

SUMÁRIO

1 – EVOLUÇÃO DO DIREITO CONTRATUAL	17
1.1 Origem da concepção clássica do contrato.....	18
1.2 Concepção moderna do contrato.....	24
1.3 Contratos eletrônicos na relação de consumo – Comércio eletrônico via <i>Internet</i>	30
1.3.1 O novo paradigma da confiança no contrato de consumo eletrônico	34
1.3.1.1 Dever de informação.....	37
1.3.1.2 Dever de confirmação “aviso de recebimento”, possibilitando a perenização do contrato.....	41
1.3.1.3 Dever de segurança	44
2 – FASE PRÉ-CONTRATUAL	49
2.1 Práticas comerciais.....	49
2.1.1 Direito à privacidade e sua violação pelos <i>Cookies</i> e <i>Spam</i>	53
2.1.2 Projetos de Lei sobre <i>spam</i>	60
2.2 Publicidade e oferta no Código de Defesa do Consumidor.....	64
2.2.1 Princípio da vinculação	65
2.2.1.1 Erro da oferta veiculada	67
2.2.1.2 O princípio de identificação da publicidade.....	68
2.2.1.3 Princípio da transparência	69
2.2.1.4 Princípio da veracidade da publicidade e princípio da não-abusividade da publicidade.....	70
2.2.1.5 Princípio da inversão do ônus da prova.....	75
2.2.1.6 Princípio da correção do desvio publicitário.....	76

3 – FORMAÇÃO DO CONTRATO DE CONSUMO ELETRÔNICO	77
3.1 Partes da relação de consumo.....	77
3.1.1 Consumidor.....	77
3.1.2 Fornecedor.....	82
3.1.2.1 Site de leilão virtual.....	82
3.1.2.2 Portal de comércio eletrônico.....	85
3.1.2.3 Loja virtual própria.....	85
3.2 Declaração da vontade eletrônica.....	88
3.2.1 Classificação – Declaração da vontade entre presentes e entre ausentes.....	88
3.2.2 Fixação do momento inicial da obrigatoriedade da oferta.....	90
3.2.3 A duração e a perda da força vinculante da oferta.....	91
3.2.4 Conclusão da fase pré-contratual – Aceitação.....	93
3.3 Lugar da celebração do contrato eletrônico.....	101
3.4 Direito de arrependimento.....	102
3.5 Meios de pagamento.....	109
CONCLUSÃO	111
REFERÊNCIAS	119
ÍNDICE ALFABÉTICO	129