

O DIREITO DE ARREPENDIMENTO NO ÂMBITO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO*

NEWTON DE LUCCA**

Mestre, Doutor, Livre-Docente, Adjunto e Titular pela Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, onde leciona nos Cursos de Graduação e Pós-Graduação

EXCERTOS

“Um novo tipo de consumidor nasce no mercado de consumo – o do consumidor internauta –, tornando-se necessária a criação de normas com o objetivo de protegê-lo”

“A indiscutível desorientação do homem moderno, inteiramente alienado dos valores fundantes de sua própria natureza, não poderá servir de pretexto para condenar-se o progresso tecnológico e recusar-se à aceitação de novos paradigmas”

“O comércio eletrônico nada mais é do que o conjunto das relações jurídicas celebradas no âmbito do espaço virtual que têm por objeto a produção ou circulação de bens ou de serviços”

“O caráter naturalmente cosmopolita existente na internet, com numerosas relações de consumo celebradas entre fornecedores e consumidores domiciliados em diversos países e até em continentes distintos, com delicados e complexos problemas não apenas de legislação aplicável, mas de jurisdição aplicável, torna mais crucial ainda a necessidade de pensar-se, com a urgência possível, numa convenção internacional entre o maior número de países”

I. Considerações introdutórias: o advento da sociedade digital e suas implicações no pensamento jurídico atual

É inquestionável que testemunhamos, no mundo contemporâneo, a ocorrência de profundas modificações, não somente no plano social, como também no campo político e econômico. Vemos surgir uma nova era para a humanidade, caracterizada pelo advento de inovadoras tecnologias da informação, que transformaram de modo substancial os canais pelos quais dá-se a declaração da vontade humana.

No capítulo 2 do *Livro Verde* produzido pelo Ministério da Ciência e Tecnologia, em setembro de 2000, podem ser lidas as seguintes considerações: *“Assistir à televisão, falar ao telefone, movimentar a conta em terminal bancário e, pela Internet, verificar multas de trânsito, comprar discos, trocar mensagens com o outro lado do planeta, pesquisar e estudar são hoje atividades cotidianas, no mundo inteiro e no Brasil. Rapidamente nos adaptamos a essas novidades e passamos – em geral sem uma percepção clara nem maiores questionamentos – a viver na Sociedade da Informação, uma nova era em que a informação flui a velocidades e em quantidades há apenas poucos anos inimagináveis, assumindo valores sociais e econômicos fundamentais. Como essa revolução vem acontecendo? Que consequências tem trazido para as pessoas, as organizações e o conjunto da sociedade? São perguntas cuja importância mal percebemos e que, na maioria das vezes, não nos preocupamos em responder.”*

Em decorrência do aparecimento dessas novas tecnologias, passamos a nos deparar com aquela que é, repetidamente, chamada de *Sociedade da Informação* ou *Sociedade Digital* e sobre a qual cumpre fazer algumas indagações.

Conforme assinala José de Oliveira Ascensão¹ com a propriedade de sempre, a *sociedade da informação* não seria, propriamente, um conceito técnico, parecendo mais um mero slogan, acrescentando-nos que *“melhor sealaria até em sociedade da comunicação, uma vez que o que se pretende impulsionar é a comunicação, e só num sentido muito lato se pode qualificar a mensagem como informação”*.

De minha parte, inspirado fundamentalmente nas ideias do filósofo Pierre Lévy, gostaria de vislumbrar, na era que se acha em formação com o advento das novas tecnologias, não apenas uma *sociedade da informação*, mas uma verdadeira *sociedade do conhecimento*².

Discorrer sobre temas que estão imbricados nessa nova sociedade – seja ela denominada *digital, da informação* ou do *conhecimento* – constitui uma

tarefa extraordinária. O jurista, com efeito, é um ser refratário a toda inovação. Falar em relações entre direito e cibernética não desperta nele nenhum entusiasmo, salvo para aqueles que sejam absolutamente conscientes da radical historicidade do fenômeno jurídico a que se referiu, com propriedade, Pérez Luño³.

Em razão dessas inovações tecnológicas, um novo tipo de consumidor nasce no mercado de consumo – o do consumidor internauta –, tornando-se necessária a criação de normas com o objetivo de protegê-lo, como já se mostra tão patente no cenário da economia tradicional, e de forma mais acentuada com relação a esse novo personagem já que ele, aventurando-se por “mares nunca d’antes navegados”, teve a sua vulnerabilidade acentuada⁴.

Por sua vez diz-nos o professor argentino Jorge Mosset Iturraspe: *“Si ser jurista es ‘saber la respuesta que la sociedad necesita’ para una mejor convivencia, hallar el remedio adecuado para los males o carencias, detectar abusos o iniquidades es aquí, en el Derecho del Consumidor, donde debemos encontrarnos. Todos somos consumidores y todos, aunque en medidas muy diferentes, sentimos la necesidad de respuestas apropiadas”*⁵.

Consequentemente, essas “respostas apropriadas” exigem do jurista de vanguarda⁶ não apenas uma presença de espírito infinita, mas também um sentido verdadeiramente espantoso de resposta para dar conta dessa nova realidade que ora se apresenta na sociedade moderna.

Para o universo do direito, e não poderia ser de outra forma, vem à tona a questão de constituir ou não um ramo autônomo esse novo campo de investigações decorrente do fenômeno cibernético. Ricardo Lorenzetti, ministro da Corte Suprema da nação argentina e professor titular de contratos civis e comerciais da Universidade de Buenos Aires afirma, *in verbis*⁷: *“Discute-se se surgirá uma disciplina autônoma já que toda vez que surgiu uma nova tecnologia apareceu também a necessidade de reunir seus problemas em torno de um corpo cognitivo específico. Nessa área de conhecimentos começou-se com a noção de ‘Direito Informático’, o qual dá relevo aos computadores e ao processamento da informação, mas atualmente tem-se difundido a ideia de um ‘Direito do espaço virtual’ que pode abarcar muitos outros aspectos”,* citando, nesse último caso, a noção de *Cyberspace Law*, bastante difundida nos Estados Unidos da América⁸.

Na sociedade atual tudo parece ocorrer de forma mais célere e dinâmica, parecendo estar caracterizado um processo conhecido por *aceleração histórica*⁹. Com efeito, não será difícil observar-se que a progressão geométrica do

desenvolvimento tecnológico é acompanhada pela efetiva diminuição do tempo que se interpõe entre uma descoberta científica e sua correspondente exploração industrial. Sabe-se que esse tempo foi de 112 anos para a fotografia, 56 para o telefone, 35 para o rádio, 15 para o radar, 12 para a televisão, 6 para a bomba atômica, 5 para o transistor e de apenas 3 anos para o circuito integrado¹⁰.

Por outro lado, nossos antepassados levaram muito tempo para que trocassem o sal pelo trigo, dos quais serviam-se como moeda, para aprender com os sumérios que, para essa mesma finalidade, revelava-se mais adequada a utilização do ouro, da prata e do bronze. Depois foram os chineses que nos legaram, com o mesmo propósito, a possibilidade de uso de papel e tinta. Modernamente, sabemos que o cartão de plástico magnetizado cumpre razoavelmente essa função da moeda, mas a sua provisoriedade é mais do que evidente...

Gostem ou não os saudosistas de ver seu precário conhecimento empalidecer precocemente em razão de um dever que se afigura cada vez mais galopante, mas a tarja magnética também tende a envelhecer muito rapidamente com o advento do *chip* microprocessador, e tal sucedâneo não será nenhum outro *modismo* efêmero ou inconsistente. Os *smart cards*, ou cartões inteligentes, como devem ser designados no idioma pátrio, irão substituir naturalmente os cartões de tarja magnética, quer pela maior segurança que propiciam, quer pela sua capacidade de gravar e armazenar maior quantidade de informações. Caminhamos, assim, para a adoção da *moeda virtual*¹¹, embora ainda não muito usada aqui no Brasil, conforme anotado pela professora Cláudia Lima Marques¹².

Se os que têm por obrigação pensar o direito não atentarem para essa progressiva transformação dos meios de pagamento, causada pelo avanço tecnológico contemporâneo, nossa ciência distanciar-se-á indesejavelmente, cada vez mais, de sua nobre missão antropocêntrica de servir ao homem, tal como a concebo¹³.

Assim sendo, por mais expressivas que sejam as dificuldades para que abduquemos de nossos tradicionais esquemas de pensamento, é necessário fazê-lo o quanto antes.

Para tanto, não serão suficientes, por certo, as virtudes do discernimento intelectual e do acendrado amor à pesquisa jurídica. Tornar-se-á necessária,

O jurista,
com efeito,
é um ser
refratário a toda
inovação

igualmente, grande dose de coragem, pois a petrificação do pensamento em nosso meio, fortemente fomentada pelas pequenas vaidades acadêmicas, conspira consideravelmente contra todo o vigor de ideias, onde quer que estas possam se encontrar...

O mundo contemporâneo parece ter se conscientizado – e Spengler, em profética visão, nos demonstra – de que o fato é que o futuro já não nos chega mais na mesma velocidade de outrora nem do mesmo modo¹⁴. O novo e galopante ritmo da história haveria de colocar em crise o nosso próprio conceito do tempo histórico.

Venho assinalando, de forma até insistente, que a cultura ocidental passou a ter, desde o final do século XVIII, uma nova consciência do tempo, começando a História a ser vista e estudada como um processo universal gerador de problemas. Diz Habermas, em passagem que sempre gosto de citar, que, nesse processo, “*o tempo é entendido como um recurso escasso para a superação prospectiva dos problemas que o passado nos legou*”¹⁵.

A despeito de todas as inesperadas circunstâncias que nos atropelam e nos confundem, o certo é que se torna preciso seguir em frente sem receios, na busca incessante do saber, ainda que o nosso tempo, talvez mais do que qualquer outro, nos tenha mostrado as incríveis limitações do conhecimento científico.

Já tive a oportunidade de destacar, não faz muito, fundamentalmente calcado nas ideias do filósofo francês Georges Gusdorf¹⁶, as consequências para o comportamento humano dos prodígios do progresso científico:

“Essa técnica triunfante parecia fornecer ao homem moderno uma espécie de segunda natureza, transformando-o no chamado homo circulator, capaz de ir a todos os lugares sem lograr, contudo, estar em parte alguma. A teoria desse homo circulator, em última análise, é considerar a mobilidade como um valor em si mesma e, além disso, pela abolição do espaço-tempo da modernidade e da supressão dos horizontes de deslocamento, transformar-se num valor dominante na estranha axiologia da civilização contemporânea, contribuindo ainda mais para a desagregação da imagem do mundo que os nossos antepassados tanto lutaram para salvaguardar.”

A civilização contemporânea – como, de resto, todas as outras que marcaram a história da Humanidade – tanto apresenta progressos assinaláveis quanto retrocessos espantosos... Dir-se-ia, talvez, que o conhecimento científico progride acentuadamente enquanto o filosófico entra em profunda crise. Mas o primeiro, sozinho, não poderá levar o Homem ao estado de bem-estar e da felicidade, como parece ficar cada vez mais demonstrado...¹⁷

A indiscutível desorientação do homem moderno, inteiramente alienado dos valores fundantes de sua própria natureza, não poderá servir de pretexto para condenar-se o progresso tecnológico e recusar-se à aceitação de novos paradigmas¹⁸. O mundo está se transformando do analógico para o digital¹⁹.

Sob esse ângulo, de nada adianta rebelar-se contra a irreversibilidade do celular, da banda larga, da interatividade etc. As informações que nos chegam, diariamente e de todos os lados, são inúmeras e tão rápidas que se torna imperativa a tentativa de disciplinar-se, com algum rigor metodológico, o estado anárquico em que nos encontramos diante do mundo virtual.

Certamente ultrapassaria os limites deste artigo a tentativa de se discutir, por exemplo, o problema das transformações da escrita e da cultura a partir das novas tecnologias da informação e da comunicação. Tal investigação, embora tentadora, estaria além de minhas próprias forças, já de si consumidas em investigações menores...

Até que ponto a característica da interatividade na internet²⁰ poderá ou não diminuir a importância do livro, enquanto veículo de cultura, é algo que não posso responder. Ou, melhor dizendo, essa resposta poderá estar contaminada pela esquálida visão que tenho do mundo que me cerca. Como saber se não me terei deixado abater, igualmente, pela poderosa força dos espíritos jurássicos? Como saber se também eu não terei capitulado?

A visão profundamente desesperançosa que passei a ter, de uns anos para cá, sobre as possibilidades de haver um futuro menos indigno para a humanidade leva-me, talvez, a pensar ainda agarrado às utopias que me alimentaram no passado...

Sempre acreditei, por exemplo, que para penetrar no âmago de uma grande obra haveria de prescindir-se do fenômeno da interatividade. Impressionam-me, com efeito, as seguintes considerações desenvolvidas pelo filósofo Alain Finkielkraut: *“O texto que você lê num livro tem uma ordem, uma autoridade. Você pode rasgar as suas páginas, mas não pode ‘maquinar’ como gostaria selecionando apenas o que lhe interessa, tal ou tal tema dos quais gostaria de obter todas as ocorrências, como permite a multimídia. O livro tem um peso, uma heteronomia, um hieratismo que se impõe a você. O livro não é flexível nem interativo. A interação não deve ser o todo da comunicação. Porque, se ela assim se tornasse, nós nos comunicaríamos apenas com os vivos. O que seria uma barbaridade”*²¹.

A assinatura eletrônica e a certificação digital, exemplificativamente, constituem avanços evidentes e nada têm a ver, para desapontamento e espanto dos apedeutas de plantão, quer com a impressão digital²², quer com o reconhecimento de firmas, respectivamente.

Os erros multiplicam-se como algas quando se está diante do novo. Eu também me deixei levar pelos excessos verborrágicos quando me utilizei da expressão “*impacto*” para designar o título do meu primeiro artigo a respeito da matéria²³, mas tais deslizos são escusáveis, até certo ponto, principalmente quando nos apressamos em reconhecê-los e, com a necessária humildade, cuidamos de nos penitenciar do equívoco.

Assim é que o filósofo francês Pierre Lévy, em uma de suas fundamentais obras sobre o *ciberespaço*²⁴, anotou com precisão a inadequação da metáfora do *impacto* das novas tecnologias na sociedade, fazendo-o nos seguintes termos²⁵:

“Nos textos que anunciam colóquios, nos resumos dos estudos oficiais ou nos artigos da imprensa sobre o desenvolvimento da multimídia, fala-se muitas vezes no ‘impacto’ das novas tecnologias da informação sobre a sociedade ou a cultura. A tecnologia seria algo comparável a um projétil (pedra, obus, míssil?) e a cultura ou a sociedade a algo vivo... Essa metáfora bélica é criticável em vários sentidos. A questão não é tanto avaliar a pertinência estilística de uma figura de retórica, mas sim esclarecer o esquema de leitura dos fenômenos – a meu ver, inadequado – que a metáfora do impacto nos revela.”

Assim, ainda que um tanto serodidamente, escuso-me diante dos meus leitores pela impropriedade cometida e reconheço expressamente a inadequação de tal metáfora, mesmo levando em conta duas circunstâncias que, a meu ver, se não chegam a justificar o seu emprego, pelo menos atenuam parcialmente o deslize dessa utilização.

Refiro-me, em primeiro lugar, ao alto grau de transformação das pessoas em seus hábitos de pensar e de agir em razão da quantidade de oferta de bens e de serviços oriundos da tecnologia digital, não sendo tão exagerado assim, talvez, falar-se num verdadeiro *impacto* sociojurídico e cultural, como o faz exemplificativamente, Andrea Viviana Sarra, *in verbis*²⁶:

“El impacto sociojurídico y cultural deste fenómeno es un tema complejo en virtud de sus implicancias – por su masividad y magnitud – y por las proyecciones que se prevén para el desarrollo de esa red a corto plazo. Su consecuencia fundamental es la de reconfigurar la topologia de un planeta que está se modificando y comienza a desdibujar fronteras.” (grifo meu)

Mesmo não se utilizando, em seu texto, da palavra *impacto*, mas fazendo uma descrição tão penetrante e aguda do fenômeno que o resultado da análise parece indicar algo mais do que aquele vocábulo está a sugerir, diz-nos Esther Morón²⁷:

“Para poder apreciar as vantagens e consequências de ‘ser digital’, deve aconselhar-se reflexionar sobre a diferença entre átomos e bits. Como já

se afirmou, a maior parte da informação nos chega em forma de átomos: livros, periódicos, revistas. O mundo é feito de átomos. Um bit não tem cor, tamanho nem peso. É o DNA da informação. É tão somente um número, cuja representação mais elementar é uma sequência de zeros e uns. Os bits sempre foram o elemento básico da informação, mas nos últimos vinte e cinco anos tem-se conseguido digitalizar cada vez mais tipos de informação, auditiva e visual, por exemplo, reduzindo-os de igual maneira a números.

Digitalizar significa converter em números o que se quer transmitir. A digitalização permite que distintos tipos de dados e de informação, como textos, voz e imagens possam converter-se em números, ser tratados do mesmo modo e transmitidos pelas mesmas linhas. O fenômeno multimídia, ou hipermídia é o resultado da digitalização de todos os tipos de sinais.

A digitalização da informação é um conceito chave para entender as novas tecnologias e sua generalização tem operado uma divisão radical entre o analógico e o digital. O mundo digital é o mundo da informação convertida em dígitos e o mundo analógico é o restante.”

Também me parece pertinente a transcrição do seguinte trecho de Nicholas Negroponte²⁸, a propósito da profunda transformação por que passamos:

“A melhor maneira de avaliar os méritos e as consequências da vida digital é refletir sobre a diferença entre bits e átomos. Embora não haja a menor dúvida de que estamos numa era da informação, a maior parte das informações chega até nós sob a forma de átomos: jornais, revistas e livros (como este aqui)”²⁹. Nossa economia pode estar caminhando rumo a uma economia da informação, mas medimos o comércio e fazemos nossos balanços pensando em termos de átomos. O GATT trata de átomos.”

Relativamente à segunda circunstância, nunca será demais lembrar o misoneísmo inerente ao mundo jurídico – no contexto do qual empreguei a expressão *impacto* –, quiçá, de todos os outros ramos do conhecimento humano, o mais refratário às inovações tecnológicas. Como essa recalitrância parece ultrapassar os limites do inverossímil, o emprego da figura retórica, exatamente para indicar a contraposição dialética entre a velocidade (das inovações) e a inércia (do direito), conquanto impreciso, não deixa de traduzir algo verdadeiro...

O número de consumidores aumentou em razão da contínua entrada da classe C no mercado

De toda sorte, expressamente reconhecida a impertinência do termo *impacto*, parece preferível reconhecer-se a sua impropriedade terminológica à irrisão de confundir, desastrosamente, *a assinatura digital* com *a impressão digital*, como já tive o desprazer de ouvir...

Enfim já está mais do que na hora de haver o reconhecimento explícito de que a nova economia estrutura-se a partir do desenvolvimento tecnológico e na forte competição entre os vários agentes econômicos, na busca da informação necessária à promoção daquele... Ou, como oportunamente afirmou o professor Arnoldo Wald³⁰:

“A grande ruptura do terceiro milênio consiste na criação, no reconhecimento e na generalização, no mundo inteiro, da nova economia, baseada no desenvolvimento tecnológico e na competição, mas também na globalização e na desmaterialização parcial da riqueza. E esta concepção da economia tem reflexos em todos os aspectos da sociedade e, inclusive, no direito.”

II. O surgimento do comércio eletrônico

Tema de importância fundamental nos dias de hoje, cumpre ressaltar que o comércio eletrônico não dependeria, em princípio, de uma abordagem jurídica para a sua implementação. Mas todo comércio pressupõe uma relação social, não havendo relação social – pelo menos potencialmente falando – que seja estranha ao direito.

O direito é uma ciência que trabalha com conceitos e a primeira questão que surge para a análise é: no que consiste o chamado *comércio eletrônico*?

Ao tratar do tema ora em discussão, assim discorre Davara Rodriguez³¹:

“Por comercio electrónico podemos entender tanto la compra de productos o servicios por internet, como la transferencia electrónica de datos entre operadores de un sector en un mercado, o el intercambio de cantidades o activos entre entidades financieras, o la consulta de información, con fines comerciales, a un determinado servicio, o un sinfin de actividades de similares características realizadas por médios electrónicos; pero, para no perdernos en ambigüedades, entenderemos, en un sentido amplio, que es comercio toda aquella actividad que tenga por objeto o fin de realizar una operación comercial y que es electrónico cuando esse comercio se lleva a cabo utilizando la herramienta electrónica de forma que tenga o pueda tener alguna influencia en la consecución del fin comercial, o en el resultado de la actividad que se está desarrollando.”

Esse mesmo autor esclarece, contudo, que inúmeras outras atividades eletrônicas podem ser realizadas sem que intervenham as telecomunicações,

aduzindo ainda que, mesmo que elas não intervenham, não será necessário que a operação ou transação se efetue por meio da *internet*³², exemplificando que também se tratará de uma operação de comércio eletrônico, no sentido por ele proposto, a simples consulta de um saldo com cartão eletrônico em um caixa automático.

Em nosso meio tem-se designado por comércio eletrônico “*a oferta, a demanda e a contratação a distância de bens, serviços e informações, realizadas dentro do ambiente digital, ou seja, com a utilização dos recursos típicos do que se denominou convergência tecnológica*”³³.

Pode-se dizer, então, de uma forma bastante simplificada, que o comércio eletrônico nada mais é do que o conjunto das relações jurídicas celebradas no âmbito do espaço virtual que têm por objeto a produção ou circulação de bens ou de serviços. Por serem celebradas, como se afirmou, no âmbito do espaço virtual, devem ser consideradas como feitas a distância, tal como se entendeu, acertadamente, na União Europeia. Utilizam-se, evidentemente, de um *meio* eletrônico e baseiam-se em documentos com os quais a ciência jurídica não se revela ainda acostumada, pois não se irão necessariamente exteriorizar tais relações jurídicas pela forma escrita. Daí a importância que passa a ter, no âmbito do comércio eletrônico, a noção de documento *eletrônico*³⁴.

O crescimento dessa *nova economia* é bastante significativo. Segundo pesquisa da *e.bit*, empresa especializada em informações do comércio eletrônico nacional, as vendas de bens de consumo pela internet, no ano de 2011, totalizaram R\$ 18,7 bilhões, valor 26% superior a 2010, quando o setor faturou R\$ 14,8 milhões. Foram 9 milhões de novos consumidores, sendo que, desse total, 61% são pertencentes à classe C. Totalizaram-se, assim, 32 milhões de consumidores que compraram, ao menos uma vez via *web*.

Ainda de acordo com a *e.bit*, conforme dados publicados na 26ª edição do *Webshoppers*³⁵, publicada no último mês de agosto, as vendas online no Brasil, no primeiro semestre de 2012, totalizaram o valor de R\$ 10,2 bilhões, o que significou um acréscimo nominal de 21% em relação ao mesmo período de 2011, apesar dos impactos sofridos com a crise mundial e que refletiram na economia do país.

Verificou-se, também, que, no primeiro semestre de 2012, 5,6 milhões de pessoas fizeram a sua primeira compra pela internet. O número de consumidores aumentou em razão da contínua entrada da classe C no mercado, elevando-se, assim, o número total de e-consumidores para 37,6 milhões. Estima-se que o setor cresça, no segundo semestre de 2012, 20% em relação ao mesmo período do ano passado, apresentando um faturamento

de mais de R\$ 12,2 bilhões. Espera-se, assim, que o ano finalize com o faturamento total de R\$ 22,5 bilhões, o que representaria um crescimento nominal de 20% em relação a 2011. Além disso, para o mesmo período, o setor calcula que 5,4 milhões de pessoas comprarão online pela primeira vez, o que significará 11 milhões de novos consumidores, totalizando-se 43 milhões de e-consumidores no final de 2012.

Segundo dados do *e-commerce*³⁶, site informativo sobre o comércio eletrônico, o Brasil é o quinto país com maior número de usuários da internet, ficando atrás, somente, da China, Estados Unidos, Índia e Japão.

Um dos fatores que contribuiu para esse crescimento, de acordo com a *e.bit*, foi o fato de as empresas, no decorrer do ano, terem investido em logística, tecnologia, centros de distribuição e capacitação de profissionais, o que resultou na diminuição da taxa de atrasos, que caiu de 17% em 2010 para 13% no ano passado, reduzindo, assim, um dos grandes entraves do setor.

Outros dados poderiam ser apresentados, igualmente, para realçar a importância dessa nova realidade representada pelo comércio eletrônico.

Segundo dados divulgados pela Fundação Procon do Estado de São Paulo no Cadastro de Reclamações Fundamentadas, realizado em 2011 e publicado no Diário Oficial do Estado e no site do próprio órgão³⁷, ocorreu um aumento significativo de 86%, em relação a 2010, do número de reclamações relativas ao comércio eletrônico, sendo que a área de produtos, que engloba tais vendas dentre outras (móveis, eletrônicos, vestuário etc.), totalizou 37% do número de reclamações fundamentadas. Lê-se no documento: *“A maior presença de empresas de varejo, em especial as de varejo online entre as mais reclamadas na área de produtos comparativamente ao ano de 2010, é reflexo do crescimento do setor de e-commerce, meio através do qual muitos dos produtos que são objeto das reclamações no ano passado foram ofertados e adquiridos. A possibilidade de contratar serviços, fazer compras ou transações bancárias sem sair de casa, com comodidade, sem dúvida tem sido o grande atrativo para o consumidor que fomenta o avanço desse nicho de mercado em suas diversas modalidades.”*

III. A proteção ao consumidor no âmbito da internet³⁸

Em razão do crescimento significativo do comércio eletrônico que abordamos no capítulo anterior, e que o tornou um fator de aquecimento de nossa economia, é necessário assinalar a imperiosa necessidade de uma

legislação rigorosa e bem estruturada sobre o tema, bem como da efetiva proteção do consumidor.

Diz-nos Marco Aurélio Greco, ao tratar das questões decorrentes do avanço tecnológico ora em debate, *in verbis*³⁹:

“O Direito vem sofrendo, igualmente, os reflexos de tais modificações, podendo ser mencionados dois fenômenos atuais que propõem desafios aos juristas, legisladores e aplicadores. Tais fenômenos são, por um lado, os avanços da tecnologia que tornaram realidade o que, alguns anos atrás, não passaria de ficção científica, especialmente no campo da informática e das telecomunicações; e, de outro lado, o fenômeno da globalização, aqui entendida como o perpassar a fronteira nacional, abrangendo não apenas aspectos ligados à economia mas também problemas, conceitos e instrumentos jurídicos.”

Por sua vez, afirma Emílio Tozi⁴⁰: *“A crescente utilização da Internet também para as finalidades comerciais – e não mais apenas para a troca de informações a título de cortesia ou no exercício de atividades institucionais não lucrativas – tem exigido a atenção do jurista sobre uma série de problemas tornados agora mais complexos dada a internacionalidade do fenômeno”*.

Assim, cumpre ressaltar que a matéria de proteção ao consumidor, desde a década de sessenta, ganha enorme destaque na civilização contemporânea. Desnecessário citar, por certo, os autores nacionais que puseram em realce a insuficiência das normas existentes no direito comum para que essa proteção pudesse, efetivamente, ser eficaz.

Por certo, torna-se despidiando assinalar-se o conjunto de vantagens trazidas para os consumidores com a utilização do comércio eletrônico, bastando lembrar a comodidade de poder adquirir produtos ou serviços sem sair da própria casa e por preços menores do que os existentes nos estabelecimentos empresariais dos fornecedores⁴¹.

Todavia, por outro lado, para que se tenha uma ideia absolutamente indubitável da extrema vulnerabilidade do consumidor no âmbito da internet, vejam-se as seguintes considerações do professor Ricardo Lorenzetti⁴²:

“Un estudio reciente sobre el comercio electrónico, coordinado por Consumers International, encontró que, al comprar por Internet, el derecho de los consumidores a la reparación de los daños causados es gravemente vulnerado. Solo el 53% de las compañías de los sitios investigados tenía políticas de devolución de bienes, y sólo el 32% proporcionaba información sobre cómo quejarse si algo saliera mal. En algunos casos los bienes nunca llegaron al destinatario, y en otros casos los clientes todavía esperan la devolución del dinero, luego de más de cinco meses de haber devuelto el bien comprado.”

Explica esse autor que as assimetrias já existentes entre fornecedores e consumidores no mundo real – e que, no mundo virtual, não apenas permanecem, como, na verdade, acentuam-se consideravelmente, exacerbando mais ainda a vulnerabilidade do consumidor internauta – são, fundamentalmente, de três espécies: *econômica, informativa e tecnológica*.

Com relação à primeira delas, fácil é rebater o argumento recorrente de que a proteção adicional ao consumidor – a par das normas já existentes no mundo físico e que são, em princípio, aplicáveis ao ambiente digital – seria desnecessária em razão da interatividade existente na internet, propiciando uma espécie de *revival* da liberdade de contratar das partes... Tal observação contém apenas meia verdade, se é que se pode chegar a tanto... Com efeito, os contratos celebrados via *internet* costumam ser, indubitavelmente, verdadeiros contratos de adesão, nos quais o consumidor não dispõe de praticamente nenhuma condição de negociar. Os grandes conglomerados empresariais e suas visíveis e invisíveis interligações com o poder político, os mecanismos de controle de preços mefistofelicamente exercidos pelos oligopólios, a sedução exercida pela publicidade e pelo marketing agressivo etc. etc., tudo revela a extrema fragilidade do consumidor diante de tais circunstâncias.

O mesmo professor Ricardo Luis Lorenzetti já se houvera posicionado anteriormente nesse sentido, conforme se depreende do seguinte trecho⁴³:

“Já há muito tempo a literatura e a filosofia anteciparam seus pronunciamentos em torno da ingênua representação de um mundo tecnologicamente desenvolvido e democrático e assinalaram os enormes riscos em matéria de concentração e controle social. Parece que a novidade e a ingenuidade desconhecaram toda essa bagagem cultural e essa falta nos leva a ignorar que a tendência atual na Rede se orienta no sentido da criação dos grandes grupos que estabelecem alianças que acabam por guiar o ‘navegante’ por caminhos sinalizados segundo conveniências pré-determinadas.”

No que toca à segunda assimetria, de natureza informativa, também é fácil perceber que o consumidor internauta acha-se desamparado, segundo Lorenzetti, seja por causa da intangibilidade e do hermetismo do produto adquirido, seja por este ser alterável e flexível, seja, finalmente, pela sua inserção num “complexo sistema de relações”, composto de múltiplas interações com outros sujeitos e outras partes⁴⁴.

Por derradeiro, no que concerne à assimetria tecnológica, o referido autor põe em realce a *diferença cognoscitiva* do meio empregado, mostrando que o marketing invasivo acentua-se na internet, por propiciar que se faça publicidade

na própria casa do consumidor, induzindo a expectativas irresistíveis de comportamentos de consumo não apenas nele, mas, igualmente, em todos os membros da família, gerando até mesmo conflito entre eles.

Como se já não bastassem todas essas dificuldades para o consumidor internauta – a recomendar que os países editem leis internas sobre o comércio eletrônico, tal como venho apregoando em relação ao Brasil⁴⁵ –, o caráter naturalmente cosmopolita existente na internet, com numerosas relações de consumo celebradas entre fornecedores e consumidores domiciliados em diversos países e até em continentes distintos, com delicados e complexos problemas não apenas de *legislação* aplicável, mas de *jurisdição* aplicável, torna mais crucial ainda a necessidade de pensar-se, com a urgência possível, numa convenção internacional entre o maior número de países, dada a extrema precariedade das soluções que poderão ser obtidas pela via do direito internacional privado.

O Brasil é o quinto país com maior número de usuários da internet

Nesse sentido duas observações parecem-me pertinentes. Diz respeito a primeira delas ao que já foi tentado no âmbito do continente europeu, com a edição das Convenções de Bruxelas e de Lugano e da Diretiva 97/7 da Comunidade Econômica Europeia, com caráter vinculante aos países que dela fazem parte. Segundo tais normas, especialmente pelo art. 2º da Convenção de Bruxelas, serão competentes para julgar demandas os tribunais do domicílio do réu quando a transação efetuada envolver pessoas que tenham domicílio em países distintos⁴⁶.

Quanto à segunda observação, é de registrar-se que a Comissão das Nações Unidas para o Direito Comercial Internacional, pelo seu Grupo de Trabalho IV, relativo ao comércio eletrônico, durante o 39º período de sessões, realizadas entre 11 e 15 de março de 2002 na cidade de Nova Iorque, elaborou um anteprojeto de convenção internacional versando sobre a contratação eletrônica, revelando certo grau de amadurecimento de tal ideia.

Convém destacar, no entanto, que os debates travados por esse grupo de trabalho parecem revelar avanços consideráveis, de um lado, mas uma situação ainda bastante embrionária de outro. Exemplo do primeiro caso, sem dúvida, reside no resultado obtido após uma discussão preliminar acerca do âmbito de aplicação do instrumento em estudo. Não obstante uma posição no sentido de que, em razão da urgente necessidade de serem introduzidas normas jurídicas necessárias para trazer segurança e previsibilidade ao

regime internacional que rege as transações baseadas na internet e em outras transações comerciais eletrônicas, deveria o grupo de trabalho concentrar seu esforço nas questões surgidas na contratação eletrônica, exclusivamente na esfera da compra e venda internacional de bens corpóreos (A/CN. 9/484, § 95), terminou por prevalecer o entendimento segundo o qual “*tal vez convendría formular normas armonizadas que rigieran las transacciones internacionales distintas de las compraventas de bienes muebles corporales en el sentido tradicional* (Ibidem, § 115)” Exemplo da situação ainda embrionária a que se fez referência, de outro lado, estaria, a meu ver, nas exclusões promovidas pelo mencionado Grupo de Trabalho. Exatamente a contratação eletrônica celebrada entre fornecedores e consumidores, por razões de ordem vária – estando expressamente referida, entre elas, a *dificuldade prática* de distinguir certas transações com consumidores das que são realizadas apenas entre empresários –, ficou fora do campo de aplicação do documento em estudo.

Como se percebe, a desprezível importância que se dá ao estudo da relação jurídica de consumo não é um fenômeno apenas brasileiro...

IV. O direito de arrependimento: a aplicação do artigo 49 do CDC

Trataremos, neste capítulo, da questão central deste artigo, analisando a possibilidade de aplicação do direito de arrependimento, previsto no artigo 49 do CDC, nas aquisições de produtos feitas no âmbito da internet.

Referido artigo determina, *in verbis*:

“O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de sete 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.”

Para alguns especialistas, o direito de arrependimento previsto no artigo supracitado não deve ser aplicado ao comércio eletrônico, com base na argumentação de que é o consumidor quem vai ao estabelecimento *virtual* do fornecedor, não havendo venda *fora do estabelecimento comercial*.

Afirmava o professor Fábio Ulhoa Coelho a respeito, *in verbis*⁴⁷:

“O artigo do CDC não deve ser aplicado ao comércio eletrônico, porque não se trata de negócio concretizado fora do estabelecimento comercial. O consumidor está em casa, ou no trabalho, mas acessa o estabelecimento virtual do empresário; encontra-se, por isso, na mesma situação de quem se dirige ao estabelecimento físico. O direito de arrependimento é reconhecido ao consumidor apenas nas hipóteses em que o comércio eletrônico emprega marketing agressivo. Quando o website é desenhado de modo a estimular o internauta a precipitar-se nas compras, por exemplo, com a interposição de chamativos ícones movimentados, em que as promoções sujeitam-se a brevíssimos prazos, assinalados com relógios de contagem regressiva, então é aplicável o art. 49 do CDC. Caso contrário, se o website não ostenta nenhuma técnica agressiva, o direito de arrependimento não se justifica.” (grifos do autor)

Nunca foi essa, efetivamente, minha opinião. Inexiste diferença ontológica entre o ato de comprar um produto pela televisão ou mediante um folder que recebo em minha residência e aquela feita pelo monitor de meu computador. Em qualquer um dos casos, não tive acesso físico ao produto e, no mundo real, poderá ele não corresponder às expectativas que tinha dele quando o adquiri por qualquer um dos meios retromencionados.

Conforme já assinali em outro artigo⁴⁸: *“A posição prevalecente na doutrina, no entanto, é no sentido da aplicabilidade do art. 49 do CDC aos contratos telemáticos porque, na verdade, não se trata, no caso, do problema da chamada compra por impulso, em razão de políticas agressivas de marketing, mas da não correspondência do produto, adquirido por intermédio do monitor – vale dizer, sem o contato com o bem no mundo real –, com as expectativas que dele fazia o consumidor adquirente. Não se cuida na hipótese do prazo de reflexão propriamente dito, para o qual os sete dias são necessários para que haja a existência de, pelo menos, um fim de semana para que o consumidor possa adequadamente refletir sobre a efetiva necessidade de sua aquisição, mas sim de prazo para que ele manifeste a sua não concordância com as expectativas que tinha relativamente ao objeto de sua contratação.”*

O professor Fábio Ulhoa Coelho, revendo a questão, assumiu nova posição, afirmando: *“Esse dispositivo, se ficarmos em sua literalidade, seria aplicável ao comércio eletrônico. Mas não é apropriado estabelecer que qualquer ato de consumo praticado via Internet poderia ser desfeito pelo consumidor arrependido, no prazo de sete dias. Pense numa operação financeira qualquer, realizada por meio de Internet-banking, como uma aplicação em fundo, transferência de numerário ou contratação de empréstimo. Não é razoável supor que sete dias depois o consumidor pudesse unilateralmente desfazer a operação*

apenas porque se arrependeu do ato praticado. Por outro lado, é inegável que o contato físico (visual e mesmo táctil) do consumidor com o produto que pretende comprar transmite-lhe informações que nenhuma página na Internet é capaz de fornecer. Por mais que a foto do eletrodoméstico seja fiel e apresente detalhes; por mais que ela gire 360º, o contato físico com o produto de mostruário na loja permite ao consumidor ter uma ideia mais completa do que estará adquirindo, se concluir pela compra.

De um modo geral, o artigo 49 do CDC pode ser aplicado ao comércio eletrônico sempre que houver menos informações sobre o produto ou serviço a adquirir nesse canal de venda do que no comércio físico. Quer dizer, não há direito de arrependimento se o consumidor puder ter, por meio da Internet, rigorosamente as mesmas informações sobre o produto ou serviço que teria se o ato de consumo fosse praticado no ambiente físico e não no virtual. Quer dizer, se o site permite ao consumidor ouvir as faixas de um CD e apresenta todas as informações constantes da capa e contracapa (isto é, franquias rigorosamente tudo a que teria acesso o mesmo consumidor se estivesse examinando o produto numa loja física), então não há razões para reconhecer o direito de arrependimento. Por outro lado, por mais informações que preste o site, o usuário da Internet não tem como abrir a porta de geladeira ou “sentir” o tamanho do aparelho televisor. Nesse caso, se o contato físico com o produto, quando da entrega, desperta o sentimento de arrependimento do ato da compra, deve ser reconhecido o direito ao consumidor ao desfazimento do contrato.

Com o enfoque aqui apresentado sobre o art. 49 do CDC, revejo, em parte, minha posição sobre o tema.”

Ainda sobre o assunto, devemos analisar a questão da aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor na aquisição de bens que se integram imediatamente ao patrimônio do consumidor (como é o caso dos CDs, programas de computador etc.), o qual, mesmo com a subseqüente devolução daqueles, beneficiar-se-á com o enriquecimento sem causa.

A legislação de alguns países (Itália, Portugal, entre outros) está determinando a impossibilidade do exercício do *direito de arrependimento* em tais hipóteses, o que se justifica, de certa maneira, tendo em vista a circunstância de que o produto passa a integrar-se, desde logo, no patrimônio do comprador.

Sou partidário, no entanto, da introdução de uma ressalva no sentido de ser possível aquele exercício nos casos de comprovada *boa-fé* por parte do consumidor, harmonizando-se, assim, o disposto no art. 49 do CDC com o princípio da *boa-fé* objetiva previsto no art. 4º, III, do mesmo diploma legal.

Sobre a presente discussão, em artigo meu anterior, ressaltei:

“Argumentou-se, sem nenhuma razão, que a ampla possibilidade de exercício do direito de arrependimento poderia dar margem a abusos por parte de consumidores destituídos de boa-fé... Aludia-se, então, à existência de caso concreto, ocorrido em São Paulo, em que o consumidor adquirira um automóvel importado, de alto luxo, pela internet. Convidado, pela própria programação do site da revendedora a realizar o test-drive do veículo na empresa, o comprador se recusara a fazê-lo, conseguindo a entrega do próprio bem em sua casa, após sucessivas ‘clicações’ indicativas da operação final de aquisição do automóvel. Depois de ter rodado com ele mais de mil quilômetros, optou por exercer o direito de arrependimento no último dia do prazo, exigindo a devolução do que havia pago. Tal exemplo, contudo – ainda que verídico –, é imprestável para dizer que a relação não foi de consumo e que a ela não se poderia aplicar a legislação consumerista. Contra-argumentei, então, que se a má-fé estivesse porventura caracterizada – o que, efetivamente, só poderia ser verificado após cuidadoso exame do caso concreto –, aplicar-se-ia a norma principiológica, prevista no art. 4º, III, do Código de Defesa do Consumidor, segundo a qual os fornecedores e consumidores são obrigados a manter a mais estrita boa-fé na relação de consumo, afastando-se, em razão disso, a aplicação do art. 49.”

A desprezível importância que se dá ao estudo da relação jurídica de consumo não é um fenômeno apenas brasileiro...

Ressalte-se, que o **Projeto de Lei 439/2011**, apresentado pelo senador Humberto Costa e que se encontra na Comissão de Meio Ambiente, Defesa do Consumidor e Fiscalização e Controle, com o relator, também regulamenta a matéria, ao dispor de forma mais detalhada sobre o direito e as obrigações do consumidor e do fornecedor relativos ao exercício do direito de arrependimento, conforme se verifica, *in verbis*:

“Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato no prazo de sete dias a contar do ato de recebimento do produto ou serviço, ou na ausência do recebimento, caso a contratação tenha sido efetuada por meio eletrônico, telefônico, postal ou por qualquer modalidade a distância.

§ 1º A totalidade dos valores pagos pelo consumidor deverá ser devolvidos pelo fornecedor.

§ 2º Caso o fornecedor não devolva o valor no prazo de vinte dias a contar do recebimento de notificação extrajudicial, o valor pago deverá ser devolvido em dobro.

§ 3º *A decisão definitiva e líquida favorável ao consumidor a respeito do disposto neste artigo, exarada por órgão ou entidade estadual de defesa do consumidor, consistirá em título executivo, nos termos do inciso VIII do art. 585 da Lei nº 5.869, de 11 de janeiro de 1973.*

§ 4º *O juiz poderá:*

I – em sede de antecipação de tutela, determinar que administradoras de cartão de crédito e instituições financeiras descontem o valor devido pelo fornecedor de seus créditos a receber e creditem ao consumidor o valor correspondente; e

II – determinar o bloqueio do domínio da página eletrônica ao órgão de registro responsável pelos endereços na rede mundial de computadores (internet). (NR)”

O Projeto de Lei do Senado 281/2012, que dispõe sobre o comércio eletrônico e que se encontra aguardando o recebimento de emendas, também dá nova redação ao artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, ao determinar:

“Art. 49. O consumidor pode desistir da contratação a distância, no prazo de sete dias a contar da aceitação da oferta ou do recebimento ou disponibilidade do produto ou serviço, o que ocorrer por último.

§ 1º (...)

§ 2º Por contratação a distância entende-se aquela efetivada fora do estabelecimento, ou sem a presença física simultânea do consumidor e fornecedor, especialmente em domicílio, por telefone, reembolso postal, por meio eletrônico ou similar.

§ 3º Equipara-se à modalidade de contratação prevista no § 2º deste artigo aquela em que, embora realizada no estabelecimento, o consumidor não teve a prévia oportunidade de conhecer o produto ou serviço, por não se encontrar em exposição ou pela impossibilidade ou dificuldade de acesso a seu conteúdo.

§ 4º Caso o consumidor exerça o direito de arrependimento, os contratos acessórios de crédito são automaticamente rescindidos, sem qualquer custo para o consumidor;

§ 5º Sem prejuízo da iniciativa do consumidor, o fornecedor deve comunicar de modo imediato a manifestação do exercício de arrependimento à instituição financeira ou à administradora do cartão de crédito ou similar, a fim de que:

I – a transação não seja lançada na fatura do consumidor;

II – seja efetivado o estorno do valor, caso a fatura já tenha sido emitida no momento da comunicação;

III – caso o preço já tenha sido total ou parcialmente pago, seja lançado o crédito do respectivo valor na fatura imediatamente posterior à comunicação.

§ 6º Se o fornecedor de produtos ou serviços descumprir o disposto no § 1º ou no § 5º, o valor pago será devolvido em dobro.

§ 7º O fornecedor deve informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados, facilitados e eficazes disponíveis para o exercício do direito de arrependimento do consumidor, que devem contemplar, ao menos, o mesmo modo utilizado para a contratação.

§ 8º O fornecedor deve enviar ao consumidor confirmação individualizada e imediata do recebimento da manifestação de arrependimento.

§ 9º O descumprimento dos deveres do fornecedor previstos neste artigo e nos artigos da Seção VII do Capítulo V do Título I desta lei enseja a aplicação pelo Poder Judiciário de multa civil em valor adequado à gravidade da conduta e suficiente para inibir novas violações, sem prejuízo das sanções penais e administrativas cabíveis e da indenização por perdas e danos, patrimoniais e morais, ocasionados aos consumidores. (NR)”

Diante do exposto, reafirmo a minha posição no sentido da aplicabilidade do art. 49 do CDC ao comércio eletrônico, pois não se trata somente de inibir a compra por impulso, incentivada pela publicidade convincente ou pelo marketing agressivo, mas sim da não correspondência do produto adquirido por meio do monitor do computador – vale dizer, sem o contato com o bem no mundo real – com as expectativas que dele fazia o consumidor adquirente.

Notas

* O presente texto, com alguns acréscimos e pequenas alterações, origina-se dos artigos do autor: *“Aspectos Atuais da Proteção aos Consumidores no Âmbito dos Contratos Informáticos e Telemáticos”*, publicado no livro *Direito e Internet*, v. II, Aspectos Jurídicos Relevantes, São Paulo: Editora Quartier Latin do Brasil, 2008, pp.25 e ss.; *“Novas Fronteiras dos Contratos Eletrônicos nos Bancos”*, Revista de Direito Bancário, do Mercado de Capitais e da Arbitragem, ano 6, n. 21, julho/setembro de 2003. Ed. Revista dos Tribunais, pp. 113 a 183; *“Aspectos da responsabilidade civil no âmbito da internet”*, in *Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo*, Coordenadora Regina Beatriz Tavares da Silva, São Paulo: Editora Saraiva – série GVLaw 2009; *“Direito de Arrependimento no Âmbito do Comércio Eletrônico”*, Revista da Academia Paulista de Direito, 03, jan./jun. 2012, coordenação de Rogério Donnini e Celso Antonio Pacheco Fiorillo, pp. 79 a 111.

** Outras qualificações do autor:

Professor do Corpo Permanente da Pós-Graduação Stricto Sensu da UNINOVE. Presidente do TRF da 3ª Região – biênio 2012/2014. Membro da Academia Paulista de Magistrados. Membro da Academia Paulista de Direito. Presidente da Comissão de Proteção ao Consumidor no âmbito do comércio eletrônico do Ministério da Justiça. Vice-Presidente do Instituto Latino-americano de Derecho Privado.

¹ Cf. *A Sociedade da Informação*, in *Direito da Sociedade da Informação*, v. I, Coimbra editora, 1999, p.167.

² Numa entrevista levada ao ar pelo Programa Roda Viva, da TV Cultura, no ano 2000, o referido filósofo, com clareza de ideias e fluência verbal impressionantes, expôs, em linhas gerais, a perspectiva dessa sua ideia que, nos anos posteriores, viria confirmar-se plenamente, consoante se pode ver, a seguir, no texto principal.

³ Cf. Pérez LUÑO, *Cibernética, informática y derecho – un análisis metodológico*, Bolonia: Publicación do Real Colégio de España, p.11.

⁴ Alguns autores, especialmente os que defendem os interesses dos empresários que atuam nas áreas da informática e da telemática, insistem na ideia de que os consumidores internautas, pelo grau de cultura que possuem e pelo nível socioeconômico no qual se inserem, não deveriam ser considerados vulneráveis – nem mesmo hipossuficientes – não carecendo de proteção normativa especial.

⁵ Jorge Mosset ITURRASPE, *Introduction al Derecho del consumidor*, Revista de Derecho Privado y Comunitário, n. 5, pp.10/11.

⁶ San Tiago Dantas fazia interessante distinção entre os juristas de vanguarda e os de retaguarda, considerando estar entre os primeiros aqueles que sempre lutaram contra a petrificação do pensamento jurídico.

⁷ Cf. Tratado de los Contratos, Tomo III, § 249, capítulo LXVII, Informática, Cyberlaw, E-Commerce, p. 835 e posteriormente republicado, no Brasil, em *Internet e Direito – Aspectos Jurídicos Relevantes*, p. 421.

⁸ Menciona o ilustre professor, exemplificativamente, em nota de rodapé: Harvard Law Review, vol.112, nº 7, maio de 1999, “Developments in the Law of Cyberspace”, esclarecendo estarem reunidos, no citado exemplar, vários ensaios formando uma série sobre “essa nova área do Direito”, segundo sua própria expressão. Escusava dizer que estou totalmente de acordo com a posição do eminente ministro e renomado professor e jurista, mundialmente reconhecido – coincidente, aliás, com aquelas defendidas pelas mais expressivas figuras no cenário jurídico internacional – não cabendo discutir, em obra científica de relevo (e mesmo num curso de pós-graduação de excelência como o é o da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo e o da UNINOVE, aos quais tenho a honra de dar a minha singela contribuição), a posição daqueles que sustentam a inexistência de nenhum “direito novo” pelo fato de não haver nenhum “novo bem jurídico a ser tutelado...” Considerações de tal jaez, com efeito, devem ser tratadas com o conselho expresso naqueles inolvidáveis versos de Dante Alighieri: *Fama di loro il mondo esser non lassa:/Misericórdia e giustizia li sdegna:/non ragioniam di lor:/ma guarda e passa. Em vernáculo: “Lembrança deles o mundo rechaça:/ Misericórdia e justiça os despreza/Deles não cuides mais,mas olha e passa.”*

⁹ J.B. Terceiro, por exemplo, assinala (Sociedade Digital, Madrid, 1996, p. 29) que a humanidade vem “medindo seu progresso historicamente, em termos de tecnologia, com o resultado de que cada era tem passado mais rapidamente do que as anteriores”.

¹⁰ Newton DE LUCCA, *Títulos e contratos eletrônicos: o advento da informática e suas consequências para a pesquisa jurídica*, in *Direito & Internet*, 2. ed. São Paulo: Quartier Latin, 2004.

¹¹ Pode-se definir a moeda virtual como um produto de valor previamente armazenado, destinado a exercer as funções de meio de pagamento nos contratos celebrados por intermédio de terminais ou redes de computadores. Para um estudo mais aprofundado a respeito da matéria, veja-se por todos, Daniel LYNCH e Leslie LUNDQUIST, *Dinheiro digital – o comércio na internet*, São Paulo: Editora Campus, 1996, pp.57 e ss. Nunca será demais relembrar, a propósito das questões monetárias, seja qual for a forma da moeda, aquela famosa lição de Ascarelli (*Obbligazioni Pecuniarie*, Bolonha – Roma: Ed. Zanichelli e Foro Italiano, 1968, p.7) segundo a qual “os problemas monetários encontram-se no centro da fenomenologia jurídica atual e são eles que, talvez, mais vinculam a responsabilidade do jurista”. Para um estudo sobre a contribuição do pensamento ascarelliano sobre o direito monetário brasileiro, v. a conferência de Arnoldo Wald, intitulada “A teoria da moeda de Tullio Ascarelli e suas repercussões no direito brasileiro”, publicada na *Revista de Direito Mercantil*, n. 38, abril-junho/1980, pp. 47 e ss.

¹² Cf. Cláudia Lima MARQUES, Sociedade de Informação e Serviços Bancários: Primeiras Observações, in *Revista de Direito do Consumidor* n. 39, julho/setembro de 2001, p.71. Opina essa ilustre autora, em seguida, no sentido de que “a ‘performance’ ou prestação adequada de serviços de home banking deveria incluir o direito do consumidor de ter a cópia do contrato, da transação ou da ordem dada de uma forma perene”, informando, em nota de rodapé, com base em autores como Oliveira Ascensão, Antonio Pinto Monteiro e Peter Mankowski, já ser assim no continente europeu.

¹³ Quando me refiro à visão antropocêntrica que tenho do Direito, quero diferenciá-la, sobretudo, daquelas “ideologias ou sistemas que consideram o homem enquanto membro de certa comunidade, e visam adaptar esse homem, em particular as normas e os princípios de comportamento jurídico”, conforme memorável aula proferida por San Tiago Dantas, em 1948, na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Essa minha concepção corresponde ao *humanismo jurídico* preconizado por esse nosso grande jurista, que passa sobre as “diferenciações grupais ou regionais em que o homem se particulariza, tendendo a adequar os preceitos ao homem, universalmente considerado, partindo – naturalmente – da tese de sua igualdade fundamental”.

¹⁴ Cf. *O homem e a técnica* (tradução de João Botelho, 2. ed. Lisboa: Guimaraes Editores, 1993). Ao conceber o individualismo como espécie de reação contra a psicologia de massas, faz o filósofo a seguinte análise: “É a última rebelião da alma do predador contra o cativo cultural, é a última tentativa para subtrair-se à nivelção anímica e espiritual, de que o fenômeno das ‘massas’ é o agente e o padrão. E assim surgem os tipos de vida do conquistador, do eremita e até de boêmios e criminosos. Para fugir à absorção das massas, ou a fuga perante elas, ou o desprezo por elas. A ideia de personalidade, nas suas mais obscuras origens, é um protesto contra a humanidade enquanto ‘massa’; a tensão entre os antagonistas segue em crescendo, até atingir o seu trágico desenlace.”

¹⁵ Cf. Jürgen HABERMAS. *A nova transparência. A crise do Estado do Bem-Estar Social e o esgotamento das energias utópicas*, (tradução de Carlos Alberto Marques Novaes), Revista Novos Estudos, n. 18, Cebræ, setembro de 1987, p.103.

¹⁶ Cf. Georges GUSDORF, *A agonia da nossa civilização*, São Paulo: Editora Convívio, 1978, pp. 80/81, onde se pode ler o seguinte: “O espaço-tempo da modernidade não possui mais centro absoluto,

nem horizonte determinado uma vez por todas: seus horizontes se transferem para mais longe, à medida que o homem se desloca. A ideia de que o destino de cada um é uma peregrinação, uma busca do centro, uma longa caminhada em direção ao lugar santo, o foco de verdade que dá valor à vida perde seu sentido num espaço-tempo dessacralizado. Nunca o homem foi tão móvel como agora; jamais caminhou tanto nas estradas do mundo; mas ele caminha para caminhar. O homo circulator, que substituiu o homo viator, não tem um fim determinado no seu nomadismo através do espaço. O automobilista, o turista do planeta, absorvem-se na procura de uma circulação sem razão e sem fim. Incansavelmente ele empreende vencer a distância que o desafia; sua vida é uma corrida através da distância, sem esperar jamais alcançá-la.”

¹⁷ Cf., a propósito, a interessante investigação de Eduardo Gianetti, levada a cabo em sua obra intitulada *Felicidade*, (São Paulo: Companhia das Letras, 2002) na qual o autor, utilizando-se do método dialógico estabelecido entre quatro amigos, ex-colegas de faculdade, interroga-se instigantemente porque as promessas do iluminismo europeu ficaram apenas a meio caminho de seu cumprimento, já que o progresso técnico não foi acompanhado do aprimoramento ético e político dos homens, como era de se esperar...

¹⁸ A palavra *paradigma* (originária do grego *parádeigma* = modelo ou exemplo), com sua aplicação para o campo do Direito, foi muito bem investigada pelo professor Antonio Junqueira de Azevedo (“Insuficiências, deficiências e desatualização do Projeto de Código Civil na questão da boa-fé objetiva nos contratos”, in *Revista dos Tribunais*, v. 775, ano 89, maio de 2000, pp.11 e ss., especialmente pp. 15/16), sendo inteiramente aplicável ao sentido que lhe emprestarei no presente trabalho. Baseouse o citado professor em obra de Thomaz Kuhn, conhecido historiador das ciências (*A estrutura das revoluções científicas*, p. 262), que assim explicou o paradigma: “É uma espécie de modelo de problema e solução que os operadores de uma determinada área do conhecimento usam para as questões com que se defrontam”.

¹⁹ Sobre a notória inadequação de dar-se ao avanço tecnológico um caráter puramente maniqueísta, assim se manifestou Pierre Lévy (*Cibercultura*, São Paulo: Editora 34, 2ª reimpressão, 2001, p.11): “*Aqueles que denunciam a cibercultura hoje têm uma estranha semelhança com aqueles que desprezavam o rock nos anos 50 ou 60. O rock era anglo-americano, e se tornou uma indústria. Isso não impediu, contudo, de ser o porta-voz das aspirações de uma enorme parcela da juventude mundial. Também não impediu que muitos de nós nos divertíssemos ouvindo ou tocando juntos essa música. A música pop dos anos 70 deu uma consciência a uma ou duas gerações e contribuiu para o fim da Guerra do Vietnã. É bem verdade que nem o rock nem a música pop resolveram o problema da miséria ou da fome no mundo. Mas isso seria razão para ‘ser contra?’*” Em outra passagem dessa mesma obra (p.12) o citado autor assinalou: “*Não quero de forma alguma dar a impressão de que tudo o que é feito com as redes digitais seja ‘bom’. Isso seria tão absurdo quanto supor que todos os filmes sejam excelentes. Peço apenas que permaneçamos abertos, benevolentes, receptivos em relação à novidade. Que tentemos compreendê-la, pois a verdadeira questão não é ser contra ou a favor, mas sim reconhecer as mudanças qualitativas na ecologia dos signos, o ambiente inédito que resulta da extensão das novas redes de comunicação para a vida social e cultural. Apenas dessa forma seremos capazes de desenvolver estas novas tecnologias dentro de uma perspectiva humanista.”*

²⁰ Não deixa de ser curioso assinalar a previsão feita pelo nosso escritor Monteiro Lobato, num romance intitulado *O Presidente Negro*, ao imaginar, para o ano de 2228, numa espécie de antecipação profética, um sistema de comunicação semelhante ao correspondente da *internet* de hoje. Tal observação ganha relevo, a meu ver, pela circunstância de que o citado autor, não obstante o reconhecimento inquestionável de seu talento literário foi sempre apontado como homem de visão conservadora, tendo em vista a sua não adesão e contundente crítica (no ensaio intitulado *Mistificação ou Paranoia?*) ao Movimento Modernista de 1922, liderado pelos nossos grandes poetas Mário de Andrade e Oswald de Andrade. Tempos antes de Monteiro Lobato, porém – mais precisamente no ano de 1863 -, Júlio Verne escreveu, em sua obra *Paris no Século XX*, o seguinte (apud John MALONE, *O futuro ontem e hoje, de Júlio Verne a Bill Gates*, Rio de Janeiro: Ediouro, 1998, p. 2). “*A telegrafia fotográfica, inventada durante o último século por Giovanni Caselli de Florença, permitia a transmissão fac-símile de qualquer forma escrita ou ilustração, de manuscritos ou impressos, e as cartas de crédito ou contratos agora podiam ser assinados a uma distância de cinco mil léguas.*”

²¹ Cf. Revista trimestral de informação do Ministério das Relações Exteriores, intitulada *Label France*, n. 38, janeiro de 2000, p. 3.

²² *Digital*, no campo da informática, significa algo relativo aos valores binários, assim como em aritmética a mesma palavra denota *dígito* ou *número*. *Digitalizar*, então, nada mais é do que transformar os sinais do texto, imagens, sons e vídeo, em linguagem binária, vale dizer, num conjunto de zeros e uns, conforme ensinamento de Andrea Viviana Sarra (*Comercio electrónico y derecho*, Buenos Aires: Ed. Astea, 2000, p. 73). Já no âmbito da anatomia, *digital*, como se sabe, de origem muito mais antiga, deriva do latim *digitus*, que quer dizer dedo, das mãos ou dos pés. A *impressão digital*, destarte, designa o método de identificação que se utiliza da imagem obtida dos dedos. Penso que o esclarecimento – que há de parecer deveras rudimentar a muitos – deve ser necessariamente feito em razão do que já ouvi a respeito. Afinal de contas, como costume dizer muito amiúde, recordando o nosso saudoso Nelson Rodrigues, é preferível repetir o óbvio a elaborar sobre o abstruso...

²³ *Títulos e contratos eletrônicos*: o advento da Informática e seu impacto no mundo jurídico, publicado na obra coletiva *Direito e internet – aspectos jurídicos relevantes*, editados pela Edipro em convênio com o Instituto Brasileiro de Proteção e Defesa do Consumidor de *Internet* – IBCI, 1a. ed. São Paulo, 2000.

²⁴ Contra uma expressiva maioria, continuo a preferir a expressão *espaço cibernético* a *ciberespaço*, conforme já me manifestara em *Títulos e contratos eletrônicos...*, obra coletiva cit., p. 43, nota de rodapé n. 31. Sem embargo da ampla discussão possível no plano filológico, o fato é que a palavra *ciberespaço* nem era encontrada em nossos dicionários, constituindo-se, pois, num barbarismo. Já em inglês, *cyberspace* é termo dicionarizado e quer dizer *espaço cibernético*. Dizer-se que *ciber* poderia ser usado pelo fato de já existir, como prefixo de *Cibernética*, não aproveita em nada, porquanto essa última palavra deriva do grego, *Kubernetikê*, ou *piloto*, a mesma palavra grega da qual tenha sido derivada, talvez, a palavra *governador*. Não sendo *ciber* ou *cyber* propriamente um prefixo, quer em português, quer em inglês, o uso de *ciberespaço* ou de *cyberspace*, respectivamente, dependerá de sua adoção pela

ortografia oficial. Diz Norbert Wiener (*cibernética e sociedade, o uso humano de seres humanos*, tradução de José Paulo Paes, Editora Cultrix, São Paulo, s/d, p. 15) ter descoberto “casualmente, mais tarde, que a palavra já havia sido usada por Ampère com referência à ciência política e que fora inserida em outro contexto por um cientista polonês; ambos os usos datavam dos primórdios do século XIX”. Não obstante essa minha preferência, porém, estarei me utilizando no decorrer do trabalho e em eventuais traduções da palavra *ciberespaço*, exclusivamente pela circunstância de seu repetido uso entre nós.

²⁵ Cf. *Cibercultura*, cit., p. 21.

²⁶ Cf. Andrea Viviana SARRA, *Comércio eletrônico y derecho*, pp.15/16.

²⁷ Cf. Esther MORÓN, *Internet y derecho penal: 'hacking' y otras conductas ilícitas en la red*, in Revista de Derecho y Proceso Penal, p. 79.

²⁸ Cf. Nicholas NEGROPONTE. *A vida digital*. 2. ed. Tradução de Sérgio Tellaroli, São Paulo: Ed. Companhia das Letras, 2001, p.17.

²⁹ Pouco mais adiante (p. 11), esse autor explica que as coisas com as quais interagimos encontram-se, na verdade, apartadas, embora a nossa sensação seja de continuidade. E remata: “Final, este livro (um veículo bastante analógico) cerca de 1 000 000 000 000 000 000 000 000 de átomos” ou, simplesmente, para facilitar a nossa leitura, um septilião deles...

³⁰ Cf. *Um novo Direito para a nova Economia: os contratos eletrônicos e o Código Civil*, in Direito e Internet – Relações jurídicas na sociedade informatizada (obra coletiva coordenada por Marco Aurélio Greco e Ives Gandra da Silva Martins, São Paulo: Revista dos Tribunais, 2001, p. 9) e, posteriormente, in *O Direito Civil no Século XXI* (obra coletiva coordenada por Maria Helena Diniz e Roberto Senise Lisboa, São Paulo: Saraiva, 2003, pp.73 e ss.)

³¹ Cf. *Manual de derecho informático*, 3. ed. Pamplona: Aranzadi Editorial, 2001, pp. 187/188. Teresa Pasquino (Cf. *Comércio eletrônico na União Europeia (Mercado Telemático)*, tradução de Érica de Oliveira Hartmann, edição IBEJ – Programa de Pós-Graduação em Direito da UFPR, Curitiba, 2003, p. 49, pp.41 e ss.), em síntese feliz, diz que comércio eletrônico é “o conjunto de relações negociais que se instauram entre sujeitos por meio do uso de instrumentos informáticos e telemáticos”.

³² A palavra *internet* será utilizada, ao longo de presente artigo, sempre com o “i” minúsculo, como parece ser mais adequado. Assim me manifestei anteriormente sobre essa escolha (*Aspectos jurídicos da contratação informática e telemática*, São Paulo: Saraiva, 2003, p.13, nota de rodapé), fundado nas razões expostas pelo professor Le Tourneaux, citado por Christiane Féral-Schuhl, que ora me permito reproduzir: “Faut-il rappeler, avant de commencer, que le mot ‘internet’ n’est pas une marque, mais un nom générique qui, comme tel, doit recevoir un article (l’ internet) et point de majuscule comme le téléphone, le minitel, la radio, le telex, ou la télévision” (extrait de la revue Expertises, janvier, 1999, p. 419)”. Sendo vários os conceitos possíveis da palavra (rede das redes, meio ou técnica de comunicação à distância, conjunto de redes interconectadas, novo meio de consumo, conjunto de lugares, superautopista, “ampla reunião de rede de computadores cadeia de redes que convida à troca de diferentes tipos de dados e à prestação de serviços variados no mundo inteiro, a todas as pessoas equipadas de um computador munido de um modem” etc. etc.), força a conclusão de seu caráter polissêmico,

como bem anotado por Marco Antônio Zanellato (*Condutas Ilícitas na Sociedade Digital*, in Revista do Direito do Consumidor, n. 44, outubro-dezembro de 2002, p. 210). Como alguns desses seus vários sentidos apontados são extremamente assemelhados, poder-se-ia dizer que *internet* é um vocábulo *plurívoco analógico*.

³³ Cf. artigo intitulado *Aspectos legais do comércio eletrônico – contratos de adesão*, de Manoel J. Pereira dos Santos e Mariza Delapieve Rossi, in Revista de Direito do Consumidor, n. 36, outubro-dezembro de 2000, p. 105.

³⁴ Era escusado chamar a atenção, talvez, para essa distinção, tão clara ela se nos apresenta. Dizem os autores citados na nota de rodapé anterior (idem p. 109): “*Evidentemente, não se pode confundir o contrato eletrônico com o que se denomina de forma genérica por documento eletrônico, até porque o contrato, enquanto categoria jurídica, se distingue do instrumento documental, dos diversos atos preparatórios tendentes à sua formação e dos diversos atos operacionais destinados à sua execução.*” (grifos dos autores)

³⁵ www.ebitempresa.com.br (acessado em 14.09.2012)

³⁶ www.e-commerce.org.br (acessado em 14.09.2012)

³⁷ www.procon.sp.gov.br (acessado 14/09/2012)

³⁸ Estar-me-ei valendo fundamentalmente, no presente capítulo, da palestra proferida, originalmente, em espanhol, na Universidade Litorânea de Santa Fé, na Argentina, no dia 24 de agosto de 2001, intitulada *La protección del consumidor en el ámbito de la internet*.

³⁹ Marco Aurélio GRECO, *Internet e Direito*, São Paulo: Dialética, 2000, p.11.

⁴⁰ Emilio TOZI, Prime osservazioni sull'applicabilità della disciplina generale della tutela dei dati personali a Internet e al commercio elettronico, in *Il Diritto dell'informazione e dell'informatica*, 1999, pp. 591/607.

⁴¹ Cf. Elsa Dias de Oliveira, *A proteção dos consumidores nos contratos celebrados através da internet*, Ed. Almedina, Coimbra, 2002.

⁴² Cf. *Comercio Electrónico*, Buenos Aires: Abeledo-Perrot, 2001, pp. 218/219.

⁴³ Primeiramente em *Tratado de los Contratos*, Argentina, Santa Fé: Rubinzal-Culzoni Editores, abril de 2000, Tomo III, Capítulo LXVVII, *Informática, cyberlaw, e-commerce*, p. 833 (replicado no Brasil, em *Internet e Direito – aspectos jurídicos relevantes*, cit., pp. 419 e ss.) e, posteriormente, em *comercio electrónico*, cit., p.10.

⁴⁴ Marco Antônio Zanellato, entre nós (*Condutas Ilícitas na Sociedade Digital*, art. cit., pp. 214 e 215), chama a atenção para a “frequente insuficiência de informações essenciais ao consumidor por parte dos provedores de acesso, normalmente sobre a prestação do serviço ofertado, o preço do serviço, informações de ordem técnica sobre os produtos ou serviços etc.”, concluindo, com inteira razão, que “isso equivale a dizer que as ofertas de acesso à Internet carecem de *transparência*, que, no sistema positivo brasileiro, foi elevada à condição de um dos princípios basilares da defesa do consumidor (CDC, art. 4º, *caput*)”.

⁴⁵ Não obstante uma única áspera crítica que fiz ao anteprojeto da Comissão de Informática da OAB-SP, relativa aos arts. 33 e 34 no sentido de que somente a assinatura digital do Tabelião, lançada

em cópia eletrônica de documento físico original, teria o valor de autenticação – e que ficou superada tanto com a edição de Medida Provisória 2.200-2, criadora do ICP-Brasil, quanto pelo texto do Projeto atualmente em tramitação no Congresso Nacional – sempre defendi ardorosamente a edição de uma lei sobre comércio eletrônico no Brasil, a exemplo do que já ocorreu em outros países. Ao contrário do que sustentam muitos, aliás, não considero condenável a referida MP (ainda que, indubitavelmente, temas como a assinatura eletrônica e certificação digital não possam ser considerados *urgentes* em termos de competência legislativa...) tendo ela apresentado solução *técnica* que me pareceu plenamente acertada, apenas sendo insuficiente para o desenvolvimento global do comércio eletrônico, posto que restrita, exclusivamente, ao âmbito da assinatura digital e da certificação eletrônica. Seria muito interessante, a propósito, que se obtivesse consenso no sentido de um texto legal que abarcasse tanto o conteúdo das normas constantes da MP 2.200-2 quanto todos os demais aspectos fundamentais ao desenvolvimento do comércio eletrônico, tais como a edição de normas complementares à proteção ao consumidor, a responsabilidade dos provedores e assim por diante.

⁴⁶ V., no entanto, regras específicas no direito inglês, como o *Sale of Goods Act*, estabelecendo a possibilidade de o autor propor a ação em seu domicílio, por levar-se em consideração, no caso, o lugar onde a imperfeição terá sido descoberta.

⁴⁷ *Curso de direito comercial*, Saraiva, 2000, v. 3, p. 49.

⁴⁸ *Aspectos... cit.*, pp. 112/113.

Referências

- ASCARELLI, Túlio. *Obbligazioni pecuniarie*. Bolonha-Roma: Ed. Zanichelli e Foro Italiano, 1968.
- ASCENSÃO, José de Oliveira. *A sociedade da informação*, in *Direito da Sociedade da Informação*, v. I, Coimbra editora, 1999.
- AZEVEDO, Antonio Junqueira de. Insuficiências, deficiências e desatualização do Projeto de Código Civil na questão da boa-fé objetiva nos contratos, in *Revista dos Tribunais*, v. 775, ano 89, maio de 2000.
- COELHO, Fábio Ulhoa. *Curso de direito comercial*. São Paulo: Saraiva, 2002, v. 3.
- DAVARA RODRÍGUEZ, Miguel Ángel. *Manual de derecho informático*, 3º Pamplona: Aranzadi Editorial, 2001.
- DE LUCCA, Newton. Aspectos atuais da proteção aos consumidores no âmbito dos contratos informáticos e telemáticos, publicado no livro *Direito e Internet*, v. II, Aspectos jurídicos relevantes, São Paulo: Quartier Latin do Brasil, 2008.
- _____. Novas fronteiras dos contratos eletrônicos nos bancos, *Revista de Direito Bancário, do Mercado de Capitais e da Arbitragem*, ano 6, n. 21, julho/setembro de 2003. São Paulo: Revista dos Tribunais.
- _____. *Aspectos da responsabilidade civil no âmbito da internet*, in *Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo*, coordenadora Regina Beatriz Tavares da Silva, São Paulo: Saraiva – série GVLaw, 2009.

_____. *Títulos e contratos eletrônicos: o advento da informática e suas consequências para a pesquisa jurídica*, in *Direito e Internet*. 2. ed. São Paulo: Quartier Latin, 2004.

_____. *Títulos e contratos eletrônicos: o advento da informática e seu impacto no mundo jurídico*, publicado na obra coletiva *Direito e Internet – aspectos jurídicos relevantes*, editada pela Edipro em convênio com o Instituto Brasileiro de Proteção e Defesa do Consumidor de *Internet – IBCI*, 1ª ed. São Paulo, 2000.

_____. *Direito do consumidor – teoria geral da relação jurídica de consumo*. São Paulo: Quartier Latin, 2003.

_____. *Aspectos jurídicos da contratação informática e telemática*. São Paulo: Saraiva, 2003.

_____. Direito de arrependimento no âmbito do comércio eletrônico. *Revista da Academia Paulista de Direito*, coordenação Rogério Donnini e Celso Antonio Pacheco Fiorillo, 03, ano 2, jan./jun. 2012, São Paulo: Fiúza, 2012, pp.79 a 111.

FINKIELKRAUT, Alain. *Revista trimestral de informação do Ministério das Relações Exteriores*, intitulada Label France, n. 38, janeiro de 2000.

FONSECA, Eduardo Gianetti. *Felicidade*, São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

GRECO, Marco Aurélio. *Internet e direito*, São Paulo: Dialética, 2000.

GUSDORF, Georges. *A agonia da nossa civilização*, São Paulo: Convívio, 1978.

HABERMAS, Jurgen. A nova transparência. A crise do Estado do Bem-Estar Social e o esgotamento das energias utópicas (tradução de Carlos Alberto Marques Novaes), *Revista Novos Estudos*, n. 18, Cebrac, setembro de 1987.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*, São Paulo: Editora 34, 2ª reimpressão, 2001.

LORENZETTI, Ricardo Luis. *Comercio electrónico*. Buenos Aires: Abeledo-Perrot, 2001.

_____. *Informática, cyberlaw, e-commerce*. *Direito & Internet – aspectos jurídicos relevantes*, obra coletiva, São Paulo: Edipro, 2000.

LUÑO, Pérez. *Cibernética, informática y derecho – Un análisis metodológico*, Bolonia: Publicação do Real Colégio de España, 1976.

LYNCH, Daniel; LUNDQUIST, Leslie. *Dinheiro digital – o comércio na internet*, São Paulo: Campus, 1996.

MALONE, John. *O futuro ontem e hoje, de Júlio Verne a Bill Gates*, Rio de Janeiro: Ediouro, 1998.

MARQUES, Claudia Lima. Sociedade de informação e serviços bancários: primeiras observações, in *Revista de Direito do Consumidor*, n. 39, julho/setembro de 2001.

MORÓN, Esther. *Internet y derecho penal: ‘hacking’ y otras conductas ilícitas en la red*, in *Revista de Derecho y Proceso Penal*, n. 1, Pamplona: Arazandi Editorial, 1999,

MOSSET ITURRASPE, Jorge. Introducción al derecho del consumidor, *Revista de Derecho Privado y Comunitário*, n. 5.

NEGROPONTE, Nicholas. *A vida digital*. Tradução de Sérgio Tellaroli. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

OLIVEIRA, Elsa Dias de. *A proteção dos consumidores nos contratos celebrados através da internet*. Coimbra: Almedina, 2002.

PASQUINO, Teresa. *Comércio eletrônico na União Europeia (mercado telemático)*, tradução de Érica de Oliveira Hartmann, edição IBEJ – Programa de Pós-Graduação em Direito da UFPR, Curitiba, 2003, p. 49.

SANTOS, Manoel J. Pereira; ROSSI, Mariza Delapieve. Aspectos legais do comércio eletrônico – contratos de adesão, in *Revista de Direito do Consumidor*, n. 36, outubro-dezembro de 2000.

SARRA, Andrea Viviana. *Comercio electrónico y derecho – aspectos jurídicos de los negocios en internet*. Buenos Aires: Astea, 2000.

SPENGLER, Oswald. *O homem e a técnica* (tradução de João Botelho), 2. ed. Lisboa: Guimarães Editores, 1993.

TERCEIRO J.B. *Sociedade digital*, Madrid, 1996.

TOZI, Emilio. *Prime osservazioni sull'applicabilità della disciplina generale della tutela dei dati personali a Internet e al commercio elettronico*, in *Il Diritto dell'informazione e dell'informática*, 1999.

WALD, Arnaldo. A teoria da moeda de Tulio Ascarelli e suas repercussões no direito brasileiro. *Revista de Direito Mercantil*, n. 38, abril-junho/1980.

_____. *Um novo direito para a nova economia: os contratos eletrônicos e o Código Civil*, in *Direito e Internet – relações jurídicas na sociedade informatizada* (obra coletiva coordenada por Marco Aurélio Greco e Ives Gandra da Silva Martins, São Paulo: Revista dos Tribunais, 2001) e, in *O Direito Civil no Século XXI*, obra coletiva coordenada por Maria Helena Diniz e Roberto Senise Lisboa, São Paulo: Saraiva, 2003.

WIENER, Norbert. *Cibernética e sociedade, o uso de seres humanos*. Tradução de José Paulo Paes, São Paulo: Cultrix, s/d.

ZANELLATO, Marco Antônio. Condutas ilícitas na sociedade digital, in *Revista do Direito do Consumidor*, n. 44, outubro-dezembro de 2002.