

A APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO ELETRÔNICO

Bruna Domingos Rodrigues¹

Lyzia Sparano Menna Barreto Ferreira²

RESUMO

O objetivo primordial neste estudo é analisar a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor no comércio eletrônico, especialmente, no que diz respeito aos contratos eletrônicos e a responsabilização das publicidades contidas nessa modalidade de comércio. O estudo foi elaborado através de pesquisas bibliográficas, método de abordagem dedutivo; exploratória; observacional e descritiva. Como resultado verificou que embora não exista legislação específica nacional que regulamente o comércio eletrônico. A doutrina e as jurisprudências se baseiam em normas internacionais, no Código Civil e no Código de Defesa do Consumidor, para solucionar os conflitos que advêm de tal prática comercial.

Palavras-Chaves: Código de Defesa do Consumidor; Comércio Eletrônico.

ABSTRACT

The main objective of this study is to analyze the applicability of the Code of Consumer Protection in electronic commerce, especially with regard to electronic contracts and the accountability of the advertisements contained in this trade modality. The study was elaborated through bibliographical researches, method of deductive approach; exploratory; Observational and descriptive. As a result, it found that although there is no specific national legislation regulating electronic commerce. The doctrine and jurisprudence are based on international norms, the Civil Code and the Consumer Protection Code, to solve the conflicts that arise from such commercial practice.

Key- Words: Consumer protection code; E-commerce.

¹ Acadêmica do 10º Semestre Noturno do Curso de Direito pelo UNIVAG- Centro Universitário de Várzea Grande, e-mail: bruna_imb@live.com; Celular: (65) 9 9644-2269.

² Docente do Curso de Direito pelo UNIVAG- Centro Universitário de Várzea Grande, Pós Graduada em Direito Civil e Direito do Consumidor pela UGF/RJ- Universidade Gama Filho do Estado do Rio de Janeiro, e-mail: lyzia@terra.com.br; Celular: (65) 9 9231-8603.

1 INTRODUÇÃO

Verifica-se que com o passar dos anos os meios eletrônicos vem tomando espaço na vida da população. Com a expansão da acessibilidade, as pessoas cada dia mais se vêem mais necessitadas de utilizar a internet como meio de realizar as suas tarefas básicas diárias, sejam elas para comunicação, meio de trabalho e principalmente ao comércio virtual, ou seja, compra e venda de produtos e serviços.

Tal crescimento ocorre, pois, a população consumerista se vê diante da necessidade da busca pela praticidade, agilidade e conforto que tal modalidade oferece isto porque, o consumidor pode ver, escolher e comprar um produto a qualquer horário do dia, sem falar que o mesmo também pode realizar tal compra no conforto de sua residência, ou durante um longo expediente de trabalho.

Porém, no comércio eletrônico também existem desacordos contratuais ou práticas abusivas e enganosas entre fornecedores, fabricantes, vendedores e o consumidor/comprador, e que não possuem lei específica para amparar os direitos e deveres existentes no e-commerce.

Diante disto, o presente estudo serve para aprofundar o conhecimento acerca da matéria, e informar ao consumidor, que apesar de ainda não existir legislação específica nacional que regulamente o comércio eletrônico. A doutrina e as jurisprudências têm se baseado e utilizado normas internacionais, Código Civil brasileiro e o Código de Defesa do Consumidor para solucionar os conflitos que advém de tal pratica comercial.

2 CONSIDERAÇÕES ACERCA DA INTERNET E DO COMÉRCIO ELETRÔNICO

2.1 BREVE HISTÓRICO DO SURGIMENTO DA INTERNET

A internet surgiu durante a Guerra Fria, por volta dos anos 60, ela foi criada especialmente com objetivos militares, pois seria uma das maneiras em que as forças armadas poderiam manter comunicação caso houvesse ataques inimigos que ocasionassem a destruição dos métodos convencionais utilizados para se comunicarem.

Mais tarde entre as décadas de 70 e 80, a internet passou a ser utilizada também com fins acadêmicos, porém, somente a partir do ano de 1989 que ela veio

atingir o público em geral, com a criação de um protótipo da *Word Wide Web*³(*WWW*), conforme assegura Martins⁴:

pelo cientista Tim Berners-Lee e sua equipe, junto ao CERN (European Particle Physics Laboratory), em Genebra, objetivando encontrar um método mais simples e fácil de dividir informações entre os pesquisadores, chegando-se então ao padrão HTML, consistente no armazenamento de informações, de modo que os dados em várias formas (texto, imagem, som ou vídeo) fossem visualizados em um único arquivo conjuntamente, sob os padrões de hipertexto.

Expõe Correa⁵ que a *World Wide Web* é:

Uma convergência de concepções relativas à Grande Rede, utilização de um padrão universal, um protocolo, que permite ao acesso de qualquer computador ligado à rede ao hipertexto, procurando relacionar toda a informação despesa nela.

A partir de então a Internet passou a se expandir e se difundir rapidamente pelo mundo, o que acarretou a criação dos principais navegadores/ browsers (Internet Explorer e o Netscape Navigator) e provedores, contribuindo assim com o seu desenvolvimento

Atualmente se torna impossível nos imaginarmos sem tal meio de comunicação, pois, através dela podemos nos conectar com o mundo, proporcionando momentos de lazer, passatempo, ela é uma das principais ferramentas de trabalho e fonte de pesquisa no meio acadêmico, proporcionando praticidade e comodidade para todos que dela tira proveito.

2.2 A ORIGEM DO COMÉRCIO ELETRÔNICO

Os primeiros sinais de contratações eletrônicas se deram a partir dos anos 80, as quais tinham por base, o Eletronic Data Interchange (EDI), que de acordo com Martins⁶, consiste na:

³Em português: *Teia de Alcance Mundial*

⁴MARTINS, Guilherme Magalhães. **Formação dos contratos eletrônicos de consumo via Internet**. Rio de Janeiro: Forense, 2003. p. 34.

⁵CORREA, Gustavo Testa. **Aspectos jurídicos da internet**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2007. p.11.

⁶MARTINS, Guilherme Magalhães. **Formação dos contratos eletrônicos de consumo via internet**. Rio de Janeiro: Forense, 2003.p. 35

Realização de transações, mormente comerciais, de forma automatizada, através da troca de ordens normalizadas de compra e venda e pagamento de computador a computador, dentro de comunidades setoriais e geralmente através de redes fechadas, tais quais a VAN (Value-Added Networks), cujo uso, previamente pago, é proporcionado pelos correspondentes provedores de serviços.

Ou seja, se formaliza um contrato que era previamente pago, onde o mesmo permitia a troca de ordens comerciais, por meio de computadores programados para este fim, automatizando assim, seus sistemas de vendas e fornecimentos.

Com a difusão da internet os contratos eletrônicos deixam de serem consolidados apenas através das redes fechadas e passam a se consolidarem através de diferentes formas de comunicação virtual.

Assevera Andrade⁷ que:

O barateamento do custo dos computadores e a expansão da internet, que se tornou acessível a milhões de pessoas, são fatos que não passaram despercebidos pelo empresário, que, lançando mão de sua aguçada intuição para colocar seu produto ou serviço no mercado de consumo de forma a aumentar seu lucro, viu na internet um forte veículo para exercer sua atividade empresarial a um custo mais baixo que o do sistema tradicional, uma vez que poderia utilizar a grande rede de computadores para fazer negócios sem a necessidade de aumentar sua estrutura física e, principalmente, seu custo operacional. No início, a rede interessou somente a pequenos empresários, passando eles a usar este poderoso instrumento de comunicação que, pouco a pouco, avolumou-se e passou a chamar a atenção dos grandes conglomerados econômicos.

De acordo com Canut⁸, o comércio eletrônico atual, vem sendo a atividade mais atrativa e visada no ciberespaço:

O comércio eletrônico, por possibilitar que ofertas, informações e até produtos (digitais) estejam disponíveis em qualquer parte do globo, instantaneamente, vinte e quatro horas por dia, durante todos os dias do ano, tem crescido de forma rápida e avassaladora.

Diante do surgimento desta nova modalidade de comércio, Correa assevera ser necessária:⁹

⁷ANDRADE, Ronaldo Alves de. **Contrato eletrônico no novo Código Civil e no Código do Consumidor**. Barueri, SP: Manole, 2004, p. 14.

⁸CANUT, Letícia. **Proteção do Consumidor no comércio eletrônico**. Curitiba: Juruá, 2007. p. 133.

⁹CORREA, Gustavo Testa. **Aspectos jurídicos da internet**. p. 41.

A criação de uma nova lei comercial objetivando a modificação, transferência e distribuição de softwares, produtos multimídia interativos, bens materiais, dados e base de dados de computadores, através da internet ou outro meio semelhante contribuindo para a facilitação da realização do comércio eletrônico, em todo o seu potencial, e para a uniformização legal brasileira.

2.3 OS CONTRATOS NO COMÉRCIO ELETRÔNICO

Com a expansão da Internet, as empresas, atraídas pelas vantagens que vinham sendo proporcionadas por tal meio comercial, se viram diante da necessidade de se reinventarem criando novas formas para realização de seus negócios, contribuindo assim, para o surgimento do e-commerce, ou comércio eletrônico.

Nos expores de Diniz¹⁰, o contrato eletrônico “é uma modalidade de negócio à distância ou entre ausentes, efetivando-se via Internet por meio de instrumento eletrônico, no qual está consignado o consenso das partes contratantes”.

Do mesmo modo, Canut¹¹ o define como: “o negócio jurídico entre duas ou mais pessoas para entre si criar, modificar ou extinguir um vínculo jurídico, de natureza patrimonial, diante de declarações de vontade manifestadas por meio de internet.”

Assim, a expressão ‘comércio eletrônico’ é aplicada apenas para tratar das relações firmadas em ambiente virtual, ou seja, entre computadores ligados à rede.

Nesse sentido, Andrade¹² alerta que o contrato eletrônico:

Não desponta como nova figura contratual e tampouco configura contrato inominado como são os de *leasing*, de provimento de acesso, de *scroll* ou de *engineering*. Trata-se [...] de nova forma de realizar um contrato. Assim, o contrato eletrônico pode encerrar desde uma prosaica locação até um intrincado contrato de fusão entre duas empresas, todavia trata-se de meio especial de formação de contrato, que por isso merece tratamento especial.

Quanto à forma que se dá o comércio eletrônico, Leal¹³ em sua obra cita duas modalidades, quais sejam:

¹⁰DINIZ, Maria Helena. **Curso de direito civil brasileiro, 3º volume**. p. 751.

¹¹CANUT, Leticia. **Proteção do consumidor no comércio eletrônico**. p. 136.

¹²ANDRADE, Ronaldo Alves de. **Contrato eletrônico no novo Código Civil e no Código do Consumidor**. p. 17.

¹³LEAL, Sheila do Rocio Cercal Santos. **Contratos Eletrônicos**. p. 34.

Direto e indireto. No primeiro, o direto, dá-se a encomenda, pagamento e entrega direta (*online*), de bens incorpóreos e serviços, como programas de computador, sistemas de segurança eletrônica, conteúdo de diversão, serviços de informação e outros. No segundo – comércio indireto –, opera-se a encomenda de bens a serem entregues fisicamente pelos meios tradicionais de postagem e transporte.

Segundo Martins¹⁴, a formação do contrato:

Depende da correspondência de ditos comportamentos e atos humanos em face do preceituado pelo ordenamento jurídico, de modo a satisfazer o interesse geral da certeza das relações jurídicas, e que permitem a individualização no momento em que o contrato é concluído.

Quanto à sua classificação, adverte-se que até o momento não existe legislação específica que regulamente o e-commerce, entretanto esta ausência não impede sua validade. Pois como já exposto, os contratos eletrônicos não instituem um novo tipo contratual, mas sim, apenas um novo meio de formalização contratual.

Diante do exposto, e no que concerne a natureza jurídica dos contratos eletrônicos, Andrade¹⁵ acrescenta:

O contrato eletrônico não tem um perfil ou natureza jurídica distinta da dos contratos em geral. Não se trata de nova espécie não tipificada de contratos, como são os de leasing, de franquia, de cartão de crédito etc. Em verdade, é tão-somente um novo e atual meio de se efetivar um contrato, cuja instrumentação pode ser aportada em mídia eletrônica.

Deste modo, significa dizer, que negócios jurídicos como a compra e venda ou até mesmo a locação, pode ser instrumentada através dos contratos eletrônicos.

Quanto à classificação, observa-se, a sistemática adotada por Barbagalo¹⁶, 'levando em consideração o grau de interação entre o homem e a máquina, classificando os contratos eletrônicos em três modalidades: Inter sistêmicos, interpessoais e interativos'.

Os contratos eletrônicos ainda não possuem legislação específica no direito pátrio, porém apesar dessa lacuna, que não prevê tal modalidade de comércio, não há que se falar em impedimento na formação dos contratos eletrônicos, contudo, para que tenham validade jurídica e surtam os efeitos pretendidos, é necessário que estejam presentes alguns elementos.

¹⁴MARTINS, Guilherme Magalhães. **Formação dos contratos eletrônicos de consumo via internet**. P. 123.

¹⁵ANDRADE, Ronaldo Alves de. **Contrato eletrônico**. p. 31.

¹⁶BARBAGALO, Erica Brandini. **Contratos eletrônicos**: contratos formados por meio de redes de computadores. – São Paulo: Saraiva, 2001. p. 50.

Assim na esfera dos contratos celebrados através de computadores a norma contida no Código Civil pode ser perfeitamente aplicável.¹⁷

Pois, segundo Andrade¹⁸, é possível tal aplicação, senão vejamos:

A formação do contrato eletrônico não difere dos demais contratos; dá-se como em todo negócio jurídico, ou seja, pela convergência da manifestação de vontade das partes. A única distinção reside na maneira como a vontade é manifestada, uma vez que no contrato eletrônico a vontade dos contratantes é exteriorizada por meio de um instrumento tecnológico de informática e transmitida de um computador a outro, de modo que a vontade de contratar, tanto do polícitante – quem faz a proposta de contratar – como do oblato – a quem é dirigida a proposta de contratar –, não é transmitida diretamente à outra parte contratante, mas por um computador.

No mesmo sentido, Barbagalo¹⁹ esclarece:

Os contratos eletrônicos, assim como quaisquer contratos, precisam ter presentes os requisitos que lhes asseguram a validade, como capacidade e legitimação da partes, objeto idôneo e licitude do objeto, forma prescrita ou não defesa em lei e consentimento.

Ou seja, para a plena validade dos contratos, devem estar presentes os elementos de validade para os contratos em geral.

2.3 A APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO ELETRÔNICO

Em 11 de setembro de 1990 foi promulgada a Lei nº. 8.078, o Código de Defesa do Consumidor, com a finalidade de diminuir a diferença existente entre o fornecedor e o consumidor, deixando o consumidor menos vulnerável, colocando-o em igualdade de condições para com o fornecedor.

Sendo natural que existam conflitos no comercio virtual, já que nos vemos diante de tantas transações realizadas via Internet, nos vemos diante da duvida, se o e-commerce é amparado pelo Código de Defesa do Consumidor, Lei 8.078/90.

A esse respeito, Andrade²⁰ afirma:

¹⁷DIAS, Jean Carlos. **Direito contratual no ambiente virtual**: De acordo com o novo Código Civil. 2. ed. Curitiba : Juruá, 2004. p. 76

¹⁸ANDRADE, Ronaldo Alves de. **Contrato eletrônico no novo Código Civil e no Código do Consumidor**. p. 32.

¹⁹BARBAGALO, Erica Brandini. **Contratos eletrônicos**. p. 39.

²⁰ANDRADE, Ronaldo Alves de. **Contrato eletrônico no novo Código Civil e no Código do Consumidor**. p. 121.

Evidentemente, à forma eletrônica de contratar aplicam-se todas as regras do Código de Defesa do Consumidor que outorgam proteção contratual ao consumidor. Dessarte, quanto ao conteúdo do contrato, essa forma de contratar, não maioria dos casos, impõe um contrato de adesão em que o fornecedor dispõe de um modelo no qual já se encontram embutidas as condições gerais dos contratos, que terão vida com a realização deste, cabendo ao consumidor somente aderir. No caso do contrato eletrônico em que a maioria dos negócios jurídicos são celebrados entre o consumidor e um computador do fornecedor, será ele sempre por adesão e observadas as condições gerais impostas pelo fornecedor.

De acordo com Alves;(2008, p.81):

O CDC incide em toda relação que puder ser caracterizada como de consumo. Insta, portanto, que estabeleçamos em que hipóteses a relação jurídica pode ser assim definida.

Submeter-se-ão ao âmbito de aplicação das normas do Código de Defesa do Consumidor brasileiro todas as relações de consumo envolvendo consumidor e fornecedor de bens ou serviços. A inexistência de uma norma do âmbito de aplicação das normas consumeristas e, na eventualidade da falta de alcance destas normas, da função integradora do Código Civil, ou se for o caso, da legislação constitucional. No CDC, os parâmetros de Boa-fé e transparência a serem seguidos obrigatoriamente no sistema brasileiro têm inspiração na lei francesa subdividindo o Código em normas especiais para a tutela de contratos de adesão e normas gerais aplicáveis às cláusulas abusivas, estejam elas inseridas em um contrato de adesão ou em qualquer outro tipo de contratos, paritários ou não. O paradigma da desigualdade nas relações de consumo traduz-se, portanto, em normas de ordem pública.

Para o professor Filomeno (2011), mesmo o código de defesa do consumidor existindo há mais de 20 anos, o mesmo já havia previsto este tipo do comércio:

Todavia, lembraríamos, neste passo, que o próprio Código de Defesa do Consumidor considera, evidentemente, essa nova forma de comércio, que, como já visto, fora previsto 20 anos atrás. Tanto assim que, em seus artigos 46 e 49, respectivamente, enunciam que: “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; Art. 49 –O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio”. Parágrafo único –Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados”.

Portanto, as relações de consumo que advêm do comércio eletrônico são legalmente amparadas pelo Código de Defesa do Consumidor, não somente por estarem amparadas por renomados doutrinadores, mas também por este já ser o

entendimento de diversos juristas brasileiros, conforme pode se ver nas jurisprudências a seguir:

DIREITO DO CONSUMIDOR. COMÉRCIO ELETRÔNICO. extravio de MERCADORIA. PRESTAÇÃO DE SERVIÇO. DEFEITO. FORNECEDOR. RESPONSABILIDADE objetiva. DANO MORAL CONFIGURADO.

I - Dispõe o art. 14, § 3º, do Código de Defesa do Consumidor que o fornecedor só não será responsabilizado quando provar que, tendo prestado o serviço, o defeito inexiste ou que haja culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro. II - Considerando que o serviço de transporte da mercadoria integra o contrato de compra e venda entabulado entre as partes, cabia à ré se certificar da idoneidade da empresa contratada e do andamento da transação. Assim, não há que se falar em culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro. III - Na concepção moderna da responsabilidade por dano moral prevalece a orientação de que a responsabilização do agente se opera por força do simples fato da violação, de modo a tornar-se desnecessária a prova do prejuízo em concreto. IV - Negou-se provimento ao recurso.

(TJ-DF - APC: 20140610078025, Relator: JOSÉ DIVINO DE OLIVEIRA, Data de Julgamento: 08/07/2015, 6ª Turma Cível, Data de Publicação: Publicado no DJE : 21/07/2015 . Pág.: 202)

Em outra decisão do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro verifica-se também, que foi aplicado o Código de Defesa do consumidor para sanear o conflito existente em uma relação de consumo:

PRIMEIRA TURMA DO CONSELHO RECURSAL DOS JUIZADOS ESPECIAIS CÍVEIS AUTOS nº 0009295-29.2014.8.19.0208 RECORRENTE: FRANCISCO JOVIANO DA SILVA RECORRIDO: WMB COMÉRCIO ELETRONICO LTDA. - WALMART VOTO

Alegação do autor de que, através do site da ré, tomou conhecimento da oferta de um computador pelo preço de R\$ 580,00. Narra que, como o produto não foi entregue, entrou em contato com a ré e esta informou que havia cancelado a venda tendo enviado um cupom de desconto de 30% em qualquer mercadoria. Salieta que, como forma de evitar judicialmente a ré, postou no site Reclame Aqui a situação e, em resposta, a ré alegou que teria havido erro publicitário e que o valor correto do produto seria de R\$ 2.398,00. Em contestação, o réu sustentou que cancelou todos os pedidos de compra, não havendo sequer cobrança nas faturas dos cartões. Salieta tratar-se de erro grosseiro em relação ao preço. Destacou que o valor anunciado não equivale sequer a 1/4 do valor do bem, sendo flagrantemente inferior a média do mercado. Ressaltou que, nesse casos, o cumprimento da oferta é inexigível. O projeto de sentença homologado por Juiz Togado foi de improcedência. Recurso interposto pelo autor reiterando as teses ventiladas na inicial. Contrarrazões prestigiando o julgado. É O RELATÓRIO. VOTO. Relação de consumo, sendo aplicável o Código de Defesa do Consumidor (CDC). A ré, ora recorrida, é fornecedora de produtos e serviços, enquadrando-se nas disposições do artigo 3º e seus parágrafos do Código de Defesa do Consumidor. Questão já conhecida da Turma, cuja composição anterior entendia pela improcedência. Composição atual que, no entanto, possui o entendimento de que a oferta vinculou a fornecedora do produto cabendo a esta, por conseguinte, arcar com as consequências advindas do equívoco. Responsabilidade da ré de fazer a entrega dos produtos adquiridos por meio eletrônico, com espeque nos arts.

30, 31 e 48 do CDC considerando a oferta realizada ao consumidor no site da empresa e a confirmação do pedido do mesmo. Dever de entrega do produto mediante o pagamento do valor ofertado de R\$ 580,00. Dano moral evidenciado pelo desgaste decorrente de situação que poderia ter sido composta administrativamente. Valor que deve atender a razoabilidade, levar em conta as consequências advindas ao recorrente e, por outro lado, não gerar enriquecimento sem causa do consumidor. Arbitramento da indenização em R\$ 1.000,00. Conhecimento e provimento parcial do recurso. PELO EXPOSTO, VOTO PELO CONHECIMENTO e PROVIMENTO DO RECURSO PARA: 1) CONDENAR A RÉ A CUMPRIR A OFERTA DE ENTREGA DO COMPUTADOR INFORMADO NA INICIAL MEDIANTE O PAGAMENTO, PELO RECORRENTE, DO VALOR DE R\$ 580,00; 2) CONDENAR A RÉ AO PAGAMENTO DE R\$ 1.000,00, a título de dano moral, acrescidos de correção monetária e dos juros de 1% ao mês a contar da data da publicação do acórdão. SEM HONORÁRIOS POR SE TRATAR DE RECURSO COM ÊXITO. RENATA GUARINO MARTINS Juíza Relatora

(TJ-RJ - RI: 00092952920148190208 RJ 0009295-29.2014.8.19.0208, Relator: RENATA GUARINO MARTINS, Primeira Turma Recursal, Data de Publicação: 02/07/2015 00:00)

Portanto conclui-se que apesar de não haver legislação específica que trate do comércio eletrônico, ele está legalmente amparado pelo Código de Defesa do Consumidor, quando se tratar de desigualdade entre fornecedor e consumidor, ampara-se também pelo Código Civil o que concerne sobre Contratos, e é entendimento majoritário de diversos doutrinadores e juristas.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Houve grande avanço nos meios de informação e de comunicação que resultou na revolução das formas de organização e relacionamento da coletividade. A Internet possibilitou a ampliação da comunicação, do compartilhamento de informações e a inovação nas formas de negociações.

Contudo o Direito não acompanhou tal avanço, o que impõem aos operadores do Direito e aos doutrinadores indicarem soluções adequadas para suprir a falta de legislação específica, preenchendo as lacunas existentes, e assim regular o e-commerce, ou seja, os negócios concretizados por meio da Internet.

Como se pode ver no presente artigo, o contrato eletrônico não é uma nova modalidade de contrato, mas sim um novo meio de formalizar o contrato.

Verificou-se também, que aos contratos eletrônicos se aplicam as normas e princípios gerais do direito contratual tradicional, previstas em lei e tratadas pela doutrina, se adequando ao caso específico e a necessidade do meio virtual, assim,

sempre que presentes os elementos objetivos e subjetivos previstos no direito contratual tradicional, o contrato eletrônico terá, validade jurídica.

Quanto à aplicação do Código de Defesa do Consumidor no Comércio Eletrônico, ficou demonstrado que a posição doutrinária é unânime a respeito, e opta pela sua aplicabilidade, pois, o consumidor não tem permissão de alterar ou discutir os termos que são previamente estabelecidos, o tornando vulnerável nas relações de consumo, razão pela qual o Código de Defesa do Consumidor é aplicável, para garantir assim, igualdade de direitos entre o fornecedor/ vendedor e o consumidor.

Por fim, observa-se que os contratos eletrônicos devem ser analisados de forma cuidadosa, aplicando, sempre que possível, teorias do Direito contratual tradicional e teorias mais modernas, tais como o Código Civil e o Código de Defesa do Consumidor em especial, até que se tenha legislação específica acerca dos contratos eletrônicos e do e-commerce.

4 REFERÊNCIAS

ANDRADE, Ronaldo Alves de. **Contrato eletrônico no novo Código Civil e no Código do Consumidor**. Barueri, SP: Manole, 2004.

ALVES, Paulo Antonio Nevares; ALVES, Priscila Pacheco Nevares, **Implicações Jurídicas do Comércio Eletrônico no Brasil**. 1.^a ed, Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008.

BARBAGALO, Erica Brandini. **Contratos eletrônicos**: contratos formados por meio de redes de computadores. – São Paulo: Saraiva, 2001.

BENJAMIN, Antônio Herman V., MARQUES, Claudia Lima Marques, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 2^a Edição, São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009.

BRASIL, **CÓDIGO CIVIL. LEI Nº 10.406, DE 10 DE JANEIRO DE 2002**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406.htm

BRASIL, **CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. Lei Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm

CANUT, Letícia. **Proteção do Consumidor no comércio eletrônico**. Curitiba: Juruá, 2007.

CORREA, Gustavo Testa. **Aspectos jurídicos da internet**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

COSTA, Judith-Martins. **A boa-fé no direito privado: sistema e tópica no processo obrigacional** – 1ª Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2000.

DE LUCCA, Newton. **Aspectos jurídicos da contratação informática e telemática** – São Paulo: Saraiva, 2003.

DIAS, Jean Carlos. **Direito contratual no ambiente virtual: De acordo com o novo Código Civil**. 2. ed. Curitiba : Juruá, 2004.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de direito civil brasileiro, 3º volume: teoria das obrigações contratuais e extracontratuais**. 23. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Atualidade do direito do consumidor no Brasil: 20 anos do código de defesa do consumidor, conquistas e novos desafios**.

CognitioJuris, João Pessoa, Ano I, Número 1, abril 2011.

Disponível em: <<http://www.cognitiojuris.com/artigos/01/01.html>>

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

LORENZETTI, Ricardo Luís. **A dogmática do contrato eletrônico. In: Direito & Internet – Aspectos Jurídicos Relevantes** (Vol.II) – São Paulo: Quartier Latin do Brasil, 2008.

MARTINS, Guilherme Magalhães. **Formação dos contratos eletrônicos de consumo via Internet**. Rio de Janeiro: Forense, 2003.

MARQUES, Claudia Lima. **Proposta de uma teoria geral dos serviços com base no Código de Defesa do Consumidor**. Revista de Direito do Consumidor. São Paulo, v. 33, 2000.

NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor: Direito Material** (arts. 1º a 54). São Paulo: Saraiva, 2000.