célere e eficiente, fazendo com que a produção de consumo passasse a ser amplamente ofertada através da internet.

A primeira forma de contratação, por meio digital, surgiu há mais de vinte anos, com a utilização de um sistema de computador denominado *EDI (Eletronic Data Interchange)*, o qual realizava a troca eletrônica de informações e/ou transferência de dados entre empresas mediante a utilização de computadores. Esse sistema *C2C (Computer-to-Computer)*, rapidamente ingressou no comércio mundial.

Com a evolução tecnológica, os contratos passaram a ser celebrados por outros meios bastante utilizados na Internet: como a troca de mensagens pelo correio eletrônico (*e-mail*) e o oferecimento de propostas em uma página (*homepage*) ou em ambiente digital (mantido pelo provedor e também conhecido por "estabelecimento virtual"). Muitos contratos e muitos outros negócios jurídicos — que se consubstanciam nas várias atividades prévias (envio de *e-mails*, publicidade, pré-contrato, organização de *sites* e *links*, etc.) e posteriores à contratação (*home-banking*, atualizações, envio de informações, etc.) — passaram a ser realizados e também executados através de meio eletrônicos.

A portaria de nº 148 de 31/05/95, do Ministério das Telecomunicações, define internet como "*nome genérico que designa o conjunto de redes, os meios de transmissão e comutação, roteadores,*

equipamentos e protocolos necessários à comunicação entre computadores, bem como o software e os dados contidos nestes computadores”.

Então, internet passou a ser um ambiente propício para a comercialização de diversos produtos e serviços, sendo que nos últimos anos vem apresentando um excessivo crescimento.

Nessa linha de atuação, para os contratos eletrônicos tempo e distância deixaram de ser um impedimento para a concretização de negócios, e passaram à uma posição secundária.

Cláudia Lima Marques afirma que *"o fenômeno da contratação à distância no comércio eletrônico com consumidores (B2C - Business-to-Consumer) é uma realidade desafiadora"*. Isso porque, diferentemente do comércio tradicional, no comércio eletrônico existe a despersonalização, desmaterialização, desterritorialização e atemporalidade dos contratos.

A autora fala em despersonalização da relação jurídica porque o contrato eletrônico é formado *"por intermédio de contratações à distância, por meios eletrônicos (e-mail etc.), por Internet (online) ou por meios de telecomunicação de massa (telemarketing, televisão, televisão a cabo etc.)"*. Observa-se, então, uma modificação considerável naquela noção básica de sujeitos de direito.

Assim sendo, a oferta ao público é realizada de forma virtual e direcionada a pessoas indeterminadas, as quais, em muitas das vezes, poderão permanecer indeterminadas. Seguindo esse raciocínio, Ricardo L. Lorenzetti afirma que: *"na contratação eletrônica, pode ser muito difícil constatar a presença do consentimento de alguém que opere um computador"*.

Uma das características mais importantes neste tipo de contrato é a desmaterialização, ou seja, o contrato eletrônico será realizado sem forma física. E é exatamente essa ausência de forma física que irá gerar certa insegurança nas relações jurídicas. Ora, não se conseguindo "materializar" o contrato, uma vez manifestada a vontade para a formação de vínculo, tornar-se-á dificultosa a solução de problemas oriundos da celebração de contratos eletrônicos, em caso da necessidade dele – instrumento como matéria – como meio comprobatório.

Desta forma, problemas como esses, e novos que venham a surgir, apenas serão resolvidos com um estudo mais aprofundado e apoiado na

doutrina jurídica, o que trará, certamente, maior segurança para as relações efetivadas via internet.

3. RELAÇÃO DE CONSUMO

As diversas mudanças sociais trazidas pelo desenvolvimento técnico e científico vieram inovar, também, o campo jurídico, que teve de se atualizar para manter as relações sociais em harmonia.

O Código de Defesa do Consumidor foi criado por expressa determinação constitucional, sendo que a defesa do consumidor situa-se entre os direitos e garantias fundamentais em seu artigo 5º, XXXII¹. Já no artigo 170, V, do mesmo codex², foi incluso o direito do consumidor junto aos princípios gerais da ordem econômica. Por fim, também no artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias³ ficou estabelecido o prazo de 120 dias para a elaboração do Código de Defesa do Consumidor com o objetivo de criar uma política nacional de relação de consumo⁴.

Então, para que os direitos do consumidor fossem resguardados, e para que a igualdade e equilíbrio fossem restabelecidos dentro da relação de consumo, salvaguardando o consumidor quanto à sua fragilidade e hipossuficiência, é que foi criado o Código de Defesa do Consumidor. É o que reza o artigo 4º, I, do Código de Defesa do Consumidor⁵ quando a lei reconhece a vulnerabilidade do consumidor nas relações consumeristas.

¹ Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

² Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

V - defesa do consumidor;

³ Art. 48. O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor.

⁴ “Podemos afirmar que existe um direito anterior e um direito posterior à lei do consumidor no ordenamento brasileiro. O Código de Defesa do Consumidor estabeleceu o que a doutrina consagrou como um microsistema jurídico que se imiscui em praticamente todas as atividades negociais. O direito do consumidor exige um estudo autônomo.” VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito Civil IV: Responsabilidade Civil**. 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 2003, p. 155.

⁵ Art. 4º A Política Nacional de Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito a sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

Para Sergio Cavalieri Filho, relação de consumo “*é a relação jurídica, contratual ou extracontratual, que tem numa ponta o fornecedor de produtos ou serviços e na outra o consumidor*”. Ou seja, é o trânsito de bens e serviços entre um fornecedor e um consumidor⁶.

A relação de consumo possui dois elementos básicos: **1.** elemento subjetivo — onde figuram necessariamente um consumidor e um fornecedor de produtos ou serviços; **2.** elemento teleológico — que se refere à destinação final do produto ou serviço.

Alguns doutrinadores reconhecem, ainda, com um terceiro elemento: o elemento objeto — que se reporta ao próprio produto e serviço.

Entende-se, portanto, que para se acionar o Código de Defesa do Consumidor é necessário que tenha ocorrido uma relação de consumo.

3.1. Conceito de consumidor

O Código de Defesa do Consumidor traz a definição de consumidor em seu artigo 2º ao afirmar que: “*Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final*”. Estende seu alcance o enunciado de seu parágrafo único: “*Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que hajam intervindo nas relações de consumo*”.

Como se vê, o Código de Defesa do Consumidor define que consumidor pode ser tanto pessoa física quanto jurídica, sendo elas destinatárias finais nas relações de consumo⁷.

Ada Pellegrini Grinover, Antonio Herman de Vasconcellos e Benjamin, Daniel Roberto Fink, José Geraldo Brito Filomeno, Kazuo Watanabe,

⁶ “A cadeia de fornecimento é um fenômeno econômico de organização do modo de produção e distribuição, do modo de fornecimento de serviços complexos, envolvendo grande número de atores que unem esforços e atividades para uma finalidade comum, qual seja a de poder oferecer no mercado produtos e serviços para os consumidores”. MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no código de defesa do consumidor**. 3ª Ed. São Paulo: RT, 1999, pág. 334.

⁷ “O destinatário final é o Endverbraucher, o consumidor final, o que retira o bem do mercado ao adquirir ou simplesmente utilizá-lo (destinatário final fático), aquele que coloca um fim na cadeia de produção (destinatário final econômico) e não aquele que utiliza o bem para continuar a produzir, pois ele não é o consumidor-final, ele está transformando o bem, utilizando o bem para oferecê-lo, por sua vez ao seu cliente, o consumidor”. MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no código de defesa do consumidor**. 3ª Ed. São Paulo: RT, 1999, pág. 279.

Nelson Nery Junior e Zelmo Denari em seus comentários ao Código de Defesa do Consumidor entendem como sendo consumidor qualquer pessoa física ou jurídica que, isoladamente ou coletivamente, contrate para consumo final, em benefício próprio ou de outrem, a aquisição ou locação de bens, bem como a prestação de um serviço. Note-se que, para os referidos autores, não será consumidor a pessoa jurídica que adquire bens ou serviços como insumos de sua atividade lucrativa.

Portanto, mesmo que expressamente prevista pelo Código de Defesa do Consumidor, a definição de pessoa jurídica como consumidora ainda suscita diversos debates, principalmente em torno da sua vulnerabilidade e hipossuficiência, fazendo nascer correntes com diferentes entendimentos.

A primeira delas é a corrente Maximalista; a qual entende que o Código de Defesa do Consumidor surgiu para regular uma sociedade de consumo, onde a mesma pessoa jurídica pode ser considerada fornecedora, em certos casos, e consumidora, em outros casos.

Os que advogam neste sentido amparam uma interpretação extensiva e literal do artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor — não importando se a relação jurídica visa lucro — e não consideram a vulnerabilidade da pessoa jurídica como determinante para classificá-la como sendo consumidora. Nesse caso, destinatários finais seriam os destinatários de fato, ou seja, aqueles que consomem o produto.

No entanto, a corrente Finalista entende que nem toda a pessoa jurídica pode ser consumidora, sustentado que um dos princípios básicos do Código de Defesa do Consumidor é exatamente a vulnerabilidade do consumidor em relação ao fornecedor de bens e serviços.

Defende, ainda, que para ser consumidor a pessoa jurídica deve dar fim à cadeia de produção, ou seja, o bem ou serviço deve ser para uso próprio ou familiar, sendo que sua utilização não deve ser profissional, isto é, não deve visar lucro, estando, assim, a pessoa jurídica equiparável à pessoa física.

No entender da maioria dos doutrinadores e dos magistrados, para que a pessoa jurídica seja considerada consumidora final é necessário que seja destinatária final do produto ou serviço, sem que haja utilização profissional ou comercial do mesmo (sem o fim de obter lucro). Nestes termos, a

pessoa física poderá ser equiparada ao consumidor quando apresentar hipossuficiência e vulnerabilidade.

Nessa linha de pensamento, a Ministra Nancy Andrighi, do Superior Tribunal de Justiça (STJ), em julgado do REsp 476.428/SC, também sustenta a teoria finalista como argumento para definir o conceito de consumidor, ao assegurar que *"não basta ser, o adquirente ou utente, destinatário final fático do bem ou serviço: deve ser também o seu destinatário final econômico, isto é, a utilização deve romper a atividade econômica para o atendimento de necessidade privada, pessoal, não podendo ser reutilizado, o bem ou serviço, no processo produtivo, ainda que de forma indireta."*

O Código de Defesa do Consumidor também traz três situações em que outras pessoas serão equiparadas a consumidoras. Estão estas situações expressas no artigo 2º em seu parágrafo único, como já citado acima, no artigo 17 e no artigo 29.

O parágrafo único do artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor equipara expressamente a coletividade de pessoas como sendo consumidora quando indeterminadas forem elas e tenham participado de uma relação de consumo. Refere-se ao sentido de universalidade, a um conjunto de consumidores relacionados a um mesmo produto ou serviço.

Com base nos argumentos acima citados, e com base nos artigos 81 e 82 do Código de Defesa do Consumidor⁸, pode ser proposta uma

⁸ Art. 81. A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente ou a título coletivo.

Parágrafo único. A defesa coletiva será exercida quando se tratar de:

I - interesses ou direitos difusos, assim entendidos, para efeitos deste Código, os transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato;

II - interesses ou direitos coletivos, assim entendidos, para efeitos deste Código, os transindividuais, de natureza indivisível, de que seja titular grupo, categoria ou classe de pessoas ligadas entre si ou com a parte contrária por uma relação jurídica base;

III - interesses ou direitos individuais homogêneos assim entendidos os decorrentes de origem comum.

Art. 82. Para os fins do art. 81, parágrafo único, são legitimados concorrentemente:

I - o Ministério Público;

II - a União, os Estados, os Municípios e o Distrito Federal;

III - as entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, ainda que sem personalidade jurídica, especificamente destinados à defesa dos interesses e direitos protegidos por este Código;

IV - as associações legalmente constituídas há pelo menos um ano e que incluam entre seus fins institucionais a defesa dos interesses e direitos protegidos por este Código, dispensada a autorização assemblear.

única ação, tendo como autores uma coletividade de pessoas que se equiparam a consumidores para tutelar os seus direitos ou interesses difusos, coletivos ou individuais homogêneos.

O artigo 17 do Código de Defesa do Consumidor⁹ equipara ao consumidor um terceiro que sofreu com dano que também foi causado ao consumidor, mesmo sendo ele estranho à relação de consumo.

Isto significa que é responsabilidade objetiva do fornecedor o fato de o produto, ou serviço que se estende àquelas pessoas, ter causado prejuízo em razão de defeitos intrínsecos e/ou extrínsecos. Assim sendo, deve o fornecedor oferecer, no mercado de consumo, produtos ou serviços com uma margem alta de segurança a toda uma coletividade consumerista, efetuando uma fiscalização preventiva de práticas de exposições abrangidas pelo Código de Defesa do Consumidor.

Já o artigo 29 do Código de Defesa do Consumidor¹⁰ equipara a consumidores todas as pessoas, determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

Note-se, portanto, que consumidor não será apenas aquele que adquire ou utiliza produto ou o serviço, mas também todas as pessoas expostas às práticas previstas no Código de Defesa do Consumidor.

Como se vê, basta uma simples exposição, mesmo que não seja possível indicar um consumidor em vias de adquirir ou utilizar um serviço ou um produto, para que as pessoas expostas se equiparem a consumidores.

Por conseguinte, cumprido o requisito de exposição a práticas comerciais e contratuais tratadas pelo Código de Defesa do Consumidor, já se torna possível a equiparação. Além disso, é uma forma de proteger o consumidor na fase pré-contratual e na fase de execução do contrato.

Isso posto, há que se entender consumidor de uma forma abrangente e coletiva, dependendo de cada relação de consumo.

§ 1º O requisito da pré-constituição pode ser dispensado pelo juiz, nas ações previstas nos arts. 91 e seguintes, quando haja manifesto interesse social evidenciado pela dimensão ou característica do dano, ou pela relevância do bem jurídico a ser protegido.

⁹ Art. 17. Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento.

¹⁰ Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas, determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

3.2. Conceito de fornecedor

O conceito de fornecedor também está expressamente definido pelo Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 3º: *“Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços”*.

Logo, considerar-se-á fornecedor a pessoa física ou jurídica, nacional ou estrangeira, pública (entende-se Poder Público) ou privada, ou mesmo qualquer ente despersonalizado responsável pela colocação de bens e serviços no mercado de consumo, ou seja, toda a pessoa que propicie a oferta de bens ou serviços aos consumidores.

A atividade desenvolvida pelo fornecedor deve visar a fins econômicos, necessitando ter como motivo a obtenção de lucro, sendo realizada de forma profissional e habitual. O mesmo deve acontecer com as atividades fornecidas com objetivo indireto de lucro, ou seja, serão aplicadas às regras do Código de Defesa do Consumidor.

O Mestre Paulo R. Roque A. Khouri¹¹ também defende essa idéia, compreendendo como necessária para a caracterização do fornecedor a colocação habitual de bens e serviços que visem lucro dentro de um mercado consumerista.

Para Sílvio de Salvo Venosa a definição de fornecedor apresentada pelo Código de Defesa do consumidor *“é abrangente e não pode ser vista como taxativa: outras entidades podem ser conceituadas como fornecedor, desde que pratique atividades de fornecimento e consumo”*.

A Mestra Cláudia Lima Marques, que além definir como amplo o conceito de fornecedor, entende ainda como critério caracterizador de fornecedor o desenvolvimento de atividades tipicamente profissionais de forma habitual.

¹¹ “Em outras palavras, pode-se dizer, então, que fornecedor é aquele que oferece ao mercado, habitualmente, bens e serviços visando ao lucro, que participa da cadeia produtiva, ou pratica alguns atos dentro dessa cadeia, seja produzindo diretamente, ou distribuindo, ou simplesmente intermediando o fornecimento de bens e serviços.” KHOURI, Paulo Roberto Roque Antonio. **Direito do Consumidor: contratos, responsabilidade civil e defesa do consumidor em juízo**. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2005, pág. 56.

A doutrina classifica os fornecedores como responsáveis, ou seja, aqueles sujeitos que participam, no pólo passivo, da relação jurídica de responsabilidade civil, nas seguintes categorias: **a)** Fornecedor real, envolvendo o fabricante, o produtor e o construtor; **b)** Fornecedor aparente, que compreende o detentor do nome, marca ou signo aposto no produto; **c)** Fornecedor presumido, abrangendo o importador e comerciante de produto anônimo.

O **fornecedor real** é o que efetivamente participa da elaboração e criação do produto acabado ou de parte dele. A teor do que dispõe o artigo 25, §2º do Código de Defesa do Consumidor¹², o fabricante de peça ou parte componente responde solidariamente com os demais fornecedores, segundo sua participação no evento lesivo.

O **fornecedor aparente**, por sua vez, é visível como o produtor ao consumidor, na medida em que, ao colocar seu nome no produto assume a sua fabricação, bem como os riscos envolvidos. Em razão disso, pode ser responsabilizado diretamente.

Por fim, o **fornecedor presumido** é aquele que adquire produtos anônimos, industrializados ou não, para vender no mercado de consumo. Geralmente, são importadores e comerciantes. A lei admite, por ficção, que assumam a condição de fabricantes, para que, em defesa do consumidor, possa-lhes ser imputada a responsabilidade pelos acidentes de consumo.

Caso não houvesse tal ficção legal, dificilmente o consumidor lesado poderia ser reparado, já que seria praticamente impossível comprovar a ligação de nexo de causalidade entre o dano e a conduta do verdadeiro fabricante.

O leitor mais atento poderá verificar que não foi citado como fornecedor o comerciante. No entanto, o mesmo também é equiparado a

¹² Art. 25. É vedada a estipulação contratual de cláusula que impossibilite, exonere ou atenua a obrigação de indenizar prevista nesta e nas seções anteriores.

§ 1º Havendo mais de um responsável pela causação do dano, todos responderão solidariamente pela reparação prevista nesta e nas seções anteriores.

§ 2º Sendo o dano causado por componente ou peça incorporada ao produto ou serviço, são responsáveis solidários seu fabricante, construtor ou importador e o que realizou a incorporação.

fornecedor nos termos do artigo 13 do Código de Defesa do Consumidor¹³, porém, de forma subsidiária, apenas quando for impossível responsabilizar-se o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador, seja porque estes não possam ser identificados (neste caso, segundo a doutrina, é considerado fornecedor presumido), seja porque, tratando-se de produtos perecíveis, o comerciante não os conservou adequadamente.

3.3. Definição de produto e serviço

O artigo 3º, §1º do Código de Defesa do Consumidor define produto como sendo “*qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial*”. Ou seja, é qualquer bem passível de apropriação hábil à satisfação de uma necessidade do consumidor destinatário final.

O legislador não distinguiu produto como sendo bem material ou imaterial, móvel ou imóvel, sendo ilícito ao intérprete fazê-lo. Nesse diapasão, tanto um como outro são bens consumíveis abrangidos pelo Código de Defesa do Consumidor.

A doutrina dominante vê com melhores olhos o termo bens e não produtos, pois o primeiro termo é mais abrangente, inequívoco e genérico que o segundo.

Os bens, no entendimento majoritário da doutrina, podem ser classificados como bens duráveis e bens não duráveis. Bens duráveis são aqueles bens tangíveis que normalmente se procrastinam no tempo.

Já os bens não duráveis são aqueles bens tangíveis que são consumidos após uma ou poucas utilizações.

Ada Pellegrini Grinover, Antonio Herman de Vasconcellos e Benjamin, Daniel Roberto Fink, José Geraldo Brito Filomeno, Kazuo Watanabe, Nelson Nery Junior e Zelmo Denari em seus comentários quanto ao Código de Defesa do Consumidor conceituam produto (ou bens) como sendo “*qualquer*

¹³ Art. 13. O comerciante é igualmente responsável, nos termos do artigo anterior, quando:

I - o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador não puderem ser identificados;

II - o produto for fornecido sem identificação clara do seu fabricante, produtor, construtor ou importador;

III - não conservar adequadamente os produtos perecíveis.

Parágrafo único. Aquele que efetivar o pagamento ao prejudicado poderá exercer o direito de regresso contra os demais responsáveis, segundo sua participação na causação do evento danoso.

objeto de interesse em dada relação de consumo, e destinado a satisfazer uma necessidade do adquirente, como destinatário final”.

A definição de serviço também está prevista no Código de Defesa do Consumidor em seu artigo 3º, §2º, onde se lê que “*serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista*”.

Esse conceito de serviço trazido pelo código é abrangente, mencionando apenas o critério de prestação de serviço. Serviço seria a atividade, o benefício ou a satisfação que é oferecida à venda. Para Cláudia Lima Marques, basta que a atividade seja prestada mediante remuneração, não sendo necessário o profissionalismo de quem o presta.

Quanto à expressão remuneração, esta não deve ser entendida apenas como pagamento recebido por serviço efetivamente prestado, mas também como o benefício comercial indireto resultante de prestação de serviços gratuitos, os quais possam vir a causar danos pessoais e materiais ao consumidor.

Tupinambá Miguel Castro do Nascimento define serviço como sendo a prestação de uma atividade habitual localizada no mercado de consumo e remunerado.

A concessão de crédito e a disponibilização de serviço colocam as instituições financeiras na condição de fornecedores de serviços. As entidades financeiras se tornam fornecedoras, pois exploram atividade de prestação de serviços financeiros, mas o outro contratante pode ou não ser consumidor.

Se o serviço se aplicar para uma atividade profissional, será um insumo, assim sendo, não haverá relação de consumo, não sendo regidas as relações pelo Código de Defesa do Consumidor. No entanto, se a atividade for aplicada na satisfação pessoal do consumidor, enquanto destinatário final, incidirão as normas do Código de Defesa do Consumidor.

4. CONTRATOS ELETRÔNICOS:

O tema sobre Contratos eletrônicos ou contratos virtuais ainda é novo dentro do direito brasileiro, não havendo uma denominação correta para os contratos realizados por meio dos meios virtuais.

Todavia, como as legislações e orientações internacionais, e os projetos de leis em trâmite no Congresso Nacional, tratam o termo como “contratos eletrônicos”, assim também aqui será tratado.

Entretanto, antes de se adentrar no conceito de contrato eletrônico, é necessário analisar-se o conceito de contrato.

Para Caio Mário da Silva Pereira, contrato é: *"acordo de vontades, na conformidade com a lei, e com a finalidade de adquirir, resguardar, transferir, conservar ou extinguir direitos"*.

Por essa razão entende-se que o conceito de contratos é aplicável aos negócios jurídicos firmados por meio digital. Desta feita, pode-se concluir que o contrato eletrônico não consiste numa nova modalidade de contrato, mas apenas em uma nova forma de se contratar, aplicando-se, assim, todas as regras e princípios que tradicionalmente são aplicados aos demais contratos.

4.1. Conceito e formação

O conceito de contrato eletrônico ainda é tema novo na doutrina jurídica, gerando, muitas vezes, conflitos entre os doutrinadores. No entanto, a conceituação mais pacífica entre os autores é a de Fran Martins, que assim ensina: *“acordo de duas ou mais pessoas para, entre si, constituir, regular ou extinguir uma relação jurídica de natureza patrimonial”*.

Já Sheila do Rocio Cercal Santos Leal entende que: *"contrato eletrônico é aquele em que o computador é utilizado como meio de manifestação e de instrumentalização da vontade das partes"*.

Para o Prof. Newton de Lucca, contrato eletrônico é todo *“aquele celebrado por meio de programas de computador ou aparelhos com tais programas, que dispensam assinatura ou exigem assinatura codificada ou senha”*.

Em sua obra sobre comércio eletrônico, Rogério Montai de Lima assim o conceitua:

“Por comércio eletrônico entendem-se todas as relações negociais que são realizadas tendo como instrumento o computador. Tais relações podem se dar via fac-símile, telefone ou vídeo-fone; correio eletrônico; interação de uma pessoa com um banco de dados programado para receber pedidos de compra; ou interação de dois computadores programados para contratarem sem interferência humana. Em sentido lato, considera-se comércio eletrônico como todas as transações comerciais efetuadas eletronicamente, com o objetivo de melhorar a eficiência e a efetividade do mercado e dos processos comerciais. Este processo engloba a venda à distância e a venda realizada por máquinas.

O comércio eletrônico pode ser definido em sentido amplo como uma forma de fazer negócios através de sistemas e redes eletrônicas. Lato sensu, assim, engloba as atividades negociais juridicamente relevantes”.

Ricardo L. Lorenzetti afirma que *"uma vez constatado que o meio digital é utilizado para celebrar, cumprir ou executar um acordo, estaremos diante de um contrato eletrônico"*.

O contrato eletrônico também é definido pela profa. Maria Helena Diniz como sendo aquele que se opera *"entre o titular do estabelecimento virtual e o internauta, mediante transmissão eletrônica de dados"*. Entretanto, este último conceito encontra-se incompleto, visto que o contrato eletrônico também pode se dar entre pessoas físicas ou jurídicas, não necessitando se tratar de um estabelecimento virtual.

Como visto, embora haja controvérsia sobre a conceituação dos contratos eletrônicos, vem sendo entendimento quase unânime entre os doutrinadores que não se trata de uma nova modalidade contratual, mas apenas uma nova forma de se celebrar os contratos, com algumas peculiaridades próprias.

Assim, como afirma Claudia Lima Marques, deve-se passar a ver os contratos eletrônicos como um novo método de se fazer negócios através de sistemas e redes eletrônicas.

Destarte, nas palavras de Jorge José Lawand, *"a Internet não cria espaço livre, alheio ao direito. Ao contrário, as normas legais vigentes aplicam-se aos contratos eletrônicos basicamente da mesma forma que a quaisquer outros negócios jurídicos"*.

Em resumo, o contrato eletrônico nada mais é do que a forma conhecida de se praticar comércio, todavia, agora sendo realizada à distância, por meio eletrônico.

Fábio Ulhôa Coelho afirma que o estabelecimento eletrônico, ou *virtual store*, "*possui idêntica natureza jurídica que o físico, podendo-se falar em fundo de comércio e título de estabelecimento (este expresso no nome de domínio)*".

Todavia, os contratos eletrônicos devem conter todos os requisitos de validade dos contratos tradicionais, tendo em vista que são instrumentos tradicionais da vida em sociedade, ou seja, são contratos, só que firmados sem a utilização de papel.

Vale a pena lembrar que os contratos eletrônicos possuem a mesma classificação dos demais contratos, ou seja, são unilaterais ou bilaterais, onerosos ou gratuitos, comutativos ou aleatórios, nacionais ou internacionais. A única classificação de que destoam é quanto à solenidade, sendo sempre não solenes.

Para Sheila do Rocio Cercal Santos Leal a existência do contrato eletrônico depende de três fases distintas: "*as tratativas ou negociações preliminares, a oferta ou policação, e a aceitação ou oblação*". Na fase das tratativas preliminares não há uma oferta concreta, é feito apenas um estudo sobre a possibilidade de realização do negócio, e embora não obrigue as partes contratantes, para Maria Helena Diniz existe a responsabilidade extracontratual. Então, nessa fase pré-contratual pode haver o dever de indenizar a parte lesada.

A partir da oferta tem início a formação do contrato eletrônico. A oferta deve estar revestida de precisão e necessita conter informações precisas e inequívocas sobre o produto ou serviço, bem como de quem as fornece. É vinculatória, após a sua divulgação, obrigando o fornecedor e fazendo parte do contrato, consoante o disposto no artigo 427 do Código Civil e artigo 30 do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 427. *A oblação ou aceitação é a última fase da formação do contrato eletrônico. A anuência às condições estabelecidas na oferta determina o dever cumprir as obrigações convencionadas.*

Art. 30. *Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.*

Uma questão importante e que causa muita discussão dentro da doutrina é o momento da formação do contrato eletrônico, sendo que vem prevalecendo aquela que considera a mensagem como recebida no momento em que o provedor envia o arquivo para o seu usuário.

O momento de formação do contrato é de extrema importância, pois é a partir desse instante que surge para os contratantes seus direitos e deveres. Nos contratos convencionais, com partes presentes, o acordo se confirma no momento em que o oblato aceita a proposta, uma vez que a presença das partes permite tal deliberação.

Nos contratos eletrônicos, em que o contrato se realiza entre “ausentes”, poder-se-á aplicar duas teorias: Teoria da Cognição e Teoria da Agnição. A primeira afirma que o contrato entre ausentes somente se considera formado quando a resposta do aceitante chega ao conhecimento do proponente (que é aquele que faz a proposta).

Já a segunda afirma que se dispensa que a resposta chegue ao conhecimento do proponente. Decorrentes dessa teoria derivam as seguintes subteorias: a da Declaração Propriamente Dita, a da Expedição e a da Recepção.

Na Subteoria da Declaração Propriamente Dita o contrato se forma no momento em que o aceitante (ou oblato) redige ou datilografa sua resposta. Na subteoria da Expedição, se considera formado o contrato no momento em que a resposta é expedida. E na subteoria da Recepção se reputa celebrado o negócio no instante em que o proponente recebe a resposta, dispensando a leitura da mesma.

Parte da doutrina afirma que a subteoria adotada é a da Expedição com o fundamento no artigo 1086 do Código Civil de 1916. E analisando o dispositivo correspondente no atual Código Civil (artigo 434), tem-se a impressão de que realmente pode ter sido adotada a referida subteoria.

O artigo 434 do Código Civil enumera situações em que o contrato não se reputará celebrado:

“Art. 434. *Os contratos entre ausentes tornam-se perfeitos desde que a aceitação é expedida, exceto:*

I - no caso do artigo antecedente;

II - se o proponente se houver comprometido a esperar resposta;

III - se ela não chegar no prazo convencionado”.

Todavia, deve-se fazer uma análise do conjunto supracitado com o artigo 433 do mesmo codex:

“Art. 433. *Considera-se inexistente a aceitação, se antes dela ou com ela chegar ao proponente a retratação do aceitante”.*

Analisando conjuntamente os dois artigos, a outra parte da doutrina, hoje majoritária, explica que após se observar à ressalva constante no inciso I do artigo 434 que faz remissão ao artigo 433, chega-se a conclusão de que a aceitação não se reputará existente, se antes dela ou com ela chegar ao proponente a retratação do aceitante.

Ao mencionar tal referência, o próprio legislador estaria negando a força conclusiva da sub-teoria da expedição. Porque enquanto não tiver havido a recepção, o contrato não será considerado perfeito, pois antes do recebimento da resposta ou simultaneamente a ela, poderá vir o arrependimento do aceitante.

Conclui-se, portanto, que artigo 433 do Código Civil admitindo a retratação do aceitante até o momento da resposta ser recebida pelo proponente, que o atual Código Civil adotou a sub-teoria da recepção e não a da Expedição. Este é o fundamento da doutrina majoritária em defesa da sub-teoria da recepção.

Dessa forma, considerar-se-á como momento legal da perfeição do contrato o envio da mensagem eletrônica confirmando a aceitação do que é proposto, tornando-se, então, um ato jurídico perfeito.

Importante que se analise também no artigo 433 as suas importantes ressalvas.

A doutrina majoritária ensina que a aceitação do contrato não se reputará existente, uma vez que antes dela, ou concomitante à aceitação, chegar alguma forma de retratação do aceitante. Tal situação é difícil de

ocorrer nos contratos eletrônicos, haja vista que a confirmação por *e-mail*, ou qualquer outra forma eletrônica, é, na maioria das vezes, imediata.

A doutrinadora Maristela Basso propõe uma divisão própria sobre o momento da formação dos contratos eletrônicos:

1. **Contratos de formação instantânea por comunicação indireta através de telemática**, em que entre a oferta e a aceitação há apenas um tempo real, um lapso temporal necessário para que a oferta seja aceita, sem que haja qualquer ato como contraposta ou qualquer negociação. A aceitação é imediata. Deve-se ter em mente que o tempo real se altera de acordo com o sinal eletrônico que transmite a informação. Neste caso, o juízo competente para eventuais lides será o país de destino da mercadoria (Convenção de Viena de 1980).

2. **Contratos de formação “ex intervallo” realizados por comunicação indireta através de telemática**, onde há um tempo considerável entre a oferta e a aceitação, não sendo, portanto, imediata, já que o oblato resolve pensar sobre o negócio proposto via Internet. A aceitação realizar-se-á através de correio eletrônico, como, por exemplo, o e-mail. De acordo com a mesma convenção de Viena, o juízo competente para essa relação jurídica é o lugar da recepção da resposta confirmando o negócio.

3. **Contratos de formação “ex intervallo temporis”**, sendo aquele que se exige certa negociação entre as partes, troca de propostas, sendo formado progressivamente, onde a manifestação de vontade vai se contraindo aos poucos, sendo analisados todos os pontos do negócio, podendo até mesmo terceiros serem inclusos no contrato. Neste tipo de contrato, as partes recorrem às técnicas pré-contratuais da prática do comércio, sendo as mais utilizadas: I. *Cartas de intenção ou acordo preliminares* (documentos preparatórios do contrato, que produzem consequências jurídicas por ser uma promessa de contrato e obrigar as partes); II. *Acordos de segredo* (obrigação de não divulgar certas informações e conhecimentos confidenciais, também chamados de know-how); III. *Condições gerais de venda* (regulamentações detalhadas a respeito das particularidades negociais); IV. *Contratos-tipo* (formas de contratos já padronizadas, apenas diferindo quanto às particularidades de cada negócio); V. *Garantias contratuais* (realizadas por um banco, a pedido de uma das partes, a favor da contraparte ou beneficiário); VI. *Promessas de contratar ou Contratos preliminares* (compromisso assumido por uma das partes, ou por ambas, de celebrar o contrato).

4.2. Pressupostos

Como já foi dito, o contrato eletrônico nada mais é do que do que o velho modelo contratual, mas agora realizado entre ausentes e por meio eletrônico. Dessa forma, as normas legais vigentes aplicam-se aos contratos eletrônicos como a qualquer outro negócio jurídico, estabelecidos no art. 102 e seguintes do Código Civil.

Nessa linha de raciocínio, os contratos eletrônicos devem preencher todos os requisitos de validade dos contratos tradicionais.

Consequentemente, para ter efeitos jurídicos, os contratos eletrônicos devem preencher os requisitos de eficácia e validade, conforme determina o Código Civil pátrio:

a) Subjetivo: deve haver a manifestação de vontade de duas ou mais pessoas capazes civilmente e desde que não apresentem vícios de consentimento e/ou sociais. Caso haja algum desses vícios, o contrato será nulo ou anulável.

Vale lembrar que em contratos celebrados por incapazes, se autorizados ou com a participação de um responsável, o contrato poderá ser validado.

b) Objetivos: como qualquer outra espécie de contrato, requer a licitude e a possibilidade física ou jurídica do objeto e o conteúdo econômico (o objeto deve ser lícito, possível, determinado ou determinável e que apresente utilidade econômica).

Por **lícito** entende-se aquele objeto que esteja em conformidade com a lei, a moral e os bons costumes. **Possível** é aquele objeto realizável, praticável do seu ponto de vista físico. Já **determinado** ou **determinável** é aquele objeto capaz de ser conhecido e individualizado, seja em momento anterior, seja em momento posterior à formação do contrato.

c) Formais: exigem o uso de computador na sua formação, ficando registrado no seu disco rígido, podendo ser transferido sem perdas. Esse requisito se refere à forma, sempre respeitando o princípio da liberdade contratual e as exceções legais.

Há presunção *juris tantum* da validade do documento digitalmente assinado, do fato de que os sinais foram transmitidos por pessoas autorizadas e mediante meios idôneos para produzir com confiabilidade o conteúdo da mensagem. Havendo qualquer falha na transmissão, dever-se-á enviar outra mensagem.

Caso se conteste a autenticidade da assinatura digital e a integridade do documento, a parte que tirar proveito do conteúdo documental deverá provar, valendo-se por todos os meios admitidos em lei, a autenticidade da assinatura das chaves e a segurança do sistema criptográfico empregado.

A eficácia do contrato virtual pode ser atestada pelo prudente arbítrio judicial, mediante o recurso dos meios probatórios admitidos juridicamente, e através do assessoramento de um técnico em informática (função de perito), para averiguar a autenticidade e integridade do documento informático, demonstrando que o estabelecimento virtual está organizado de maneira a conferir os maiores graus de segurança quanto à identificação das partes e inalterabilidade do registro.

A regra imposta pelo CPC não é válida para os documentos eletrônicos não assinados. A arguição de falsidade do documento eletrônico só poderá se restringir à falsidade da assinatura, em razão da correlação existente entre o documento digital e assinatura, baseada na regra fixada no art. 389, II, do CPC, recaindo o ônus da prova ao autor do documento.

A fim de evitar problemas de caráter probatório, visa-se à criação de cartórios para reconhecimento de documentos virtuais.

4.3. Formas de Contratos Eletrônicos

Os contratos eletrônicos são considerados atípicos e de forma livre, face à inexistência de legislação específica sobre o tema.

A grande maioria dos doutrinadores classificam os contratos eletrônicos em intersistêmicos, interativos e interpessoais, levando-se em conta o grau de interação entre o homem e a máquina.

4.3.1 – Contratos Eletrônicos Intersistêmicos:

É aquele que se configura sem a presença da ação humana, somente entre aplicativos pré-programados, utilizando-se a Internet como ponto convergente de vontades preexistentes, estabelecidas em uma negociação prévia.

Normalmente utilizado entre empresas (relações comerciais de atacado), a comunicação se dá através de redes fechadas, pelo sistema EDI (Electronic Data Interchange), que possibilita a troca de informações entre diferentes equipamentos de computação das empresas. Esse sistema admite o

diálogo eletrônico entre sistemas aplicativos distintos, mediante utilização de “documentos padrões” ou “padrões de EDF”.

Nesse tipo de contrato, após a programação dos aplicativos, o computador opera automaticamente, não havendo mais a manifestação da vontade humana em todas as compras, o que não invalida o contrato, já que no momento da programação do sistema houve a manifestação de vontade para que o computador efetuasse tantas compras quanto o seu programador quisesse.

Assim sendo, observa-se que o computador é apenas (e serve como) uma ferramenta que possibilita às partes exporem suas vontades na realização de um negócio jurídico válido.

Logo, a vontade nasceu quando os sistemas foram “pré-destinados”, pois ali a manifestação volitiva das partes abrangidas nas contratações intersistêmicas se fez presente, ocorrendo no momento em que os sistemas foram programados para a consumação de cada uma das comunicações eletrônicas.

Nessa forma contratual o uso do computador é um simples meio de comunicação, o contrato principal é celebrizado de forma tradicional, e neste são constituídas as regras gerais de funcionamento das ocorrências posteriores feitas mediante uso do computador, que poderão constituir-se em outros contratos, chamados de “derivados”.

4.3.2 - Contratos Eletrônicos Interativos:

Esta espécie contratual ocorre quando a comunicação entre as partes é feita por meio da interação entre uma pessoa e um sistema aplicativo já programado, que pode ter sido colocado à disposição por uma pessoa física ou jurídica. É a forma mais típica de contratos eletrônicos.

Destaca-se que o sistema aplicativo pelo qual a comunicação acontece é apenas um programa de computador com a função de acessar um banco de dados específico. Esse programa possui a funcionalidade de direcionar o internauta comprador aos serviços e produtos que deseja, fornecendo, automaticamente, todo o caminho para que a compra se realize.

Rogério Montai de Lima considera os contratos eletrônicos interativos "*contratos por computador stricto sensu, posto que o computador age diretamente na formação da vontade das partes.*"

Um bom exemplo é o acesso a um site para a aquisição de produtos ou serviços. Assim, ao se disponibilizar um determinado produto ou serviço, verifica-se a vontade do fornecedor. A aceitação por parte do consumidor oblatamente se dá através do acesso ao sistema aplicativo e sua interação, confirmando a compra e transmitindo seus dados para pagamento.

As condições do negócio são preestabelecidas pelo fornecedor, sem que essas cláusulas possam ser modificadas ou ao menos discutidas, cabendo ao consumidor apenas aceitá-las ou não, razão pela qual este tipo de contrato é considerado contrato de adesão. Na maioria das vezes tais contratos são entregues na forma escrita, onde apenas se completam dados necessários como nome, valores e locais.

Uma minoria doutrinária afirma que os Contratos Eletrônicos Interativos não são contratos de adesão, mas apenas uma afinidade intrínseca com as condições gerais dos contratos. Assim sendo, as condições a que se submetem os contratos interativos, mesmo com a aceitação das partes, seja ela tácita ou expressa, bem como as cláusulas construídas anteriormente da aceitação, se diferenciam do contrato de adesão por não possuírem uma rigidez tal qual a deste. No entanto, afirma-se que o contrato eletrônico interativo pode se transformar em um contrato de adesão, dependendo da flexibilidade e das possibilidades de alterações pelas quais possa passar.

Quanto à sua execução, os contratos eletrônicos podem ser diretos ou indiretos. No primeiro caso, a execução se dá no próprio ambiente virtual, e no segundo ocorre quando o bem é de natureza tangível, o que torna sua execução no ambiente virtual impossível.

4.3.3 - Contratos Eletrônicos Interpessoais:

Esta espécie de contrato eletrônico é realizada através de correio eletrônico, chats ou videoconferência. A comunicação entre as partes será realizada por meio de computador, tanto para o oferecimento da proposta quanto para a sua aceitação.

Sua principal característica é a necessidade de uma manifestação ativa das partes, ou seja, é necessária a ação humana tanto para enviar uma proposta através de mensagem, quanto para emitir mensagem de resposta de aceitação. A interação não se faz por qualquer programa ou sistema de computador já programado, não havendo, nesses casos, vontade pré-estabelecida. A interação humana faz a grande característica dessa forma contratual, sendo o computador apenas a ferramenta de comunicação entre os dois polos contratuais.

Esse tipo de contrato pode ser simultâneo, pois quando realizado em tempo real (on-line) as partes estarão conectadas à internet, sendo que a manifestação de vontade de uma das partes é recebida pela outra no mesmo instante que é declarada e em curtíssimo espaço de tempo. É o caso de salas de bate papo ou videoconferência, por exemplo.

Os contratos firmados de forma eletrônica interpessoal simultânea têm analogia com os contratos firmados por qualquer outra forma de comunicação, desde que a interação entre as partes se dê de forma instantânea.

Tal analogia é possível ao se analisar o disposto no artigo 428, inciso I, do Código Civil¹⁴. Assim, a expressão “ou por meio de comunicação semelhante” permite que se estenda o contrato realizado de forma eletrônica interpessoal simultânea como um acordo entre presentes.

O contrato também pode ser **não simultâneo**, quando o recebimento da manifestação de vontade das partes não ocorrer simultaneamente, havendo nesses casos um lapso temporal entre a manifestação da vontade de uma parte e a aceitação pela outra parte contratante. É o exemplo dos contratos realizados através de correio eletrônico.

Essa última forma de contratação será uma típica forma de acordo entre ausentes e será regida pelo art. 434, caput, do Código Civil.

¹⁴ Art. 428. Deixa de ser obrigatória a proposta:

I - se, feita sem prazo para a pessoa presente, não foi imediatamente aceita. Considera-se também presente a pessoa que contrata por telefone ou por meio de comunicação semelhante;

5. CONTRATO ELETRÔNICO E A APLICAÇÃO DO CÓDIGO CIVIL E DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E DEMAIS LEGISLAÇÕES APLICÁVEIS

Não há no país uma legislação adequada e específica relacionada à matéria, mesmo com o rápido crescimento de utilização dessa espécie contratual.

As legislações utilizadas como baliza para o uso do *E-Commerce* são o Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil, que trata dos contratos em seus artigos 421 e seguintes, como já visto.

A liberdade de estabelecer contratos eletrônicos ficará sempre sujeita aos limites legais estabelecidos pelo ordenamento jurídico do país. Assim sendo, nem tudo é válido no mundo digital, sendo um dos primeiros limites o da função social do contrato e o da boa-fé objetiva, estabelecido pela Constituição Federal e pelo Código Civil.

O Código Civil não vislumbra qualquer tipo de vedação legal à formação dos contratos eletrônicos, todavia há hipóteses em que a forma solene é obrigatória para a sua validade e eficácia (exigência legal), sendo, por consequência, vedada a sua forma eletrônica.

Como já tratado, as normas de proteção e defesa dos consumidores são de ordem pública (artigo 5º, inciso XXXII, da CF), estando elevadas à categoria de princípio constitucional da ordem econômica e social (art. 170, inciso V, da CF), a qual será aplicável aos contratos eletrônicos, para proteção dos direitos dos consumidores, nos termos do artigo 1º do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos do art. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

A responsabilidade objetiva consagrada, através da Teoria do Risco, cuida de salvaguardar os direitos dos consumidores preteridos em relações de consumo onde a dificuldade de se comprovar a culpa do fornecedor é praticamente impossível, seja pela forma da contratação, muitas vezes por adesão, seja pela fragilidade, vulnerabilidade e hipossuficiência do

consumidor, inúmeros são os obstáculos para a efetiva demonstração do fato ou vício do produto ou do serviço.

O professor RIZZATO NUNES defende, nesses casos, a responsabilidade objetiva, com a inversão do ônus da prova em favor do consumidor, nos moldes do artigo 6º, inciso VIII, do CDC.

A Lei Uniforme da Comissão de Direito do Comércio Internacional da Organização das Nações Unidas (UNCITRAL – United Nations Commission on International Trade Law), aprovada em 1996, surgiu com a finalidade de solucionar as dúvidas surgidas a respeito do comércio eletrônico.

Essa lei se baseia numa análise dos objetivos e funções do documento, admitindo a variação no suporte técnico, para consagrar o princípio da equivalência e não-discriminação (art. 5º e 6º).

Essa "Lei Modelo" não se trata de uma lei propriamente dita, mas, sim, de diretrizes e recomendações que servirão como um norte aos países de todo o mundo, quando da elaboração de legislações sobre o comércio eletrônico, bem como sobre a assinatura digital e do certificado digital. Tudo isso visa estabelecer parâmetros e regulamentações sobre a contratação eletrônica. Ela é referencial em vários países, inclusive o Brasil.

Além disso, junto à Comissão Especial de Ciência e Tecnologia da Câmara dos Deputados, se encontram em tramitação inúmeros Projetos de Lei que cuidam do documento eletrônico e da assinatura digital, entre eles, o PL 4.906/01, seu substitutivo o PL 1.483/99 e os apensos PL's 1.589/99, 6.965/02 e 7.093/02.

O Projeto Lei nº 1.483/99 *"institui a fatura eletrônica e a assinatura digital nas transações de comércio eletrônico"*. O Projeto de Lei 1.589/99 propõe a equiparação do documento eletrônico assinado mediante a utilização do sistema de criptografia ao escrito, atribuindo aos documentos eletrônicos o mesmo valor probante de um papel, ou seja, dos documentos tradicionais.

Já a PL 4.906/01 dispõe, entre outros assuntos, os critérios de contratação no âmbito do comércio eletrônico e sobre as normas de proteção e defesa do consumidor, realçando que se aplicam ao comércio eletrônico as normas do CDC.

A MP 2.200-2/2001 que institui a Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileiras (ICP-Brasil), tratando da segurança jurídica do comércio eletrônico e do documento eletrônico foi bastante criticada pelo meio jurídico, uma vez que não mantém paralelo com a Lei Modelo da Uncitral e nem mesmo com os Projetos de Lei em tramitação no Congresso Nacional.

Embora existam vários Projetos de Lei que visam à regulamentação do comércio eletrônico, estes ainda estão pendentes de aprovação do Congresso Nacional.

5.1. DO ARREPENDIMENTO EFICAZ

Diz textualmente o art. 49 do Código do Consumidor:

Art. 49. *O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.*

Parágrafo único. *Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.*

A doutrina majoritária entende que o direito de arrependimento é perfeitamente aplicável aos contratos eletrônicos, pois, além de se referir a um contrato à distancia, nele estão presentes a impessoalidade e a satisfação incerta acerca do produto ou serviço disponível na rede, contando o consumidor com a prerrogativa de um prazo de reflexão para verificar se o produto, ou serviço adquirido, realmente satisfaz suas expectativas. Caso contrário, o consumidor poderá desfazer o negócio.

Rogério Montai de Lima afirma que o direito de arrependimento é permitido pelo Código de Defesa do Consumidor, por serem as práticas comerciais realizadas fora do estabelecimento do fornecedor as mais prejudiciais aos consumidores, o que os torna mais vulneráveis. Destaca que o direito de arrependimento consiste na possibilidade de o consumidor desfazer o negócio jurídico, sem que seja obrigado a dar qualquer justificativa ao fornecedor.

Para Sérgio Cavalieri Filho "*as razões que justificam esse entendimento são as mesmas das contratações feitas por telefone, fax, porta a porta etc. O consumidor, nessas condições, possui menor possibilidade de avaliar o que está contratando*".

Assim, aquele que se utiliza de meios eletrônicos à distância para contratar, tem que estar preparado para o risco do erro ou desistência do consumidor, que não necessitará apresentar qualquer justificativa ao fornecedor.

Ao fundamentar suas razões, Rogério Montai de Lima explica que:

"Pode-se, ainda, enfatizar o perigo que corre o usuário na compra realizada por meio da rede mundial de computadores, que com suas propagandas bem elaboradas, em belos sites e de grande poder de convencimento pode levar o usuário a efetivar uma compra desnecessária, não programada, por absoluto impulso".

Todavia, existem dois grandes problemas em relação ao arrependimento do consumidor quando se trata de contrato eletrônico que vem desafiando a doutrina: o que se refere à prova de que exerceu o direito do arrependimento e o que se refere ao início da contagem do prazo.

Quanto à prova de que exerceu o seu direito de arrependimento, a jurisprudência dominante tem aceitado qualquer meio de prova lícita que venha a provar o exercício deste direito. Dessa forma, a prova poderá se dar por ligação telefônica, envio de e-mails, ou qualquer outra forma de comunicação com o fornecedor.

Quanto ao início da contagem do prazo, a doutrina dominante entende ser a partir do momento do recebimento do produto, privilegiando o consumidor com um prazo mais favorável, conforme dispõe o Código de Defesa do Consumidor. Todavia, há quem entenda que o início do prazo se dá a partir do dia em que ocorrer a assinatura eletrônica ou certificação eletrônica da consumação do contrato, e não havendo assinatura eletrônica, a partir da confirmação por e-mail, efetuando a concordância com a oferta ou pedido de fornecimento do bem ou serviço.

A aplicação do art. 49 do Código de Defesa do Consumidor é quase unânime entre a doutrina e a jurisprudência. Entretanto há aqueles que defendem posição contrária. O Prof. Fabio Ulhoa Coelho entende não se tratar

de negócio caracterizado fora do estabelecimento do fornecedor, já que o consumidor está em casa, ou no trabalho, acessando o estabelecimento virtual do empresário (podendo navegar e tomar conhecimento dos produtos que deseja conhecer), encontrando-se, assim, na mesma situação de quem se dirige ao estabelecimento físico. Para ele, o direito de arrependimento é reconhecido apenas nas hipóteses em que o comércio eletrônico emprega *marketing* agressivo ao consumidor.

Sendo respeitados os mais diversos entendimentos, o certo é que a quase maioria absoluta da doutrina e da jurisprudência entende pela aplicação do arrependimento eficaz aos contratos eletrônicos.

6. LOCAL DE CELEBRAÇÃO DO CONTRATO VIRTUAL E A COMPETÊNCIA TERRITORIAL

Outra preocupação que se deve ter quando se trata de contratos eletrônicos é a respeito da determinação do lugar da celebração do contrato. Tal observação é fundamental para a resolução de problemas decorrentes da definição de onde a parte prejudicada poderá procurar os meios legais para resolver os impasses decorrentes do cumprimento do contrato, bem como da lei aplicável, o que muitas das vezes poderá resultar em uma questão de direito.

No Brasil, o Código Civil estabelece em seu art. 435 que:

Art. 435. Reputar-se-á celebrado o contrato no lugar em que foi proposto.

Fazendo a interpretação deste artigo conclui-se que o negócio jurídico contratual reputa-se celebrado no lugar em que foi proposto, no mesmo local onde a proposta foi expedida, seja em território nacional, ou em território internacional.

Os casos de competência interna estão previstos nos artigos de 91 a 100 do Código de Processo Civil, onde se verifica a Competência em Razão do Valor e da Matéria, a Competência Funcional, a Competência Territorial.

Ao se realizar negócios internacionais feitos através dos meios eletrônicos não se aplica a regra da “*locus regit actum*” (a lei do lugar é que rege os atos) por ser grande a dificuldade de se determinar o local em que o contrato foi finalizado, isso porque a manifestação de vontade se dá mediante meio virtual.

Para sanar situações como estas, tem-se aplicado o art. 9, § 2º, da Lei de Introdução ao Código Civil, o qual reza que a obrigação contratual se reputará constituída no local em que se residir o proponente, pouco importando o local e o momento de sua celebração, regendo-se pelas leis do país em que se situar o estabelecimento eletrônico, vejamos-se:

“Art. 9º - Para qualificar e reger as obrigações, aplicar-se-á a lei do país em que constituírem.

§ 2º - A obrigação resultante do contrato reputa-se constituída no lugar em que residir o proponente”.

Além do supracitado artigo, nos casos de competência internacional, se deve observar também os artigos de 88, 89 e 90 do Código de Processo Civil, como também o artigo 12 da Lei de Introdução ao Código Civil¹⁵.

Dessa forma, tem-se que a competência será excepcionalmente a brasileira em três oportunidades: sempre que o réu, independentemente de sua nacionalidade, for domiciliado no Brasil; quando a obrigação contratada tiver que ser cumprida no Brasil (nesse caso,

¹⁵ **Art. 88.** *É competente a autoridade judiciária brasileira quando:*

I - o réu, qualquer que seja a sua nacionalidade, estiver domiciliado no Brasil;

II - no Brasil tiver de ser cumprida a obrigação;

III - a ação se originar de fato ocorrido ou de ato praticado no Brasil.

Parágrafo único. *Para o fim do disposto no I, reputa-se domiciliada no Brasil a pessoa jurídica estrangeira que aqui tiver agência, filial ou sucursal.*

Art. 89. *Compete à autoridade judiciária brasileira, com exclusão de qualquer outra:*

I - conhecer de ações relativas a imóveis situados no Brasil;

II - proceder a inventário e partilha de bens, situados no Brasil, ainda que o autor da herança seja estrangeiro e tenha residido fora do território nacional.

Art. 90. *A ação intentada perante tribunal estrangeiro não induz litispendência, nem obsta a que a autoridade judiciária brasileira conheça da mesma causa e das que lhe são conexas.*

Art. 12. *É competente a autoridade judiciária brasileira, quando for o réu domiciliado no Brasil ou aqui tiver de ser cumprida a obrigação.*

§ 1º *Só à autoridade judiciária brasileira compete conhecer das ações relativas a imóveis situados no Brasil.*

§ 2º *A autoridade judiciária brasileira cumprirá, concedido o exequatur e segundo a forma estabelecida pela lei brasileira, as diligências deprecadas por autoridade estrangeira competente, observando a lei desta, quanto ao objeto das diligências.*

independentemente de o proponente ser domiciliado no exterior); e nos casos que envolverem direitos sobre imóveis localizados no Brasil.

Tais exceções se dão na forma de claramente proteger o consumidor residente no Brasil. Ultrapassadas essas exceções, o foro competente será o do país onde o contrato se constituiu, excluindo-se, portanto, a competência da justiça brasileira.

Por não haverem normas reguladoras das relações jurídico-contratuais no âmbito mundial da rede de computadores, pouco provável que os conflitos venham a ser resolvidos por meio de normas do direito internacional privado.

Como já dito anteriormente, o conteúdo do contrato eletrônico em nada difere de um contrato comum, produzindo os mesmos efeitos e consequências previstas no Código Civil e do Código de Defesa do Consumidor. No caso de contrato eletrônico de consumo internacional, este se regerá pela Lei de Introdução do Código Civil, pela lei do país em que residir o proponente. Mas se a relação se der por países integrantes do MERCOSUL, a lei aplicável é a do destino dos bens.

Ainda quanto à competência para julgar qualquer lide que surja desse tipo de contrato, podem as partes deliberar e eleger o foro competente. Os contratantes têm liberdade para tomar tal decisão, podendo, até mesmo, instituir o juízo arbitral como forma de resolução de litígios.

Todavia, essas exceções legais possuem ressalvas, como, por exemplo, no caso de relação de consumo, conforme dispõe o artigo 101, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor¹⁶.

7. A QUESTÃO DA PRIVACIDADE, DO SIGILO E DA SEGURANÇA DA RELAÇÃO VIRTUAL GERADORA DE NEGÓCIO JURÍDICO ELETRÔNICO

O contrato realizado pela internet é seguro, sendo inegáveis as suas várias vantagens, pois além de reduzir custos administrativos, é rápido e prático, o que explica o forte crescimento tido nos últimos anos, principalmente

¹⁶ *“Art. 101. Na ação de responsabilidade civil do fornecedor de produtos e serviços, sem prejuízo do disposto nos Capítulos I e II deste título, serão observadas as seguintes normas: I - a ação pode ser proposta no domicílio do autor”;*

em sites de compras coletivas. Essa forma de contrato é geralmente utilizada para a compra de todos os tipos de bens e serviços, bem como movimentações financeiras (*internet banking*), dentre muitas outras facilidades que a rede mundial proporciona.

Alfredo Sérgio Lazzareschi Neto, em seu artigo “Comércio Eletrônico e Política de Privacidade”, ressalta alguns pontos sobre segurança virtual:

“Dentre os cuidados básicos no estabelecimento de uma adequada política de privacidade há de se ressaltar os empregados na própria elaboração do contrato a ser veiculado pelo site, cuja linguagem deve ser clara e precisa e sua redação com caracteres ostensivos, facilitando a compreensão do leitor. Além disso, as regras de privacidade devem ser facilmente acessíveis pelos internautas, evitando-se quaisquer dificuldades na localização das páginas onde forem armazenadas. As faculdades da empresa na utilização das informações coletadas devem estar em local destacado e ser bem delimitadas, evitando-se sempre a outorga de direitos ilimitados. Do mesmo modo, as cláusulas que implicarem limitação de direitos do usuário deverão ser redigidas com destaque, permitindo seu fácil entendimento.

Ao elaborar as regras de privacidade, deve-se levar em conta o tipo de empreendimento e as ferramentas tecnológicas empregadas na coleta de dados (são utilizados cookies? quais tipos são utilizados?), moldando-se o contrato às particularidades do negócio. Empreendimentos que coletam informações sensíveis – tais como as fornecidas a instituições financeiras, laboratórios, hospitais, etc. – exigem um maior cuidado na redação e posterior aplicação das regras de privacidade, pois implicam elevados riscos de responsabilização”.

disponível em <http://www.buscalegis.ufsc.br/arquivos/Bruno-Com%E9rcioEPP.htm>

É de extrema importância, por se tratar de contratos entre ausentes, que os contratos eletrônicos sejam redigidos de forma clara, a fim de não gerar qualquer tipo de dúvida ao contratante, pois como já foi visto, conforme previsão expressa do Código Civil, em seu art. 423, e do Código de Defesa do Consumidor, em seus artigos 47 e 54, nos contratos de adesão as cláusulas serão interpretadas de forma mais favorável ao aderente/consumidor.

Além disso, com os negócios eletrônicos surge a dificuldade de identificação da parte contratante, que manifesta a sua vontade de contratar através da internet, já que um dos requisitos para a validade do contrato firmado será a sua *autenticidade*.

Para minimizar qualquer tipo de problemática no âmbito dos contratos eletrônicos, colocam-se em prática certas técnicas de autenticação eletrônica, como: A) Código secreto, senha ou número de identificação pessoal

(LOGON); B) Leitura por caixa eletrônica da impressão digital da pessoa; C) Reconhecimento de caracteres físicos a longa distância, como sangue, voz, cabelos, etc...; D) Fixação da imagem da íris ou do fundo dos olhos do internauta, cadastrando-os no sistema e transformando-os em códigos; E) Estenografia, que seria uma espécie de criptografia, tornado a mensagem original ilegível e inserindo-se nela uma marca d'água, a qual ficaria fazendo parte do documento e sua falta representaria adulteração do conteúdo original; F) Transmissão de fotografia; G) Criptografia assimétrica, pela qual o contratante se identifica por duas senhas, códigos ou chaves, uma de acesso geral, por ser de conhecimento público, e outra particular, sendo apenas de conhecimento do usuário (logon e senha) – é o mais comum dos exemplos citados, possuindo um grau de autenticação relativamente alto.

Tem de haver, também, para que o contrato eletrônico tenha validade, a integridade do documento, isto é, a certeza de que não houve adulteração/alteração do documento durante a sua transmissão até o receptor. Uma das únicas maneiras encontradas para se ter certeza da integralidade desses documentos é através da assinatura digital, baseada na criptografia assimétrica (logon + senha). Nela o programa codificador utiliza uma chave pública (logon) de conhecimento geral e uma chave privada, a qual apenas seu titular tem acesso (senha) e a pública para descriptografar a mensagem, mantendo, assim, a segurança da informação e garantindo uma comunicação segura.

A assinatura digital constitui-se por chaves pertencentes ao autor, sendo a transformação da mensagem feita por um sistema de cifragem assimétrica, de modo que o possuidor da mensagem a inicia e a chave pública do assistente determina, de forma confiável, se tal transformação se fez empregando a chave privada correspondente à chave pública do assinante e se a mensagem foi alterada.

Para tornar possível a identificação da parte e garantir a integridade do documento eletrônico, a assinatura digital individualizou o autor do documento. O uso e o controle da chave privada (senha) são exclusivos do proprietário e de sua responsabilidade, permitindo a individualização da autoria da assinatura, sendo possível a verificação da autenticidade do documento, relacionando o documento ao seu autor. Para garantir a autenticidade do

documento, a assinatura deve relacionar-se com o documento, impossibilitando modificação de seu conteúdo.

Há presunção *juris tantum* da validade do documento digitalmente assinado e do fato de que os arquivos foram transmitidos por pessoas autorizadas e mediante meios idôneos para se ter a confiabilidade do conteúdo da mensagem. Havendo qualquer falha na transmissão, dever-se-á enviar nova mensagem para se garantir a sua integralidade.

Caso haja contestação sobre a autenticidade da assinatura digital e/ou a integridade do documento, aquele que obtiver proveito do conteúdo documental deverá provar a autenticidade da assinatura das chaves e a segurança do sistema criptográfico utilizado, valendo-se de todos os meios admitidos em lei.

A eficácia do contrato virtual pode ser atestada pelo prudente arbítrio judicial, mediante o recurso dos meios probatórios admitidos juridicamente, e principalmente através do assessoramento de um técnico em informática (função de perito) que poderá averiguar a autenticidade e integridade do documento informático, demonstrando que houve os maiores graus de segurança quanto à identificação das partes e a inalterabilidade do registro.

A regra sobre ônus da prova trazida pelo Código de Processo Civil em seu art. 389, II¹⁷, sobre a arguição de falsidade de assinatura apenas será válida para os documentos eletrônicos não assinados digitalmente. Sendo assim, para se evitar futuros problemas relacionados às assinaturas digitais é que se visa a criação de cartórios para reconhecimento de documentos virtuais.

Outros meios de se proteger contra ações de hackers, além da utilização de um software de antivírus é: **a)** recurso de um bom *firewall* – combinação de software e hardware que identificam usuários não autorizados, impedindo o seu ingresso na rede privada e o desvio de dados, evitando ataques externos; **b)** o uso de *smartcards*, cartões munidos de chips com memória e com função inteligente para combater fraudes, e o SSL (secure socket layer), atuando como uma porta de entrada e saída do computador.

¹⁷ Art. 389. Incumbe o ônus da prova quando:

I - se tratar de falsidade de documento, à parte que a arguir;

II - se tratar de contestação de assinatura, à parte que produziu o documento.

O conceito de documento trazido pelo ordenamento jurídico, por todo o exposto, deve ser ampliado, de modo que compreenda o documento eletrônico, já que este não está preso ao meio virtual, podendo facilmente ser materializado, além de se poder verificar com relativa certeza a sua autenticidade e integralidade.

No contrato eletrônico, qualquer dano moral ou patrimonial acarretado ao usuário do serviço disponível pelo servidor deverá ser reparado, inclusive por todos que interferiram na cadeia de consumo, que responderão solidariamente de sorte que o consumidor poderá exigir de qualquer deles a indenização.

8 CONCLUSÃO

Por tudo que foi exposto no presente artigo, pode-se notar o forte crescimento da internet junto à sociedade, independentemente de classe social.

Esse fenômeno faz com que, a cada dia, cresça o número de contratos jurídicos realizados pelo chamado “e-commerce”, especialmente pelo abrupto crescimento de sites de compras coletivas e sites de leilões virtuais.

Pode-se concluir, também, que assim como nos contratos em geral, mais de 80% dos contratos eletrônicos são de adesão e se enquadram na órbita da relação de consumo.

Ademais, muito embora não haja no ordenamento jurídico pátrio legislação específica que cuide da matéria, as regras gerais contratuais estabelecidas pelo Código Civil e as normas trazidas pelo Código de Defesa do Consumidor poderão ser aplicadas aos contratos eletrônicos.

Por conseguinte, como nos demais contratos, ter-se-á que cumprir com os mesmos pressupostos de existência e validade dos contratos comuns, justamente por não se caracterizar como uma nova forma contratual, mas sim como uma nova forma de celebração contratual, possuindo apenas algumas peculiaridades próprias.

Assim, trata-se de contrato realizado à distancia (entre ausentes) por meio da internet e que, em regra, dispensa meio físico

(desmaterialização), preponderando a despersonalização, bem como os conceitos de tempo e espaço (atemporalidade e desterritorialização).

No Brasil, em face da necessidade de uma melhor e mais específica regulamentação legislativa do comércio eletrônico, já tramitam Projetos de Leis no Congresso Nacional, como os já mencionados PL 4.906/01, o PL nº 1.589/99 da OAB/SP e, também, a Medida Provisória nº 2.200-2/01 (Institui a Infra-Estrutura de Chaves Públicas Brasileira – ICP-Brasil), que complementarão as aplicações de relações jurídicas no comércio eletrônico. Muito embora existam esses projetos em trâmite no Congresso, os mesmos se encontram parados desde 2002, apesar do pedido de urgência de análise, pela relevância da matéria.

Àqueles que pretendem se utilizar do universo virtual nas suas transações comerciais deve ser garantido um mínimo de segurança nas relações jurídicas que vierem a criar, cabendo ao Direito acompanhar a evolução da genialidade humana a fim de possibilitar tal garantia.

Constata-se, pois, que a internet e o comércio eletrônico propiciam grandes oportunidades de negócios e inúmeros benefícios. Contudo, existem diversos desafios a serem enfrentados, principalmente quanto à segurança, especialmente de informações privadas, quanto ao meio de pagamento, forma de entrega da mercadoria e foro competente.

REFERÊNCIAS:

COELHO, Fábio Ulhôa. **O Estabelecimento Virtual e o Endereço Eletrônico**. São Paulo: Tribuna do Direito, 1999.

LEAL, Sheila do Rocio Cercal Santos. **Contratos Eletrônicos: validade jurídica dos contratos via Internet**. São Paulo: Atlas, 2007.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no código de defesa do consumidor**. 3^a Ed. São Paulo: RT, 1999

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de responsabilidade civil**. 5^a ed. São Paulo, Malheiros Editores, 2003

GRINOVER, Ada Pellegrini, VASCONCELLOS E BENJAMIN, Antonio Herman, FINK, Daniel Roberto, FILOMENO, José Geraldo Brito, WATANABE, Kazuo, NERY JUNIOR, Nelson, DENARI, Zelmo. **Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. 8^a Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

SAAD, Eduardo Gabriel. **Comentários ao Código de Defesa do Consumido**. 4^a Ed. São Paulo: LTR, 1999.

KHOURI, Paulo Roberto Roque Antonio. **Direito do Consumidor: contratos, responsabilidade civil e defesa do consumidor em juízo**. 2^a Ed. São Paulo: Atlas, 2005.

DO NASCIMENTO, Tupinambá Miguel Castro. **Responsabilidade civil no código do consumidor**. São Paulo: Aide, 1991.

COELHO, Fábio Ulhoa. **O empresário e os direitos do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 1994.

NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2000.

LORENZETTI, Ricardo L. **Comércio Eletrônico**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004

LUCCA, Newton de; SIMÃO FILHO, Adalberto (Coord.). **Direito e Internet: aspectos jurídicos relevantes**. 2^a ed. São Paulo: Quartier Latin, 2005.

MARQUES, Cláudia Lima. **Confiança no Comércio Eletrônico e a Proteção do Consumidor: um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

LAWAND, Jorge J. **Teoria Geral dos Contratos Eletrônicos**. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2003 apud LEAL, Sheila do R. C. Santos. **Contratos Eletrônicos: Validade Jurídica dos Contratos via Internet**. São Paulo: Atlas, 2007.

DINIZ, Maria Helena. **Tratado teórico e prático dos contratos** 5^a ed. São Paulo: Saraiva, 2003. 2 v. 2003.

Rogério Montai de. **Relações contratuais na Internet e Proteção Jurídica do Consumidor**. São Paulo: Editora Nelpa: 2008.

PEREIRA, Caio Mário da Silva. Instituições de Direito Civil Vol. III – Contratos. 12^a Ed. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 2006.

DO NASCIMENTO, Tupinambá Miguel Castro. **Responsabilidade civil no código do consumidor**. São Paulo: Aide, 1991
