

APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR AOS CONTRATOS CELEBRADOS PELA INTERNET

José Arruda de Miranda Pinheiro
Acadêmico do 8º Período do Curso de Direito da UFRN

1. Introdução

O presente artigo tem por objetivo analisar um dos temas de maior importância e repercussão no contexto atual do Direito: a possibilidade da aplicação do Código de Defesa do Consumidor (C.D.C.) aos contratos celebrados por intermédio da grande rede mundial de computadores.

Inicialmente, far-se-á uma breve análise histórica da evolução do comércio, até alcançar a perspectiva da sociedade Pós-Moderna. Posteriormente, concentram-se os esforços no estudo do comércio eletrônico, dando-se relevo à importância da Internet posta a seu serviço.

Os aspectos jurídicos da aplicação da Lei 8.078/90 aos contratos realizados com o auxílio da informática serão ressaltados, inclusive com identificação de princípios que os norteiam.

Ao final, diante dos argumentos jurídicos desenvolvidos, haverá tomada de posição diante da problemática.

Não se tem a pretensão de esgotar as possibilidades temáticas da matéria, diante da extensão que a informa. Busca-se contribuir para fomentar a discussão, na medida em que se procura despertar a curiosidade do estudioso para a disciplina jurídica das relações contratuais firmadas através da Internet.

2. Breve Panorama Histórico da Evolução do Comércio

O homem, há muito, mostrou-se um ser social, buscando formas de interagir com o meio, tentando ampliar os horizontes de suas relações, fossem elas comerciais ou simplesmente associativas.

Na era primitiva, não era praticado o comércio como elemento identificador de lucro. As pessoas viviam sob um regime rudimentar de subsistência, que se realizava através da caça e da pesca, desenvolvendo-o em agrupamentos familiares, baseados no sistema patriarcal.

Ao longo dos tempos, esses núcleos sociais começaram a se unir, na busca de uma interação, diante das necessidades crescentes. Essa nova realidade fez surgir utensílios de uso pessoal e doméstico, que passaram a gerar um excedente a ser comercializado através da troca. Logo se desper-

tou para o desejo do lucro, passando a existir a mercadoria intermediária, que passou a ser vendida por um certo valor em moeda. Começa a fase monetária.

Novas ferramentas e técnicas de produção passam a ser desenvolvidas, gerando um excedente ainda maior, que necessitava ser comercializado. As fronteiras são expandidas, e as maneiras de praticar o comércio modificam-se completamente, na medida em que se formam caravanas em terra e desenvolve-se a navegação.

Waldemar Martins Ferreira pontifica sobre este assunto:

Veio o mar a ser, no conceito de Heródoto, a estrada mestra, a unir os homens, de tal modo que os habitantes do interior dos países jaziam excluídos das facilidades e prazeres das relações dos povos e privados dos progressos da civilização. A navegação marítima abriu as sendas e horizontes para o comércio, que largamente se irradiou entre os povos antigos. (Ferreira, 1954, ps. 12/13).

Ocorreu a chamada Revolução Industrial, que começou na Inglaterra e se expandiu por outros países, transformando o comércio, ao mesmo tempo em que novas máquinas, capazes de elevar a capacidade de produção, e por via de consequência, o consumo, atingiram escala mundial.

A etapa mais recente do processo de evolução histórico-comercial e que inicia a época Pós-Moderna, é a Revolução Tecnológica, marcada pela Globalização, ou como alguns preferem chamar, Mundialização, que pode ser entendida como um meio de se utilizar padrões mundiais para a produção e para o consumo.

3. Aspectos da Sociedade Pós-Moderna

O traço marcante do processo que identifica a passagem do Modernismo para o Pós-Modernismo é a evolução tecnológica, que alterou substancialmente as relações econômicas (incluídas as de consumo), políticas e sociais, as quais passam a ser realizadas de uma maneira cada vez mais ágil, na medida em que evoluem os meios de comunicação.

Francisco Pedro Jucá escreve:

Eis o chamado fenômeno da globalização, e que já pode ser percebido como conseqüência da tran-

sição Modernidade/Pós-Modernidade, portanto, do industrialismo para o pós-industrialismo, e pelo ingresso na sociedade da informação e da tecnologia. Nele o sistema produtivo mundializa-se na proporção e com a finalidade de dialogar com o mercado consumidor que também se mundializa. (Jucá, 2000, ps. 45/46).

É nesse aspecto que Touraine, na obra *Crítica da Modernidade*, assinala que o tripé da sociedade moderna é constituído por: Estado-nacional, Empresas e Consumidor.

Na atual conjuntura, percebe-se o estreitamento das fronteiras entre os Estados, bem como a expansão das indústrias transnacionais, passando a existir um amplo mercado de consumo.

Esse é o mesmo entendimento de Antônio Vieira Santos, ao ponderar:

O traço fundamental desta revolução começa a ser delineado pela migração do papel condutor do Estado-nacional, para o da Grande Corporação. A explosão da economia de escala rompendo as barreiras tradicionais impõe que a produção e o consumo formem equação que ultrapassa aos limites do Estado-nacional, que passam a ser estreitos, porque esta nova escala tem como parâmetro, seja para a produção, seja para o consumo, o Mundo. (Santos, 1997, p. 52).

4. O Comércio Eletrônico e a importância da Internet para a sua realização

A grande rede mundial de computadores surgiu na década de 60, inicialmente destinada a fins estratégico-militares. Com o passar dos tempos, foi ela ampliando seu âmbito de influência. Na década de 70, passou a fazer parte da realidade acadêmica. No final dos anos 90, começou a ser amplamente utilizada para diversos fins, inclusive os comerciais.

O comércio eletrônico pode ser dividido em duas espécies: entre empresas e entre empresa e cliente. Este é o ângulo que será aprofundado.

Pode definir-se comércio eletrônico como sendo o negócio jurídico bilateral ou plurilateral, realizado através da informática, em que duas partes acordam em perfazer um contrato que tem por objeto um produto e/ou serviço.

Alain Bensoussan conceitua-o como sendo “um conjunto de trocas digitalizadas, ligadas a atividades comerciais, entre empresas, entre empresas e particulares ou entre empresas e administração” (Bensoussan, 1998, p. 118).

Não há que se falar em comércio eletrônico sem Internet, haja vista que a grande rede mundial de computadores é o principal meio pelo qual se realizam as relações comerciais eletrônicas.

Há cerca de quinze anos já se comercializa eletronicamente no Brasil. Muito antes, essa prática já era uma realidade em outros países.

Números veiculados em matéria do jornal O Estado de São Paulo, edição de 07/02/2000, comprovam que a grande rede mundial de computadores é um excelente meio de se praticar atos comerciais, indicando uma ótima perspectiva de crescimento. Em 1997, o comércio eletrônico movimentou cerca de US\$ 8 bilhões em todo o mundo. No ano de 2001, as estimativas giravam em torno de US\$ 100 a US\$ 150 bilhões. Para 2002, estima-se que cerca de US\$ 330 bilhões serão comercializados. No ano de 2003, espera-se chegar à impressionante cifra de US\$ 600 bilhões. No Brasil, as projeções indicam que, em 2003, serão comercializados eletronicamente cerca de 1,9 bilhão.

É a comprovação de que a Internet é uma realidade que não pode ser descartada, constituindo-se em um modo rápido e prático para a celebração de contratos, facilitando sobremaneira a vida dos cidadãos em todo o mundo.

5. Os Contratos Eletrônicos

A idéia de contrato, desde os romanos, sempre teve como base as práticas sociais, o modelo econômico e o aspecto moral da época em que praticados.

Adaptações puderam ser percebidas nessa espécie de negócio jurídico, devido às novas necessidades da sociedade em constante transformação, sendo que uma das mais novas formas de contratação é a eletrônica.

Cláudia Lima Marques destaca:

A concepção de contrato, a idéia de relação contratual, sofreu, porém, nos últimos tempos uma evolução sensível, em face da criação de um novo tipo de sociedade, sociedade industrializada, de consumo, massificada, em face, também, da evolução natural do pensamento teórico-jurídico. (Marques, 1998, p. 37).

Não existe uma definição em lei ou uma reiteração na jurisprudência do que vem a ser contrato eletrônico, mas pode fazer-se uma analogia com os conceitos que informam os contratos civis, haja vista que as únicas distinções entre eles referem-se ao meio através do qual é realizado o negócio, a maneira de tradição da coisa e o momento de sua perfeição.

Caio Mário da Silva Pereira define contrato como: “um acordo de vontades, na conformidade da lei, e com a finalidade de adquirir, resguardar, transferir, conservar, modificar ou extinguir direitos”. (Pereira, 1999, p. 2)

Pode se dizer que contratos eletrônicos são negócios jurídicos bilaterais ou plurilaterais, realizados através de mecanismos eletrônicos, através dos quais extingue-se, modifica-se ou cria-se um direito patrimonial, de acordo com os princípios da ordem pública.

Quanto ao aspecto da segurança nos contratos celebrados pela Internet, o sistema de proteção mais utilizado atualmente é o criptográfico de chave pública.

No Congresso Nacional Brasileiro está em discussão o Projeto de Lei nº 1.589/99, de autoria do deputado Luciano Pizzato, que dispõe sobre o comércio eletrônico e assinatura digital, prevendo no artigo 14 que é considerado original o documento eletrônico assinado pelo seu autor mediante sistema criptográfico de chave pública.

Antes de celebrar contratos eletrônicos, recomenda-se que o consumidor procure saber o nome (ou razão social), endereço e telefone do vendedor ou da empresa para a qual trabalha; o respectivo CNPJ; a descrição dos bens ou dos serviços contratados, detalhando o preço e as obrigações contratuais das partes.

Após essas precauções, deve-se imprimir os dados da transação e guardá-los, para que sejam usados como meio de prova de sua concretização.

6. Aplicação do Código de Defesa do Consumidor aos contratos eletrônicos

A Internet, como espaço interativo mundial, também está sujeita às limitações impostas pelo ordenamento jurídico dos países onde atua.

Não existe uma norma jurídica internacional que regule as relações de consumo celebradas por meio eletrônico. No caso do Brasil, inexistem leis específicas que regulem o assunto.

A disciplina dos contratos eletrônicos pode ser viabilizada pelo Código de Defesa do Consumidor, desde que tenha por objeto um produto e/ou serviço, estando presente o binômio fornecedor e consumidor.

Essa proteção visa justamente tutelar os direitos da parte hipossuficiente, erigindo-se contra os abusos que venham a ser praticados.

Rodrigo Benevides de Carvalho observa:

Inegável, portanto, que o comércio eletrônico faz criar operações que nitidamente configuram relações de consumo e que, nesse passo, se submetem inteiramente aos preceitos trazidos pelo Código de Defesa do Consumidor, até porque, não obstante os projetos elaborados a esse respeito, o direito brasileiro até o momento não contém nenhuma norma específica que tutele o consumidor frente ao comércio eletrônico. (Carvalho, 2001, p. 101).

Conclui-se, assim, que o comércio eletrônico, no que concerne à defesa dos consumidores, deve observar as disposições em geral e os princípios trazidos pelo Código de Defesa do Consumidor. Aliás, os preceitos a serem utilizados no comércio pela Internet são exatamente os mesmos verificados no comércio tradicional, verificando-se tão somente alterações na forma e nos mecanismos de contratação, através do desenvolvimento de novas tecnologias". (Carvalho, 2001, p. 101).

O C.D.C. deve abranger a proteção ao consumidor em todos os seus níveis e aspectos do mercado de consumo.

7. Princípios aplicáveis aos contratos celebrados pela Internet

A importância principiológica ganhou força a partir do Pós-Positivismo. Os valores principiológicos, na realidade jurídica atual, constituem-se verdadeiros nortes da aplicação e da interpretação do Direito.

Miguel Reale conceitua os princípios desta maneira:

Verdades fundantes de um sistema de conhecimento, como tais admitidas, por serem evidentes ou por terem sido comprovadas, mas também por motivos de ordem prática de caráter operacional, isto é, como pressupostos exigidos pelas necessidades da pesquisa e da praxis. (Reale, 1994, p. 299).

Muitos são os princípios que possuem importância e repercussão na área dos contratos eletrônicos. Abordemos alguns deles.

7.1 Princípio da boa-fé

O princípio da boa-fé possui relação estreita com o aspecto ético das relações jurídicas, cuja base é a dignidade da pessoa humana como fonte de valores.

Segundo Silvio Rodrigues, “a boa-fé é um conceito ético, moldado nas idéias de proceder com correção, com dignidade, pautando sua atitude pelos princípios da honestidade, da boa intenção e no propósito de a ninguém prejudicar.” (Rodrigues, 2002, p. 60).

Atualmente é considerado, por diversos tribunais no mundo, o princípio mais utilizado na solução das lides oriundas do comércio eletrônico.

É de fundamental importância a sua aplicação nos contratos eletrônicos, haja vista a busca constante pela segurança jurídica nas relações de consumo.

Esse princípio pode ser encontrado no ordenamento jurídico brasileiro no art. 4º. III, e 51, IV, do Código de Defesa do Consumidor:

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

III- harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços e que: (...).

IV- estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade;

Também existe previsão no Código Comercial brasileiro, no art. 131, n. 1:

Sendonecessário interpretar as cláusulas do contrato, a interpretação, além das regras sobretidas, será regulada sobre as seguintes bases:

1. A inteligência simples e adequada, que for mais conforme à boa fé, e ao verdadeiro espírito e natureza do contrato, deverá sempre prevalecer à rigorosa e restrita significação das palavras.

O novo Código Civil brasileiro, consagra o princípio da boa-fé nos arts. 113 e 422:

Art. 113. Os negócios jurídicos devem ser interpretados conforme a boa-fé e os usos do lugar de sua celebração.

Art. 422. Os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios da probidade e boa-fé.

No direito comparado encontramos esse princípio consagrado em várias legislações estrangeiras. Dentre elas, citamos o art. 1.134 do CC francês, o art. 1.375 do CC italiano e o art. 157 do CC alemão.

7.2 Princípio da Autonomia da Vontade

De acordo com esse princípio, existe uma ampla liberdade para se comercializar. Isso quer dizer que “as pessoas podem dispor sobre os seus interesses, através das transações, contudo, geram efeitos jurídicos vinculantes, se a ordem positiva assim estabelecer”. (Coelho, 1999, v. 1, p. 11).

Mais especificamente no comércio eletrônico, o princípio da autonomia da vontade pode ser encontrado nos *sites* de leilões, em que se basta preencher um formulário de cadastro para comprar, vender ou trocar bens.

Esse princípio sofre limitações impostas pelo ordenamento jurídico. Segundo Cláudia Lima Marques:

Na teoria do direito, a liberdade contratual encontra um obstáculo somente: as regras impe-

rativas que a lei formula. Mas no direito contratual tradicional estas regras são raras e têm como função justamente proteger a vontade dos indivíduos, como, por exemplo, as regras sobre capacidade. No mais, as normas legais restringem-se a fornecer parâmetros para a interpretação correta das vontades das partes e a oferecer regras supletivas para o caso dos contratantes não desejarem regular eles mesmos determinados pontos da obrigação assumida, como, por exemplo, as regras sobre o lugar e o tempo do pagamento. (Marques, 1998, p. 46).

É importante lembrar que os negócios jurídicos celebrados em nosso território, dentre eles os contratos celebrados pela Internet, devem observar os requisitos exigidos pelo art. 167 do novo Código Civil, quais sejam: agente capaz, objeto lícito e forma prescrita ou não defesa em lei, sob pena de nulidade ou anulabilidade.

Em relação ao objeto lícito, é necessário que o contrato eletrônico não tenha por objeto um bem ou serviço que contraste com a lei, a moral ou os bons costumes.

No que diz respeito à forma, esta não precisa ser especial, a menos que a lei expressamente a exija.

Problema maior surge quando o ato é praticado por um agente incapaz. Em essência, é nulo, por não cumprir as exigências do Código Civil. Entretanto, imprescindível é ressaltarmos o caráter informal que rege as relações comerciais, haja vista que elas não comportam regulamentação rígida, pois o Direito Empresarial realça o interesse de imprimir celeridade na contratação.

Como ainda não existem mecanismos eficazes de controle da capacidade dos agentes pela Internet, os atos praticados, apesar de serem nulos, podem gerar efeitos jurídicos, como ocorre por exemplo no caso de uma criança ao celebrar um contrato de compra e venda que tem por objeto um brinquedo, utilizando-se do número do cartão de crédito do pai, que autoriza a celebração do contrato.

Caso o ato seja praticado por menor relativamente capaz, há de ser aplicada a regra contida nos arts. 155 do antigo Código Civil (C.C.), e no art. 180 da Lei nº 10.406/02 (novo Código Civil):

Art. 155 do C.C. de 1916: O menor, entre 16 (dezesseis) e 21 (vinte e um) anos, não pode, para se eximir de uma obrigação, invocar a

sua idade, se dolosamente a ocultou, inquirido pela outra parte, ou se, no ato de se obrigar, espontaneamente se declarou maior.

Art. 180 do novo Código Civil: O menor, entre 16 (dezesseis) e 18 (dezoito) anos, não pode, para eximir-se de uma obrigação, invocar a sua idade se dolosamente a ocultou quando inquirido pela outra parte, ou se, no ato de obrigar-se, declarou-se maior.

Portanto, cabe ao fornecedor precaver-se ao contratar, questionando sobre a idade do adquirente do produto ou serviço.

7.3 Princípio da Transparência ou da Ampla Informação

É mais uma garantia assegurada ao consumidor pela Lei nº 8.078/90, mais precisamente nos arts. 6º, III, 31º e 46º, ao estabelecer:

Art. 6º - São direitos do consumidor:

(...).

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem.

Art. 31 - A oferta e a apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Art. 46 - Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.

É de fundamental importância a aplicação desse princípio, diante da constante busca pela segurança nas relações de consumo, mormente as praticadas pela Internet. A insegurança jurídica é a maior inibidora da celebração dos contratos eletrônicos.

As informações de um determinado bem ou serviço, ofertado pela Internet, por várias vezes, são apresentadas de maneira lacunosa, possibilitando o equívoco do consumidor acerca do produto, que não pode ser manuseado. Daí a importância de serem oferecidas todas as informações disponíveis sobre o bem, até como forma de garantia de qualidade.

Victor Morais de Andrade oferece posicionamento:

Dentre os demais princípios que devem permear os contratos de consumo, inclusive os realizados via Internet, está o princípio da transparência. O consumidor, ao acessar um site, além do direito de estar protegido contra a propaganda enganosa ou abusiva, deve ter plena possibilidade de entender todos os aspectos do contrato que pretenda firmar: identificação geográfica do fornecedor, a fim de possibilitar-lhe a apresentação de eventuais reclamações; legislação aplicável; nível de segurança do site, característica do bem ou serviço oferecido; eventual despesa com a entrega do bem ou do serviço; prazo de validade da oferta; normas acerca do acuseamento do recebimento de pedido e mensagens, responsabilidades das partes etc. Ainda que a cláusula de responsabilidade não esteja disposta no site acessado, a aplicação das regras de responsabilidade do Código de Defesa do Consumidor permanece obrigatória. (Andrade, 2001, p. 23).

7.4 Princípio da Territorialidade

Grave problema enfrentado pelo comércio eletrônico diz respeito à lei aplicável às relações contratuais surgidas nas relações de consumo estabelecidas pela Internet, além da determinação do foro competente para dirimir daí decorrentes conflitos.

Caso fornecedor e consumidor sejam domiciliados no Brasil, não existe problema aparente, haja vista que o Código de Defesa do Consumidor

é aplicável territorialmente. Entretanto, caso o fornecedor esteja situado fora das fronteiras nacionais, podem surgir controvérsias.

Existem duas correntes que procuram equacionar o assunto. A primeira entende que não se aplica o Código de Defesa do Consumidor, pois o contrato foi disciplinado por uma norma que não faz parte do ordenamento jurídico alienígena. Nesse caso, o contrato seria regido de acordo com as cláusulas estabelecidas e aceitas pelo consumidor. Tal posicionamento segue a orientação do art. 9º da Lei de Introdução ao Código Civil, que possui a seguinte redação:

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

§.1º Destinando-se a obrigação a ser executada no Brasil e dependendo de forma essencial, será esta observada, admitidas as peculiaridades da lei estrangeira quanto aos requisitos extrínsecos ao ato.

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

A segunda, defende que ao consumidor é permitido demandar no domicílio do fornecedor, submetendo-se à lei alienígena, com a possibilidade de ajuizar ação no Brasil, de acordo com a permissão do art. 101, I, do Código de Defesa do Consumidor, vindo a executá-la no país onde tem domicílio o fornecedor, de acordo com o ordenamento jurídico estrangeiro.

Nesse caso, a efetividade do processo estaria amplamente ameaçada, face à morosidade que iria ocorrer. Além disso, seria necessário que o Código de Defesa do Consumidor fosse recepcionado pelo ordenamento jurídico alienígena onde a ação vier a ser executada.

Já existe orientação jurisprudencial, inclusive no Superior Tribunal de Justiça, entendendo que um produto adquirido no exterior está sujeito às garantias de conserto no Brasil, desde que haja uma filial da empresa fornecedora em nosso território. No julgamento do Recurso Especial 63981-SP 1995/0018349-8, o Ministro César Asfor Rocha pontifica: "as grandes corporações perderam a marca da nacionalidade para se tornarem empresas mundiais". No mesmo julgamento, o Ministro Ruy Rosado de Aguiar afirma que: "Se a Panasonic está em todos os lugares, ela pode prestar serviço em todos os lugares".

8. Conclusão

A Internet é uma realidade presente e definitivamente instalada na sociedade Pós-Moderna. Ao longo dos tempos, ela mostrou-se um mecanismo extraordinário para que os homens pudessem expandir seus horizontes, tanto na perspectiva da informação quanto na efetivação do comércio mundial.

Nos dias atuais, não existem no Brasil mecanismos específicos que controlem o comércio eletrônico. Aplicar o Código de Defesa do Consumidor a esses contratos é perfeitamente possível, desde que sejam celebradas relações de consumo.

Para que sejam resolvidos problemas de aplicação da lei no espaço, no entanto, é necessária a criação de uma norma de caráter internacional, capaz de disciplinar as relações comerciais eletrônicas em todo o mundo, dentro da perspectiva de proteção ao consumidor.

9. Referências Bibliográficas

BAPTISTA, Luiz Olavo (Coord.). **Novas Fronteiras do Direito na Informática e Telemática**. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2001.

BENSOUSSAN, Alain. **Internet - aspects juridiques**. 2ª ed. Paris: Hermes, 1998.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de Direito Comercial**. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 1999, vol. 1.

FERREIRA, Waldemar Martins. **Instituições de Direito Comercial**. 4ª ed. rev. e aum. São Paulo: Max Limonad, 1954, vol. 1.

JUCÁ, Francisco Pedro. **Renovação do Direito do Trabalho: Abordagem Alternativa à Flexibilização**. 2ª ed. São Paulo: LTr, 2000.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor - o novo regime das relações contratuais**. 3ª ed. rev., atual. e amp. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 1998.

OTTA, Lu Aiko. Comércio via rede pode criar guerra fiscal. *In. O Estado de São Paulo*: <http://www.estadao.com.br>, 18-09-2002.

PEREIRA, Caio Mário da Silva. **Instituições de Direito Civil**. 10ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 1999, vol. 2.

REALE, Miguel. **Lições Preliminares de Direito**. 21ª ed. rev. e aum. São Paulo: Saraiva, 1994.

RODRIGUES, Silvio. **Direito Civil**. 28ª ed. São Paulo: Saraiva, 2002, vol. 3.

SANTOS, Antonio Viana. Tribunal de Justiça Supranacional do Mercosul. **Revista da ANAMATRA**. São Paulo: Jan/Mar de 1997.

SCHOUERI, Luís Eduardo (Coord.). **Internet: O Direito na Era Virtual**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 2001.

TOURAINÉ, Alain. **Crítica da Modernidade**. (Trad. Elia Ferreira Edel). Petrópolis: Vozes, 1994.