

**DO PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA NOS CONTRATOS ELETRÔNICOS E O
DECRETO N.º 7.962, DE 15 DE MARÇO DE 2013**

**THE PRINCIPLE OF OBJECTIVE GOOD FAITH ELECTRONIC CONTRACTS
AND DECREE N.º 7.962, TO MARCH 15, 2013**

·Ana Karina de Andrade Alves Sanfelice

RESUMO

O presente artigo tem como temática central o estudo do princípio da boa-fé objetiva nos contratos eletrônicos, bem como as implicações deste fenômeno contratual, característico de uma sociedade moderna, na seara jurídica, analisando-se, inclusive, as novas regras do Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013. Como problemática da questão aludida, o estudo irá analisar os riscos que este tipo de contrato pode criar para os consumidores virtuais, cujo princípio da boa-fé objetiva e referido Decreto podem atuar como limitadores da autonomia privada e garantidores da proteção à parte hipossuficiente e vulnerável desta relação. E tem, ainda, como objetivo a demonstração da importância da análise deste modelo de contrato contemporâneo ante a aplicação de princípios e da nova norma editada. Para tanto, faz-se necessária uma abordagem acerca da formação dos contratos eletrônicos, assim como da evolução histórica do princípio da boa-fé objetiva e a sua função no Direito Privado.

PALAVRAS-CHAVE: Direito do Consumidor; Contratos eletrônicos; Boa-fé objetiva; Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013.

ABSTRACT

The present article has as main theme the study of the principle of objective good faith in electronic contracts, as well as the implications of this contractual phenomenon, distinctive of a modern society, on the juridical field, analyzing, also, the new rules of the Decree n. 7.962m of March 15, 2013. As an issue of the alluded question, the study will analyze the risks this kind of contract can create to virtual consumers, whose principle of objective good faith and the referred decree can act as limiters of the private autonomy and guarantors of the protection to the disadvantaged and vulnerable party of this relation. And it has, still, as an

·Aluna de Pós-graduação *stricto sensu* do programa de Mestrado em Direito Negocial da Universidade Estadual de Londrina – UEL. Bolsista CAPES. Aluna Pós-graduação *lato sensu* em Direito Civil e Processo Civil - ana-ka@uol.com.br.

objective the demonstration of the importance of the analysis of this model of contemporary contract in face of the application of principles and the new published rule. For this purpose, it is necessary to address about the formation of electronic contracts, as well as the historical evolution of the principle of objective good faith and its role in Private Law.

KEYWORDS: Consumer Rights; Electronic contracts; Objective good faith; Decree n. 7.962, of March 15, 2013.

INTRODUÇÃO

É certo que a evolução da sociedade tem ocorrido muito rapidamente em todos seus aspectos, e que o Direito está sempre um passo atrás dessa dinâmica da vida.

O ordenamento jurídico brasileiro passou, nas últimas décadas, por grandes mudanças. Viu-se a transposição de um Estado que não intervia no direito privado para um intervencionista, que por meio do dirigismo contratual e da ordem pública, passou a limitar o princípio da autonomia da vontade, até então, cerne das relações contratuais. O advento da Constituição Federal de 1988 promoveu a constitucionalização do Código Civil, que deixou de ser um sistema único e concentrado para dirimir as questões contratuais, e passou a se submeter aos princípios e garantias fundamentais, principalmente o da dignidade da pessoa humana.

Houve, então, uma readequação do princípio da boa-fé objetiva, sempre presente em nosso sistema, mas que só foi previsto, expressamente, no Código de Defesa do Consumidor, em 1990, e no Código Civil de 2002.

Na sociedade moderna atual, o crescente avanço tecnológico tem proporcionado aos consumidores, por meio do comércio eletrônico, uma nova modalidade de consumo dos mais variados tipos de serviços e produtos. No entanto, esta nova forma de contratar cria uma certa vulnerabilidade, pois se desconhece com quem de fato está se contratando. Diante desta realidade, nasce a necessidade de uma revisão dos princípios contratuais clássicos, de forma que se adaptem aos negócios virtuais, bem como a criação de normas que venham a regular especificamente esse fenômeno consumerista, com o intuito de sanar as lacunas nesta seara.

Neste sentido, o princípio da boa-fé objetiva atua como cânone hermenêutico-integrativo limitador da autonomia da vontade, uma vez que estabelece o respeito aos interesses legítimos das partes, que devem agir com lealdade e vontade para o real cumprimento do que foi avençado no acordo. E ainda, recentemente editado, o Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013, visa regulamentar o Código de Defesa do Consumidor no

tocante às contratações no comércio eletrônico, instituindo obrigações acessórias às empresas e aos empresários que exploram o fornecimento de produtos e serviços por este meio.

Portanto, a incidência do princípio da boa-fé objetiva, norteador dos contratos de consumo, expressamente consagrado no artigo 4º, III e no artigo 51, IV, do Código de Defesa do Consumidor, bem como a edição do referido Decreto têm a função de ajustar o sistema, proporcionando ao aplicador, no caso concreto, uma adequação da sua decisão, fazendo com que a tutela expresse a normatividade constitucional, reconhecendo, assim, a dignidade da pessoa humana.

Nos últimos anos surgiram novos paradigmas de negócios jurídicos, como os contratos de adesão, os de biotecnologia e os de comércio virtual, cuja prática recorre à teoria do diálogo das fontes como substituto dos tradicionais critérios de solução das antinomias jurídicas.

Partindo-se da premissa de que o Direito sofre constantes mutações tanto no mundo dos fatos, quanto no mundo dos valores, é preciso que não se reduza esse complexo mundo jurídico a fórmulas milagrosas, que têm a pretensão de se mudar o meio por critérios simples, sem se adentrar no universo em que ele está envolvido.

Diante dessa nova realidade, no Direito Negocial, revela-se cada vez mais necessário a hermenêutica e a epistemologia jurídica dos contratos contemporâneos, especialmente os eletrônicos, para tentar suprir, na medida do possível, as lacunas que existem em função, principalmente, das frequentes transformações dos hábitos consumeristas, analisando o papel do princípio da boa-fé objetiva; bem como para garantir a aplicabilidade e eficácia do recém editado Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013, que passou a regulamentar os pactos virtuais.

A fundamentação teórica do presente artigo abrangerá a hermenêutica e a análise dos contratos eletrônicos e, sobretudo, do princípio da boa-fé objetiva, seguindo os ensinamentos de Judith Martins Costa, Cláudia Lima Marques e Geraldo Frazão de Aquino Júnior. O texto se fundamenta, ainda, num breve estudo sobre as diretrizes do Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013, e complementarmente, outros estudos pertinentes sobre o tema poderão ser incorporados ao trabalho proposto, como pesquisas na Internet. A metodologia escolhida foi o método histórico e o dedutivo para se traçar um panorama geral do assunto apresentado, de forma que o artigo consiga vislumbrar saídas para o consumidor encontrar respaldos concretos no transcorrer deste tipo de negócio jurídico.

Sendo assim, no desenvolver deste trabalho, pretende-se, por meio de estudos teóricos, trazer outras visões sobre a seara dos contratos eletrônicos, colaborando para a

efetivação dos preceitos constitucionais fundamentais.

1 DOS CONTRATOS ELETRÔNICOS

1.1 FORMAÇÃO DOS CONTRATOS ELETRÔNICOS

Num mundo cada vez mais globalizado e de rápidas inovações tecnológicas, o fenômeno da internet contribuiu sobremaneira para as mudanças nas relações sociais e, conseqüentemente, jurídicas, trazendo novas formas de interagir, econômica ou socialmente.

Com o advento da internet, o acesso ao mundo, por meio de sites, passou a ser possível com apenas um clique. E esta facilidade, propiciou também, um estreitamento das relações negociais, nas quais o consumidor passou a dispor de uma certa comodidade para pesquisar variedades de preços, produtos e fornecedores e, ainda, realizar uma compra sem sair de casa.

Ao analisar este fenômeno MARQUES conclui que:

Efetivamente, desde a década de 90, há um espaço novo de comércio com os consumidores, que é a internet, as redes eletrônicas e de telecomunicação de massa. Trata-se do denominado “comércio eletrônico”, comércio entre fornecedores e consumidores realizados através de contratações a distância, que são conduzidas por meios eletrônicos (*e-mail* etc.), por internet (*on line*) ou por meio de telecomunicações de massa (*telemarketing*, TV, TV a cabo etc.), sem a presença física simultânea dos dois contratantes no mesmo lugar (e sim a distância).¹ (MARQUES, 2011, p. 113).

¹ Em nota, MARQUES esclarece : “Como ensina Steckler, p. 278, os meios usados para esta contratação a distância podem ser o telefone (com pessoas ou gravações, *voice-mail*, *audiotexte* etc.), rádio ou telefone com imagens, videotexto, microcomputadores, televisão, com teclado ou tela de contato, *e-mail*, telefax, *teleshopping* e outras técnicas semelhantes.

Note-se que a Lei Modelo da Uncitral para o comércio eletrônico (Uncitral Model Law on Electronic Commerce), que é voltada para o comércio internacional e interempresários, tanto que sua nota de rodapé 1 explicita que as normas previstas não revogam ou atingem qualquer norma visando a proteção dos consumidores. (“*This Law does not override any rule of law intended for the protection of consumers*”), define em seu artigo 2o, que o comércio eletrônico tem como base a transferência de computador para computador (EDI) de informações usando um código *standard* para estruturar a informação (“*Art. 2o, b – ‘Electronic data interchange – EDI’ means the electronic transfer from computer to computer of information using an agreed standard to structure the information*”) e que os dados transferidos são informações geradas, enviadas, recebidas ou guardadas em forma ou meio eletrônico, óptico ou similar (“*Art. 2o, a – ‘Data message’ means informations generated, sent, received or stored by electronic, optical or similar means including, but not limited to, electronic data interchange (EDI), electronic mail, telegrama, telex or telecopy*”) – veja *Law Commission, part one*, p. 139 e 140.

Elementos retirados da Diretiva 97/7/CE, de 20.05.1997, sobre contratação a distância, e dos comentários de Reich/Nordhausen, p. 36, sobre o que denominaram colocação eletrônica a distância de produtos e serviços (*elektronische Fernabsatz*). (MARQUES, 2011, p. 113).

Essas transformações tecnológicas repercutiram efeitos na seara jurídica ao se criar um novo paradigma contratual: o contrato eletrônico, ou seja, aquele oriundo de negócios virtuais, também denominados comércio eletrônico. Todavia, diz-se “novo paradigma contratual” tão somente para designar os meios em que esses contratos se concretizam, que tanto podem ser eletrônicos, contratados por internet, ou como também por televisão e telefone, e não por se tratar de um novo modelo contratual especificamente, uma vez que se caracterizam como contratos típicos, tradicionais.

Dentre as implicações jurídicas deste tipo de relação de consumo pós-moderna, estão aquelas relacionadas ao direito privado, especialmente ao Direito do Consumidor, uma vez que o consumidor virtual reveste-se do manto da vulnerabilidade e necessita, portanto, de uma revisão dos tradicionais princípios protetivos, como o da boa-fé objetiva, de forma que este passe a atuar como limitador da autonomia da vontade.

Para AQUINO JÚNIOR:

O fenômeno da internet, caracterizado pela interatividade e que permite a comunicação em tempo real e a desterritorialização das relações jurídicas, influencia conceitos e regras jurídicas, em especial no campo de defesa do consumidor. (AQUINO JÚNIOR, 2012, p. 105.)

Assim, ao Direito do Consumidor cabe o desafio de garantir o equilíbrio entre a parte hipossuficiente e o fornecedor despersonalizado, superando as dificuldades geradas pela desterritorialização, tão característico deste tipo de relação negocial, por meio das cláusulas gerais, da boa-fé objetiva e, agora, do recém-editado Decreto n.º 7.962, de 15 de março de 2013.

Há de se observar também, que na dinâmica sociedade moderna, em que se verifica a rápida troca de informações, instala-se um ambiente de insegurança, reafirmando a necessidade de uma readequação dos dispositivos do Código de Defesa do Consumidor, tendo em vista que tais negócios virtuais constituem verdadeiras relações de consumo, ante os contratos de adesão.

Para uma abordagem acerca da formação dos contratos virtuais, faz-se necessária, preliminarmente, uma breve análise conceitual de contrato, cuja concepção tradicional é aquela advinda da relação contratual resultante da vontade de duas partes, que “em posição de igualdade perante o direito e a sociedade” discutem de forma livre, entre si, as cláusulas contratuais. (MARQUES, 2011).

Considerando, portanto, que os contratos eletrônicos são de consumo, há de se estudá-los sob a ótica dos contratos massificados, em que se verifica a vontade bilateral das partes, muito embora elaborado unilateralmente pelo “fornecedor” e inacessível no plano da materialidade pelo consumidor, mas que ainda assim produz efeitos jurídicos relevantes no plano da eficácia.

Portanto, os contratos eletrônicos são aqueles celebrados por meio eletrônico, cuja manifestação de vontade das partes contratantes, ou seja, do vendedor, que se afigura na imagem do estabelecimento virtual e que apresenta a oferta, e do consumidor, que é o comprador internauta que aceita a proposta, não se vinculando no formato tradicional, que é o escrito, nem tampouco verbalmente, mas sim pela troca de informações por meio da rede eletrônica, que tanto pode ser a internet como a televisão.

Ricardo Luís Lorenzetti (2004) afirma que os contratos eletrônicos são caracterizados, principalmente, pela despessoalização e distância, ou seja, pela ausência física dos contratantes, mas que podem ocorrer entre presentes ou ausentes; pela desterritorialização da contratação, e simultaneidade ou atemporalidade do consensualismo. E, ainda, segundo Rodney de Castro Peixoto (2001), pela intangibilidade, uma vez que inexiste no mundo físico, material, mas tão somente no âmbito dos *bits* e *bytes*.

Sendo assim, uma vez que a lei não exige forma específica para a sua concretização, o pacto virtual pode ser realizado de qualquer forma, desde que não seja contrária ou defesa à lei.

Diz-se de contratos celebrados à distância entre presentes aqueles em que a declaração de vontade é externada no momento em que o consumidor está fisicamente utilizando o meio eletrônico de comunicação. E entre ausentes, quando essa declaração de vontade ocorre por meio de uma programação, por qualquer uma das partes, para que a oferta ou aceitação aconteça em um momento pré-definido. Ressalta-se aqui que a distância corrobora ainda mais para a despessoalização dos contratos virtuais.

Já o fenômeno da desterritorialização refere-se à incerteza quanto ao local físico, ou seja, ao território em que as fases da relação contratual virtual podem ter ocorrido, o que acaba implicando, muitas vezes, numa internacionalização deste tipo de transação, dificultando estabelecer-se uma delimitação territorial para a solução de algum eventual conflito, assunto que será tratado mais adiante.

Por sua vez, simultaneidade ou atemporalidade, como o próprio nome diz, está relacionada ao momento em que se instala o consensualismo entre a oferta apresentada pela empresa, por meios eletrônicos, e o aceite pelo consumidor internauta, de forma que exprima

enorme insegurança quanto à definição exata do momento em que as etapas da contratação aconteceram.

Diante deste cenário, fica evidente que o comércio eletrônico está assentado nas mesmas diretrizes do comércio comum, cuja diferença diz respeito apenas ao meio em que os negócios são realizados, sendo considerado um acontecimento multifacetado, plúrimo e complexo, nacional e internacionalmente. Trata-se de um “fenômeno novo por sua fluidez, complexidade, distância, simultaneidade ou atemporalidade, desterritorialidade e objetividade e autonomia”. (MARQUES, 2011).

Muito embora a problemática deste artigo resida, precipuamente, nos meios protetivos que estes tipos de contratos contemporâneos dispõem, em especial a boa-fé objetiva, limitadora da autonomia da vontade, e o Decreto n.º 7.962, há de se destacar, dentre as várias classificações doutrinárias dos contratos eletrônicos, a de maior relevância para nós, que é a de Santos e Rossi (2000), cuja divisão se dá entre intersistêmicos, interpessoais e interativos; e o de contrato informático, citado por MARQUES (2011).

Os contratos intersistêmicos são aqueles em que se verifica a ausência humana para a sua realização, uma vez que ocorre entre os computadores dos contratantes a comunicação daquilo que já foi avençado tradicionalmente, por meio de sistemas previamente programados. Diferentemente dos contratos eletrônicos interpessoais, em que o computador não é mais usado apenas como o comunicador do negócio, mas sim utilizado diretamente para a declaração de vontade entre as partes, que podem ser ausentes ou presentes, como já explicado anteriormente.

Já os contratos eletrônicos interativos, os mais comumente utilizados, são aqueles que ocorrem entre o consumidor internauta e a programação de um sistema eletrônico disponível em sites de compras ou lojas virtuais, onde são disponibilizados serviços e produtos diversos, cujo contrato é o de adesão.

Por fim, os contratos informáticos, dizem mais respeito ao seu objeto final, e não propriamente à forma em que foi concretizado. Nestes tipos de contratos todas as fases da relação são realizadas pela internet, *online*, inclusive a entrega do produto, que pode ser um *software*, *e-book*, antivírus, etc.

E uma vez apresentadas as principais características que envolvem os contratos eletrônicos, tratar-se-á adiante do estudo dos riscos que estes contratos contemporâneos podem gerar para os consumidores, bem como quais as proteções que hoje possuem.

1.2 RISCOS DOS CONTRATOS ELETRÔNICOS

Apesar de todas as facilidades oferecidas pelos meios eletrônicos, em especial pela internet, ante a dinâmica e rapidez com que os negócios podem se estabelecer, há de se observar que, como bem apontado por AQUINO JÚNIOR:

Os riscos inerentes a esse tipo de contratação são inúmeros: impossibilidade de ver e manipular o produto, perda do valor desembolsado na compra, demora na entrega do produto ou serviço, uso indevido de dados pessoais e financeiros, dificuldade de prova de transação, envio de produto com características diversas daquele adquirido, entre outras. (AQUINO JÚNIOR, 2012, p. 119).

Como já evidenciado anteriormente, diversas situações perfazem os meios cibernéticos, e os contratos eletrônicos, que por si só, acabam gerando uma certa insegurança e instabilidade em todas as fases da relação contratual virtual, tornando a figura do consumidor mais hipossuficiente e vulnerável, ao passo que muitas vezes não se sabe com quem de fato está se contratando e nem se dispõe de um SAC (serviço de atendimento ao consumidor) que não seja totalmente eletrônico.

A desterritorialização dos negócios virtuais configura outra problemática para os consumidores, pois inexistem limites territoriais, dificultando o estabelecimento de competência de jurisdição para a solução de eventuais conflitos, ficando a parte hipossuficiente sem direitos regulamentados devido ao enfraquecimento da soberania estatal. A internacionalização, proporcionada pela desterritorialização, é outro fator de impacto negativo, haja vista a necessidade de uma readaptação dos conceitos de “domicílio, local de celebração do ato, o lugar onde está localizada a coisa objeto do litígio”, tendo em vista que os bens ou serviços digitais “não conhecem localização física”. (AQUINO JUNIOR, 2012).

Ainda neste sentido, a atemporalidade e simultaneidade também são pontos controversos, diante das dificuldades em se estabelecer o tempo exato da contratação; isto sem contar o empecilho causado pela interpretação do idioma dos sites ou lojas virtuais, levando à entendimentos equivocados quanto à forma de pagamento, descrição do produto e prazo de entrega.

Outra problemática desta nova forma contratual diz respeito à imaterialidade, não só do meio cibernético, como também do objeto da relação jurídica, que podem ser bens ou serviços virtuais, representando verdadeiros desafios para se determinar as obrigações de dar e de fazer, em caso de litígios processuais.

E embora os contratos eletrônicos sejam caracterizados pela sua tipicidade, de acordo com a Teoria Geral dos Contratos, não se tratando de acordos atípicos, a doutrina é unânime em afirmar que a sua interpretação deve ser diferenciada, ante as peculiaridades que revestem as partes e, portanto, atenta à proteção do consumidor virtual, de acordo com os preceitos do Código de Defesa do Consumidor.

Tendo em vista que o fornecedor no comércio eletrônico é um ente automatizado, sem sequer ter uma sede fixa ou em território nacional, observa-se a despersonalização do contrato, que ocorre de forma impessoal e silenciosa. E apesar dessa desumanização neste tipo de relação negocial, aquele que está se utilizando do computador para negociar é um indivíduo dotado de capacidade de decisão, sendo-lhe imputado certa responsabilidade, ante a Teoria da Aparência.

E mesmo se tratando de um acordo elaborado unilateralmente, a manifestação de vontade no momento da contratação é bilateral. Daí a importância da informação no tocante ao tempo, modo e clareza com que é prestada ao consumidor, devendo estar presente os deveres de conduta da boa-fé objetiva.

A privacidade e a intimidade, assegurados constitucionalmente, em muitas situações acabam sendo violadas no meio eletrônico por empresas que se utilizam de *cookies* e *spawyers* para direcionar ofertas e produtos ao consumidores, de acordo com os seus hábitos e gostos identificados por esses programas, e que são coletados sem a autorização da parte inspecionada e usados indiscriminadamente.

Diante destas dificuldades e riscos aqui apresentados, em relação aos contratos virtuais sabe-se que o Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil atuam como fontes para o socorro dos consumidores que se sentirem lesados, todavia, o estudo pretende analisar o princípio da boa-fé objetiva e o novo Decreto regulamentador como principais meios protetivos.

2 DO PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA

2.1 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA

A origem conceitual da boa-fé remete ao período romano, cujo significado ao longos dos anos sofreu influências históricas, jurídicas e filosóficas, mas que desde o começo esteve atrelada às condutas das partes e posteriormente direcionada às relações negociais e contratuais.

Esteve voltada basicamente para três setores: os dos direitos reais (proteção possessória), obrigacionais (negócios contratuais) e os das relações de clientela, sendo que nesta última pressupunha-se a existência dos deveres de lealdade e obediência por parte dos clientes, tendo como contraprestação a proteção conferida aos cidadãos.

Como bem explica AQUINO JÚNIOR:

Essas relações eram alicerçadas pelas *fides*, tendo-se de um lado, o cidadão livre – que tinha o poder de direção, assistência e proteção – e, de outro, a clientela, que lhe devia respeito. Na seara contratual, a *fides* era considerada o núcleo normativo, seja no âmbito dos contratos internacionais (a exemplo do Tratado Roma-Cartago, que continha regra baseada na *fides* acerca das assistência devida ao cidadão de outra cidade), seja no âmbito dos contratos privados.(AQUINO JÚNIOR, 2012, p. 27).

No que concerne aos contratos privados, a *fides* promessa referia-se à garantia da palavra dada, que atuava como principal elemento de eficácia das relações negociais. Já em relação às questões possessórias, a boa-fé surge nas demandas de usucapião, no seu sentido mais subjetivo, uma vez que se desconhecia aquele que exercia a posse do verdadeiro titular da área em discussão.

Com a evolução das relações contratuais, em que a figura do consensualismo é incorporada aos contratos, o qualitativo *bona* passa a integrar a *fides*, de forma que agora, a manutenção da promessa avençada não estava calcada somente na letra, no valor normativo do que fora dito, mas na intenção de se concretizar o negócio, de se fazer valer as reponsabilidades ora assumidas. Portanto, a boa-fé era o que fundamentava a confiança na conduta da outra parte, vinculando os contratantes ao leal adimplemento das obrigações assumidas.

Mais tarde, o direito romano passou a tutelar os interesses presentes nos contratos privados, criando o instituto da *bonae fidei iudicia*, que seria um instrumento técnico que permitia ao juiz decidir os casos, conforme a hipótese concreta e valendo-se de outros valores atinentes àquela demanda, de forma que a ordem jurídica garantia os devidos efeitos e sanções que lhes eram devidos.

A conotação moral da boa-fé passa ter um sentido mais objetivo, funcionando como norma jurídica de dupla atuação, pois por um lado impunha o dever de cumprimento da obrigação adquirida, respeitando o que fora estipulado e interpretando ou acrescentando outras convenções para suprir eventuais lacunas no negócio e, por outro lado, constituindo a própria fonte de exigibilidade judicial dos deveres.

Na Europa, ao longo da idade média (séculos V e XV), verificou-se, mesmo que discretamente, a incidência da boa-fé nas relações jurídicas; entretanto, esse instituto teve o seu fortalecimento apenas com a redescoberta da ciência jurídica romana, o *Corpus Iuris Civilis*, da era bizantina de Justiniano (elaborado por volta de 529 e 534 d.C.), e que foi recepcionado de formas diferentes por cada país europeu.

Posteriormente, no período Renascentista, difundiu-se a ideia do antropocentrismo, onde o homem foi elevado ao centro do universo, valorizando-se o humano e a natural em detrimento do divino e do sobrenatural. Significou uma fase de rupturas com as estruturas medievais, de “renascimento” das referências culturais da antiguidade clássica, que nortearam as mudanças em direção a um arquétipo mais humanista e naturalista.

Para MARTINS-COSTA o Humanismo e Renascença:

Representa a ultrapassagem do modelo escolástico e do raciocínio tópico-aristotélico, pelo qual a interpretação jurídica se fazia com base no Corpus Juris e de outros textos jurídicos. O humanismo representa a criação e elaboração da ideia da moderna personalidade, a que se encontra em si mesma o cânone e a medida exemplares, podendo, por isto, situar historicamente os textos antigos, as antigas certezas. Representa por fim, o que se convencionou chamar de primeira sistemática, ou sistemática periférica.(MARTINS-COSTA, 2011, p. 100).

Na chamada primeira sistemática expandiu-se o conceito de boa-fé, que nas relações contratuais e possessórias passou a assumir uma dimensão normativa, de princípio geral do direito. E ao final do século XVI, início do século XVII, com o surgimento dos ideários Jusracionalista, fortemente influenciado pelo jusnaturalismo, o pensamento de Hugo Grotius, maior expoente da época, redimensionou a boa-fé, atrelando-a à interpretação dos negócios jurídicos, especialmente os contratuais, e estipulando uma graduação que seria menor entre estranhos, maior entre membros de uma mesma comunidade, e extremamente evidente quando da elaboração de um contrato em todas as suas fases.

O Código Napoleônico, de 1804, herança da Revolução Francesa, caracterizou-se precipuamente pelo individualismo liberal, pelo direito absoluto de propriedade, e pelo princípio da liberdade contratual, em que nos termos do seu artigo 1.134, o contrato faz lei entre as partes. Imperava também, os princípios de igualdade, liberdade econômica e autonomia da vontade.

A codificação representava uma necessidade de integração sistematizada e coordenada de normas jurídicas com regras e princípios relativos a determinadas matérias. O Estado era a única fonte desse conjunto unitário de normas, que acabou por integrar a boa-fé

na sua face subjetiva. Conseqüentemente, essa faceta expandiu-se para outros ordenamentos jurídicos. Foi um importante instrumento na época, uma vez que atendeu aos anseios do capitalismo e da burguesia industrial.

E como bem observa Judith Martins-Costa, “o Código se ocupa do seu verdadeiro espaço, o mundo econômico da burguesia, onde a propriedade dos bens se adquire e se modifica, privilegiadamente através dos contratos (...)” (MARTINS-COSTA, 2000).

O Código Civil brasileiro de 1916 sofreu fortes influências do Código Civil Alemão (BGB) no que tange a sua divisão estrutural em Parte Geral e Parte Especial, e também do Código Civil Napoleônico em relação às disposições materiais.

A elaboração do Código Civil de 1916 foi alicerçada no tríplice paradigma do individualismo, voluntarismo e patrimonialismo, em um momento histórico onde prevalecia a “liberdade de contratar, de ser proprietário, de fazer circular as riquezas e de adquirir bens”, tornando-se um sistema único e centralizado para a solução de todos os conflitos na seara civil, cuja maior preocupação era a proteção dos direitos individuais da classe burguesa, especialmente o da propriedade, contrato e família. Todavia, não previu o boa-fé objetiva. (AQUINO JÚNIOR, 2012).

Com a transição do Estado Liberal para o Estado Democrático e Social de Direito, verificou-se o crescente intervencionismo estatal. Ou seja, a transposição de um Estado que não intervia nas relações privadas para um intervencionista, que por meio do dirigismo contratual e da ordem pública passou a restringir a atuação da autonomia da vontade, que era a base das relações contratuais neste período.

Em 1988, com o advento da Constituição Federal Brasileira, aos poucos foi ocorrendo a constitucionalização do Código Civil, que passou a se subordinar aos princípios e garantias fundamentais, de modo que as questões contratuais passaram a ser discutidas sob a ótica da dignidade da pessoa humana, uma vez que os contratos eram formulados sob o manto da boa-fé subjetiva.

Com a edição do Código Civil de 2002, a boa-fé passou a ser prevista também na sua acepção objetiva nos artigos 113, 187 e 422, que, como consequência das diretrizes constitucionais de 1988, já estava prevista no artigo 4º, inciso III do Código de Defesa do Consumidor de 1990, cuja finalidade era a de garantir a honestidade, a probidade e a lealdade nas relações consumeristas, visando a proteção do consumidor, ante a sua situação de hipossuficiência e vulnerabilidade. Ressalta-se, todavia, que a boa-fé objetiva também teve previsão expressa no Código Comercial de 1850, porém não conseguiu-se aproveitá-la como fonte de direitos e obrigações. Da mesma forma ocorreu no Código Civil de 1916, que muito

embora tenha sido mencionada em caráter excepcional no artigo 1.443, não havia uma regra geral que obrigasse a sua observância no que tangia às obrigações.

A boa-fé subjetiva, desde os tempos mais remotos, sempre embasou as relações no ordenamento jurídico brasileiro, como se observa no Código Civil de 1916, uma vez que referia-se ao desconhecimento ou ignorância acerca de algum vício de um determinado negócio jurídico. Na boa-fé subjetiva o contratante atua acreditando que sua conduta não contém nenhum vício que possa vir a anular o negócio que realizou, portanto, nela se está vinculada uma condição psicológica.

Já, a boa-fé objetiva, nos dizeres de MARQUES é:

(...) uma atuação “refletida”, uma atuação refletindo, pensando no outro, no parceiro contratual, respeitando-o, respeitando seus interesses legítimos, suas expectativas razoáveis, seus direitos, agindo com lealdade, sem abuso, sem obstrução, sem causar lesão ou desvantagem excessiva, cooperando para atingir o bom fim das obrigações: o cumprimento do objetivo contratual e a realização dos interesses das partes. (MARQUES, 2011, p. 216).

Concluindo: a boa-fé objetiva é um dever de conduta e de comportamento leal que se espera dos indivíduos nas relações contratuais, e que no artigo 422 do Código Civil de 2002, corresponde a uma cláusula geral principiológica, que possui conteúdo ético e exigibilidade jurídica implícita em todos os contratos. E apesar que não terem sido incluídas as expressões pré e pós-contratual no texto legal civil, já é pacificada a interpretação extensiva do dispositivo, no sentido de que a boa-fé objetiva deva estar presente em todas as fases negociais e para ambas partes contratantes.

2.2 FUNÇÕES DA BOA-FÉ OBJETIVA NOS CONTRATOS ELETRÔNICOS

Embora existam divergências doutrinárias as funções da boa-fé objetiva são basicamente três, distintas entre si, quais sejam: a de cânone hermenêutico-integrativo no contrato, a de norma de criação de deveres jurídicos e a de norma de limitação ao exercício de direitos subjetivos.

A função de cânone hermenêutico-integrativo advém da necessidade de que nas relações obrigacionais sejam preenchidas as lacunas existentes, principalmente naquelas de consumo, como no caso dos contratos eletrônicos, garantindo, desta forma, que o conteúdo contratual se adeque às expectativas e a total satisfação dos efeitos desejados pelas partes

contratantes, tendo em vista que muitas vezes as relações podem desencadear eventos e situações que nem sempre são previstas ou previsíveis.

Trata-se de uma função relativa ao magistrado, que irá analisar as condições em que o contrato foi firmado, interpretando o vínculo ali estabelecido para, então, suprir as eventuais lacunas contratuais, como por exemplo, a falta de determinadas cláusulas que são importantes para assegurar o cumprimento do avençado, evitando que seja atingida finalidade diversa da pretendida. Desta forma, a atividade judicial irá apenas permitir que se concretize a conduta de confiança que uma parte espera da outra.

Como paradigma hermenêutico a boa-fé é um artifício mais seguro para que o intérprete do direito possa retirar da norma, que examina o sentido que seja mais adequado ao plano da moralidade, mas útil ao plano social. E como função integradora objetiva, garante a finalidade contratual, por meio da aplicação de princípios como o da função social.

Neste sentido leciona MARTINS-COSTA:

Os passos essenciais à plena realização desta técnica hermenêutica se iniciam com a constatação de que, na interpretação das normas contratuais, deve cuidar o juiz de considerá-las como um conjunto significativo, partindo, para tal escopo, do complexo contratual concretamente presente - o complexo de direitos e deveres instrumentalmente postos para a consecução de certa finalidade e da função social que lhes é cometida. (MARTINS-COSTA, 2000, p. 430).

A segunda função, a de norma criadora de deveres jurídicos, significa que as relações contratuais apresentam determinados deveres que vão além dos principais constitutivos do próprio negócio, como a entrega da coisa ou a prestação de um determinado serviço; são os chamados deveres secundários e importam desde as ações preparatórias para a entrega de um produto, como a embalagem mais adequada, até o dever de indenizar, de informar, de manter o sigilo, etc. São deveres amplos, pautados na boa-fé, e que recaem tanto sobre os credores quanto sobre os devedores, vinculando as partes contratantes para atuarem de modo que não quebrem a relação de confiança que ali se estabeleceu, defendendo o próprio negócio jurídico.

Por fim, a função de norma limitadora, como o nome indica, não cria deveres nem interpreta o contrato, mas tão somente limita ou restringe alguns direitos das partes, como forma de se manter o equilíbrio contratual, uma vez que não permite o exercício abusivo de um direito, que deve estar nos limiões da boa-fé e cumprindo o seu propósito social.

Destarte, cumpre ressaltar que as três funções da boa-fé objetiva estão contempladas respectivamente nos artigos 113, 187 e 422, do Código Civil, bem como no artigo 51, do

Código de Defesa do Consumidor, e que todas acabam por atuar como limitadoras da autonomia da vontade, haja vista que o seu exercício está condicionado a uma conveniência social, em que a autorregulamentação dos interesses privados devem visar o alcance do bem comum.

Como já mencionado, o Estado Liberal transmutou-se num Estado Social, cujo objetivo maior é proporcionar o desenvolvimento econômico e o bem-estar social, observando os interesses comunitários, ao mesmo tempo em que tenta equilibrar a justiça social com a liberdade e a dignidade da pessoa humana, de modo que a autonomia da vontade deve limitar-se pela ordem pública; para tanto, faz-se necessário o dirigismo contratual.

Mas será que diante de todas essas medidas protetivas ora apresentadas, seja no âmbito do Direito Civil ou do Consumidor, seja no âmbito da atuação do princípio da boa-fé objetiva e do dirigismo contratual como limitadores da autonomia privada, são de fato suficientes para respaldar o consumidor virtual na sua totalidade, ou será que ainda assim demandamos da necessidade da criação de uma norma específica para regulamentar esses peculiares e contemporâneos tipos contratuais?

Tendo em vista a dinâmica em que se opera o mundo globalizado, com rápidas e constantes transformações tecnológicas, em que a cada dia se verifica novas modalidades de consumo, proporcionadas principalmente pela internet, há de se concordar que sempre existirá a necessidade de criação de normas regulamentadoras. Tanto é verdade que em março de 2013 foi editado o Decreto n.º 7.962, com o intuito de estabelecer regras específicas para o comércio eletrônico, que será estudado no tópico seguinte.

3 BREVE ANÁLISE DO DECRETO N° 7.962, DE 15 DE MARÇO DE 2013

O comércio eletrônico estabeleceu-se, na sociedade contemporânea, como umas das principais atividades comerciais, que acabam gerando grandes impactos nas relações jurídicas, tanto pelos seus efeitos, quanto pela forma com que se é realizado o contrato virtual, como pelos riscos que podem oferecer aos consumidores. Não obstante sejam dotadas de medida protetivas, as relações negociais cibernéticas demandavam a criação de estatutos próprios, uma vez que muitos sites de ofertas de serviços e produtos acabam tendo altos índices de reclamações junto aos PROCONS, acarretando consideráveis prejuízos para os clientes internautas.

Muitas são as dificuldades que estes tipos de transações oferecem, como já aludido neste artigo, principalmente pela incerteza na determinação do local e do tempo em que as

negociações ocorrem, bem como pelo meio cibernético que torna o consumidor mais vulnerável e desprotegido. E é neste sentido, que o Decreto vem regulamentar o Código de Defesa do Consumidor, no que tange o comércio eletrônico, com o intuito de facilitar a compreensão dos direitos e deveres das partes, impondo punições para as empresas que descumprirem a legislação, tais como a suspensão do fornecimento dos produtos ou serviços ou do estabelecimento por prazo indeterminado.

O artigo 1º dispõe sobre a abrangência do Decreto, que se dá sobre os seguintes aspectos: I - informações claras a respeito do produto, serviço e do fornecedor; II - atendimento facilitado ao consumidor; e III - respeito ao direito de arrependimento.

A obrigatoriedade de serem prestadas informações com clareza para o consumidor compreende um dos deveres secundários da função da boa-fé objetiva como norma criadora. A informação é um dever basilar da relação negocial virtual, pois traz elementos que irão formar, objetivamente, o convencimento do consumidor acerca da transação comercial que irá ou não realizar. Já o dever de a empresa cibernética oferecer facilidade para o consumidor no que diz respeito ao atendimento é de extrema importância, haja vista que muitas vezes sites de compras de produtos e serviços não dispõem de SACs (serviços de atendimento ao consumidor) ou que mesmo possuindo, são realizados apenas por meio de máquinas ou programações automáticas, o que dificulta, sobremaneira, para o cliente esclarecer suas eventuais dúvidas ou mesmo resolver algum problema em qualquer fase contratual. O atendimento deve, portanto, ser rápido, eficiente e satisfatório para o consumidor.

Ademais, como ressalta Ricardo Lorenzetti, deve o fornecedor prestar informações claras, uma vez que este possui vantagens ao se valer de noções específicas sobre o meio eletrônico, diferentemente do consumidor médio, que possui conhecimento limitado nesta seara. Assim sendo, deve o fornecedor prestar as seguintes informações: “o meio tecnológico utilizado, a identificação do ofertante, para evitar os problemas do anonimato, bem como esclarecimentos sobre o modo de aceitar a oferta; o produto ou serviço abarcados pela oferta; os aspectos legais, especialmente com relação às condições gerais da contratação.”(LORENZETTI, 2004, p. 309).

Ainda em relação às informações que devem ser prestadas, o artigo 2º elenca quais são elas: I - nome empresarial e número de inscrição do fornecedor, quando houver, no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda; II - endereço físico e eletrônico, e demais informações necessárias para sua localização e contato; III - características essenciais do produto ou do serviço, incluídos os riscos à saúde e à segurança dos consumidores; IV - discriminação, no preço, de

quaisquer despesas adicionais ou acessórias, tais como as de entrega ou seguros; V - condições integrais da oferta, incluídas modalidades de pagamento, disponibilidade, forma e prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto; e VI - informações claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições à fruição da oferta.

Como se observa, portanto, a prestação de informações claras e objetivas constitui-se em deveres imprescindíveis para se externar a boa-fé em todas as fases negociais e, assim garantir a finalidade avençada no contrato. Isto deve ocorrer principalmente nos sites de compras coletivas, que antes eram carecedoras de regras específicas para este tipo de relação negocial.

No que tange aos sites de compras coletivas, não é muito incomum que as ofertas apresentadas gerem certa confusão de entendimento quanto a prazos, quantidades, local e até em relação ao próprio serviço ou produto ofertado. E o que é pior, muitas vezes o cliente em posse do seu *voucher* não consegue ter seu interesse satisfeito, ou porque se equivocou em relação a data em que deveria desfrutar do que foi comprado, ou por simplesmente a empresa que iria fornecer tal produto ou serviço não existir mais. É neste sentido, que o artigo 3º tenta tutelar o cliente internauta. Vejamos:

Art. 3º Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para ofertas de compras coletivas ou modalidades análogas de contratação deverão conter, além das informações previstas no art. 2º, as seguintes:

- I - quantidade mínima de consumidores para a efetivação do contrato;
- II - prazo para utilização da oferta pelo consumidor; e
- III - identificação do fornecedor responsável pelo sítio eletrônico e do fornecedor do produto ou serviço ofertado, nos termos dos incisos I e II do art. 2º.

Outra preocupação do legislador foi quanto à disposição dos documentos contratuais, tendo em vista que muitas empresas eletrônicas não disponibilizavam o contrato com a descrição de todos os dados importantes para a salvaguarda do consumidor, como se depreende do artigo 4º².

² Art. 4º Para garantir o atendimento facilitado ao consumidor no comércio eletrônico, o fornecedor deverá: I - apresentar sumário do contrato antes da contratação, com as informações necessárias ao pleno exercício do direito de escolha do consumidor, enfatizadas as cláusulas que limitem direitos; II - fornecer ferramentas eficazes ao consumidor para identificação e correção imediata de erros ocorridos nas etapas anteriores à finalização da contratação; III - confirmar imediatamente o recebimento da aceitação da oferta; IV - disponibilizar o contrato ao consumidor em meio que permita sua conservação e reprodução, imediatamente após a contratação; V - manter serviço adequado e eficaz de atendimento em meio eletrônico, que possibilite ao consumidor a resolução de demandas referentes a informação, dúvida, reclamação, suspensão ou cancelamento do contrato; VI - confirmar imediatamente o recebimento das demandas do consumidor referidas no inciso, pelo mesmo meio empregado pelo consumidor; e VII - utilizar mecanismos de segurança eficazes para pagamento e para tratamento de dados do consumidor. Parágrafo único. A manifestação do fornecedor às demandas previstas no inciso V do caput será encaminhada em até cinco dias ao consumidor.

Mais uma vez, o dispositivo legal está amparado no dever anexo de conduta, ou secundários da boa-fé como norma criadora de regras jurídicas, e que deve acompanhar toda a relação contratual.

O contrato deve ser redigido com clareza, observando o disposto no artigo 54 do Código de Defesa do Consumidor, que trata dos contratos de adesão, de forma que facilite o entendimento para o consumidor médio, não deixando lacunas que possam resultar em prejuízo para o mesmo.

Ainda em relação ao artigo 4º, procurou o legislador tutelar o consumidor de uma forma mais ampla, tendo em vista as características que compõem os peculiares contratos eletrônicos, como o silêncio do fornecedor, a imaterialidade do meio e até do produto, o fato de serem celebrados inclusive entre ausentes, enfim, situações que só aumentam a desinformação, a insegurança e a indução a erros. Inclusive, no seu parágrafo único foi fixado o prazo de 5 dias para que o fornecedor responda ao consumidor, sem, no entanto, impor qualquer sanção específica em caso de descumprimento.

Por isso se faz indispensável que, além dos deveres secundários da boa-fé, sejam observados alguns deveres específicos, como o de cooperação na comunicação entre as partes, que deve ser bilateral. (MARQUES, 2011).

Outro fator muito importante que deve ser levado em consideração na criação de sites de compras ou lojas virtuais, diz respeito à uma estrutura que assegure e proteja, no momento da realização das transações comerciais, os dados financeiros e pessoais do cliente internauta, por meio de *softwares*, criptografia, protocolos de segurança e ou tudo mais que seja necessário para se evitar a atuação de agentes maliciosos que se aproveitam das falhas nos sistemas de informação. E muito embora no inciso VII, do artigo 4º, esteja presente o dever de segurança, mais uma vez o legislador não previu nenhum tipo responsabilização indenizatória para as empresas que oferecem produtos e serviços por meios eletrônicos não seguros.

Os artigos 5º e 6º³ se preocuparam, respectivamente, em assegurar e clarificar as questões atinentes ao direito de arrependimento, como o prazo e a forma em que deverá ser exercido; bem como com o princípio da vinculação da oferta, em que o empresário cibernético fica obrigado ao cumprimento do que foi ofertado, nos termos em que foram apresentados para o consumidor.

Por fim, dispõe o artigo 7º que a inobservância das condutas descritas neste Decreto ensejará aplicação das sanções previstas no artigo 56 da Lei no 8.078, de 1990, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas: I - multa; II - apreensão do produto; III - inutilização do produto; IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente; V - proibição de fabricação do produto; VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço; VII - suspensão temporária de atividade; VIII - revogação de concessão ou permissão de uso; IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade; X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade; XI - intervenção administrativa; XII - imposição de contrapropaganda. Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Talvez a característica fundamental de uma sociedade seja a sua dinâmica e evolução. E não sendo estática mantém-se em constante movimento, sempre com a finalidade precípua de buscar o desenvolvimento humano, econômico, histórico e social. Essas mudanças, sejam elas em quaisquer planos, conseqüentemente acarretam efeitos jurídicos na

³ Art. 5º O fornecedor deve informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados e eficazes para o exercício do direito de arrependimento pelo consumidor.

§ 1º O consumidor poderá exercer seu direito de arrependimento pela mesma ferramenta utilizada para a contratação, sem prejuízo de outros meios disponibilizados.

§ 2º O exercício do direito de arrependimento implica a rescisão dos contratos acessórios, sem qualquer ônus para o consumidor.

§ 3º O exercício do direito de arrependimento será comunicado imediatamente pelo fornecedor à instituição financeira ou à administradora do cartão de crédito ou similar, para que: I - a transação não seja lançada na fatura do consumidor; ou II - seja efetivado o estorno do valor, caso o lançamento na fatura já tenha sido realizado.

§ 4º O fornecedor deve enviar ao consumidor confirmação imediata do recebimento da manifestação de arrependimento.

Art. 6º As contratações no comércio eletrônico deverão observar o cumprimento das condições da oferta, com a entrega dos produtos e serviços contratados, observados prazos, quantidade, qualidade e adequação.

sociedade. Por isso diz-se que o Direito está sempre um passo atrás dessa marcha evolutiva, o que quer dizer que primeiro nascem os fatos e depois as regras.

E o maior exemplo prático e próximo desse funcionamento dinâmico foram as transformações que o ordenamento jurídico brasileiro sofreu nas últimas décadas, com a passagem de um Estado Liberal, que sofria influências principalmente da Europa, para um Estado menos individualista e mais social, que intervém cada vez mais nas relações jurídicas privadas, sempre com o intuito de se garantir um Estado Social e Democrático de Direito.

A globalização proporcionou o desenvolvimento tecnológico, especialmente com a expansão da internet, inaugurando um novo tipo de relacionamento comercial, em que embora o meio para se contratar seja novo, a relação jurídica contratual continua a mesma. Ou seja, não se criou um novo paradigma contratual, mas apenas se inovou quanto ao meio condutor e o ambiente em que se realiza o negócio.

Todavia, nos contratos eletrônicos o consumidor se tornou ainda mais a parte vulnerável e hipossuficiente, demandando uma revisão dos princípios contratuais tradicionais; e é exatamente neste sentido, que o princípio da boa-fé objetiva assumiu o papel de limitador da autonomia da vontade, para então se assegurar os preceitos do novo Estado Social e Democrático de Direito, garantindo a dignidade da pessoa humana nas relações negociais.

Até então, os contratos eletrônicos valiam-se apenas do diálogo das fontes para a sua regulamentação, onde se aplicava, por analogia, o Código de Defesa do Consumidor e alguns institutos civis para a solução de eventuais conflitos.

Entretanto, recentemente foi editado o Decreto 7.962, de 15 de março de 2013, que ao longo de seus artigos tentou regulamentar o comércio eletrônico, impondo obrigações para os empresários deste ramo, pautado, basicamente, no dever de informação e segurança. Assim, supriu-se a lacuna que existia na seara dos contratos virtuais ao mesmo tempo em que atendeu aos anseios da sociedade enquanto consumidora de produtos ou serviços oferecidos por este meio.

Porém, tendo em vista que tal Decreto ainda é muito recente e não tivemos a oportunidade de acompanhar os seus efeitos na prática, numa breve análise pode se observar que deixou a desejar quanto à imposição de penalidades, mas que por outro lado procurou abranger de modo amplo as peculiaridades destas relações negociais. Portanto, é certo que já foi um grande passo do legislador para a sociedade, mas que só o tempo irá demonstrar a sua real eficácia.

REFERÊNCIAS

- ABREU FILHO, José. O negócio jurídico e sua teoria geral. 5. Ed. São Paulo: Saraiva, 2003.
- AQUINO JUNIOR, Geraldo Frazão de. Contratos Eletrônicos, A Boa-Fé Objetiva e a Autonomia da Vontade. Curitiba: Juruá, 2012.
- BRASIL. Decreto n.º 7.962, de 15 de março de 2013. Diário Oficial da União. Brasília, 15 de março de 2013. Disponível em: < <http://> > Acesso em 03 set.2013.
- BRASIL. Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990. Diário Oficial da União. Brasília, 12 de setembro de 1990. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm> Acesso em 02 set.2013.
- CANUT, Letícia. Proteção do consumidor no comércio eletrônico. Curitiba: Juruá, 2007.
- LEITE, Ana Paula Parra. A Boa-fé nas relações negociais. Scientia iuris, Londrina, v. 14, p. 25-41, nov. 2010. DOI:105433/1415-6490.2010v14p25.
- LORENZETTI, Ricardo Luís. Comércio eletrônico. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.
- MARQUES, Cláudia Lima. Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor: um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.
- MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor, 6 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.
- MARTINS-COSTA, Judith. A Boa-Fé no Direito Privado. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2000.
- MARTINS, Guilherme Magalhães. Formação dos Contratos Eletrônicos de Consumo via Internet. Rio de Janeiro: Forense, 2003.
- MELO, Lília Maranhão Leite Ferreira de; VASCONCELOS, Fernando Antônio de. As relações de consume eletrônicas e a proteção do consumidor virtual sob o prisma do Código de Defesa do Consumidor. Anais do XXI Congresso Nacional do CONPEDI/UFF. Disponível em: < <http://www.publicadireito.com.br/publicacao/livro.php?gt=11>>. Acesso em 29 ago.2013.
- PEIXOTO, Rodney de Castro. O comércio eletrônico e os Contratos. Rio de Janeiro: Forense, 2001.
- PERLINGIERI, Pietro. Perfis do direito civil: introdução ao direito civil constitucional. 3 ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2007.

SANTOS, Manoel J. Pereira; ROSSI, Mariza Delapieve. Aspectos legais do comércio eletrônico – Contratos de adesão. Revista de Direito do Consumidor 36. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2000.