



CENTRO UNIVERSITÁRIO MARIO PALMÉRIO – UNIFUCAMP

SABRINA DOS REIS SILVA

**A VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR NOS CONTRATOS  
ELETRÔNICOS**

MONTE CARMELO – MG

2024

SABRINA DOS REIS SILVA

**A VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR NOS CONTRATOS ELETRÔNICOS**

Artigo científico apresentado como requisito de aprovação na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II (TCC II) no curso de Direito do Centro Universitário Mário Palmério – Unifucamp, sob a orientação do Prof. Brendon Augusto Fintelman Torres de Oliveira.

MONTE CARMELO – MG

2024

## A VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR NOS CONTRATOS ELETRÔNICOS CONSUMER VULNERABILITY IN ELECTRONIC CONTRACTS

Sabrina dos Reis Silva\*

Brendon Augusto Fintelman Torres de Oliveira\*\*

**RESUMO:** O presente estudo procurou identificar e ponderar sobre os contratos eletrônicos e a vulnerabilidade existente em relação ao consumidor no referido comércio eletrônico, especialmente nas relações de consumo efetuadas em ambiente virtual, desempenhadas por meio de contratos eletrônicos, de modo a situar essa relação por meio de uma análise do que diz o Direito do Consumidor e da Privacidade dos Dados Pessoais. No que se refere ao tema, foram abordados mecanismos principiológicos concernentes à relação consumerista, refletindo-se também sobre os dispositivos conceituais relativos à proteção de dados junto com os instrumentos de proteção, tal como, ao final, desvendando-se os contornos da vulnerabilidade do consumidor no ambiente eletrônico. Quanto à metodologia empregada, optou-se pelo método de abordagem dedutivo, com aproveitamento de pesquisa bibliográfica e documental, que se fundamentou, principalmente em publicações de artigos e doutrinas relativas à área do direito do consumidor e na análise da legislação vigente. O que se espera é que a pesquisa possa colaborar para conscientização do consumidor, a respeito dos negócios conseguidos no meio digital, dado que os comportamentos na área virtual não se diferem do real e como precisam atuar perante o compartilhamento de dados e a imputação de dados aos clientes no que diz respeito à vulnerabilidade ante a compra de mercadoria.

Palavra-chave: Contratos eletrônicos; Vulnerabilidade do consumidor; Código de defesa do Consumidor.

**ABSTRACT:** The present study sought to identify and consider electronic contracts and the exist-ing vulnerability in relation to the consumer in said electronic commerce, especially in consumer relationships carried out in a virtual environment, performed through electronic contracts, in order to situate this relationship through an analysis of what Consumer Law says and also Personal Data Privacy. With regard to the topic, prin-cipled mechanisms concerning the consumer relationship were addressed, also re-flecting on the conceptual devices relating to Data Protection along with protection instruments, such as, in the end, unveiling the contours of the vulnerability of the consumer in the electronic environment. As for the methodology used, the deductive approach method was chosen, using bibliographical and documentary research, which was based mainly on publications of articles and doctrines relating to the area of consumer law and also on the analysis of current laws. What is expected is that the research can contribute to consumer awareness regarding business achieved in the digital environment, given that behaviors in the virtual area do not differ from the real one and how they need to act in the face of data sharing and data imputation to customers regarding vulnerability when purchasing merchandise.

Key-words: Electronic contracts; Consumer vulnerability; Consumer Protection Code

---

\*Graduanda no curso de Direito do Centro Universitário Mário Palmério – Unifucamp. E-mail: [sabrinasilva@unifucamp.edu.br](mailto:sabrinasilva@unifucamp.edu.br).

\*\*Mestrando em Direito pela Universidade Europeia do Atlântico - Es. Especialista em Direito Administrativo pela PUC/MG. MBA em Gestão Pública pela Universidade Pitágoras. Advogado. Chefe de Gabinete Municipal. Docente no curso de Direito da UNIFUCAMP. E-mail: [brendontorres@hotmail.com](mailto:brendontorres@hotmail.com).

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	4
2- CONCEITO DE CONTRATOS NA ERA DIGITAL E SUA EVOLUÇÃO.....	5
3- CLASSIFICAÇÃO DOS CONTRATOS.....	6
3.1. PRINCÍPIOS ESPECÍFICOS DA CONTRATAÇÃO ELETRÔNICA.....	7
3.2. PRINCÍPIOS DA EQUIVALÊNCIA.....	8
3.3. PRINCÍPIO DA NEUTRALIDADE E DA PERENIDADE DAS NORMAS REGULADORAS DO AMBIENTE DIGITAL.....	8
3.4. PRINCÍPIO DA CONSERVAÇÃO E APLICAÇÃO DAS NORMAS JURÍDICAS EXISTENTES AOS CONTRATOS ELETRÔNICOS.....	9
3.5. PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA E OS CONTRATOS ELETRÔNICOS.....	10
4- CLASSIFICAÇÃO DOS CONTRATOS ELETRÔNICOS.....	10
4.1. CONTRATOS ELETRÔNICOS INTERSISTÊMICOS.....	11
4.2. CONTRATOS ELETRÔNICOS INTERPESSOAIS.....	11
4.3. CONTRATOS ELETRÔNICOS INTERATIVOS.....	12
5- A VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR.....	12
5.1. A VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR FRENTE AO CONTRATO ELETRÔNICO.....	13
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	17
REFERÊNCIAS.....	21

## INTRODUÇÃO

O presente estudo aborda sobre as relações de consumo realizadas pela internet, de maneira especial dentro do comércio eletrônico e contratos eletrônicos, especialmente com relação à questão da vulnerabilidade do consumidor no que diz respeito aos contratos. A pesquisa versa sobre a questão da insegurança que envolve os consumidores. Este tema é relevante tanto no campo social quanto no jurídico, uma vez que enfatiza uma questão atual e significativa para a sociedade e para o mundo dos negócios.

A segurança jurídica relacionada aos contratos eletrônicos é um assunto que tem ganhado cada vez mais evidência nesta era digital em que vive a sociedade, uma vez que a maioria das negociações comerciais hoje são realizadas através do meio eletrônico. Além disso, a apreciação da legislação brasileira a respeito do assunto pode colaborar para aperfeiçoar as cláusulas existentes e abonar maior garantia nas relações comerciais desempenhadas por meio digital.

O artigo científico enfatiza o problema relacionado à desconfiança encontrada nas relações de consumo na internet, tendo como objetivos gerais destacar os efeitos provocados nos consumidores que realizam contratações por meio digital, bem como identificar os indivíduos mais afetados. A análise deve abranger os impactos específicos decorrentes da celebração de contratos digitais, ressaltando os potenciais efeitos sobre os consumidores, com especial atenção à identificação dos grupos de indivíduos mais suscetíveis a tais repercussões por falta de informação ou de conhecimento tecnológico.

E tem como objetivos específicos, analisar a possível influência de formação educacional na capacidade do consumidor em compreender e avaliar adequadamente os termos contratuais, identificando, assim, a relação entre a instrução recebida e a vulnerabilidade manifestada no contexto contratual.

Abordar a forma que as empresas disponibilizam contratos eletrônicos e como as informações de cláusulas e políticas, que muitas vezes não são compreendidas por indivíduos de diversas classes, avaliando se adotam práticas que garantam a compreensão geral, independentemente da posição do consumidor quer seja educacional, socioeconômica ou cultural.

Foi realizada uma pesquisa bibliográfica a partir da busca de trabalhos de referências teóricas, publicadas por meios eletrônicos, livros, artigos científicos, páginas de *web sites*, além da legislação pertinente ao assunto. Assim a primeira etapa da pesquisa bibliográfica consiste

no levantamento de obras diversas que abordam o tema investigado, procedimento que envolve avaliação cuidadosa da potencialidade de cada texto selecionado, de modo a sustentar as proposições do estudo (Pereira, 2018) possibilitando assim um maior entendimento da questão proposta neste tema dando melhor direção à construção do trabalho.

É nítida a possibilidade de vulnerabilidade do consumidor que não possui uma base e um conhecimento referente aos seus direitos. Na atualidade é necessária essa análise, pois com toda a evolução, a proteção ao consumidor se tornou ainda mais importante, mas ainda assim possui pessoas vulneráveis neste novo âmbito da internet.

## **2 CONCEITO DE CONTRATOS NA ERA DIGITAL E SUA EVOLUÇÃO**

Com o progresso e disseminação da internet surgiu à utilização dos contratos eletrônicos, contratos estes que ultrapassam os limites geográficos, não tendo hora marcada, nem local definido para serem formalizados, como acontecem nos contratos convencionais, o que facilita em caso de desistência (Canto, 2015). Segundo este autor, os contratos eletrônicos demandam a existência de um acordo e são demonstrados eletronicamente pela assinatura digital certificada, aceite revelado através de um e-mail, o que vale dizer que o contrato eletrônico acompanhado das normas da legitimidade tem efeitos equivalentes ao contrato tradicional, todavia, é notória a insegurança de vários contratantes por desconhecer ou ter pouco conhecimento da tecnologia.

Sobre este aspecto, é necessário ponderar a respeito das *fake news* que por um termo utilizado na atualidade para assinalar subsídios que conduzem teores que não se amparam ou que se valem se modo incompleto da realidade sendo que muitas vezes a ignoram e hoje está amplamente disseminada, ocasionam m sentimento de indecisão nas pessoas ao se depararem com contratos eletrônicos, embora possam oferecer inúmeras vantagens demandam, contudo, vigilância, uma vez que abalam a confiança pública e passam uma realidade irreal (Banco,2017).

É importante ressaltar que, entre as vantagens do contrato eletrônico e dos físicos, a economia do tempo representa um conforto, tendo em vista a agitação da vida diária, a credibilidade, em relação à preparação e assinatura, pois, havendo os certificados eletrônicos existe maior funcionalidade e rapidez, assim obtém-se maior eficácia, menor gasto de tempo e mais facilidade no armazenamento (Marques, 2010).

Assim, o contrato eletrônico, considerando a sua praticidade, pode ser empregado para outro estado e até mesmo outro país, entre Pessoa Física (PF) e Pessoa Jurídica (PJ), até mesmo de Pessoa Física (PF) para Pessoa Física (PF) ou Pessoa Jurídica (PJ) para Pessoa Jurídica (PJ), ou seja, esse tipo de contrato é um facilitador à relação de consumo digital no *e-commerce*, enquanto os contratos convencionais demandam muito mais gastos e tempo (Marques, 2010).

Os contratos eletrônicos, segundo Cots *et. al.*, (2019) apresentam a sua segurança no mundo jurídico. O contrato eletrônico digital é protegido e uma inovação vem aumentando cada vez mais. Existem as plataformas especiais de assinaturas digitais que fazem somente planos anuais, e outras se dedicam apenas às pessoas jurídicas, contratos internacionais, porém tudo poderia ser mais simplificado, a fim de que a população pudesse ter acesso com maior facilidade (Cots; Oliveira, 2019).

O contrato surge quando há a vontade de ambas as partes, mas é necessário que haja também um assentimento mútuo. Assim, o contrato passa a ser um instrumento usado por toda a coletividade e sem categorização de classe social. Podendo implicar em uma relação legal entre as duas partes, efetivada através de um telefonema, e-mail ou outro tipo de comunicação, como dispõe o art. 428 do Código de Processo Civil. O papel social dos contratos é um princípio da lei de iniciação ao Código Civil, cujo art. 5º norteia sobre a ordem econômica. (Garcia, 2017).

### **3 CLASSIFICAÇÃO DOS CONTRATOS**

No âmbito legal, os contratos que são celebrados nas relações de consumo possuem classificações levando-se em conta as significações normativas e de diferenciação dos compromissos das partes abrangidas, como sendo: Unilateral, Bilateral e Plurilateral.

De modo que os contratos unilaterais não se referem a aqueles que envolvem uma só pessoa, mas tratam de ser somente uma pessoa que será citada, que seja por prejuízo ou benefícios, como por exemplo, em um contrato de doação (Garcia, 2017).

Quanto aos contratos bilaterais são aqueles que acarretam benefícios para as duas partes abrangidas, como no caso de um contrato de compra e venda. Por sua vez, o contrato plurilateral solicita uma pessoa que seja o centro, podendo ser pessoa física ou pessoa jurídica, como acontece nos consórcios, em que todas as partes têm o compromisso de realizar o pagamento de uma determinada quantia, a fim de que uma pessoa seja contemplada a cada mês.

Ainda, no que se refere às particularidades dos contratos nestas modalidades, eles podem ser gratuitos ou beneficentes, ou seja, quando da celebração o que foi beneficiado não terá despesas, pois será uma doação, uma cessão de habitação, e não precisa pagar nada em troca. Entretanto, se os contratos forem onerosos, podem ser de aquisição ou locação, de imóveis deliberados de comutativos, o valor implicará em gastos diversos, tais como, das custas de cartório, Imposto sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana (IPTU), e reparos tanto ao entrar como ao sair do imóvel, já constantes no contrato aleatório (Blum, 2018).

Nesse sentido, a autora Ângela Brasil (2009) ressalta que considerando a formação, os contratos podem ser paritários ou do tipo de adesão, sendo que nos contratos paritários as partes participam em igualdade de condições, já no contrato de adesão, considera-se a necessidade de pré-estabelecer disposições contratuais, ou seja, o registro de aspectos que são exigidos pelas partes, como em um contrato de locação, sobre um outro aspecto, o contrato de adesão é diferenciado pela aquiescência ou indeferimento do contrato, sem suceder mudança nas cláusulas.

O contrato celebrado dentro dos moldes legais pode ser considerado como um harmonizador dos interesses divergentes, como um pacificador dos exclusivismos em luta. Sendo está a principal função social do contrato. E, para se compreender sua seriedade, satisfaz dizer que neste ponto de vista, o contrato atribui ao direito, ajustar a lei no campo do interesse por ele regulado (Brasil, 2009).

Os contratos estabelecidos por adesão são os mais repetitivos em meio aos contratos eletrônicos do *e-commerce*, com o consumista sendo limitado a aceitar ou recusar, não existindo comercialização nas inclusões de consumo nos meios eletrônicos ou espaços digitais. Este contrato tem sido muito debatido nos tribunais, visto que levam o comprador a assinar, acolher, então perante a lei, pode ser discutido.

### **3.1 PRINCÍPIOS ESPECÍFICOS DA CONTRATAÇÃO ELETRÔNICA**

A revolução tecnológica transformou a maneira como as pessoas se relacionam e conduzem negócios, incluindo a celebração de contratos. Os contratos eletrônicos, estabelecidos no ambiente digital, representam uma evolução natural das práticas contratuais, trazendo consigo desafios e questões legais que o ordenamento jurídico brasileiro precisa abordar de forma eficaz. A determinação do “lugar” nas relações travadas em ambientes de internet (portanto “globais” por natureza) é uma questão de atribuição de efeitos jurídicos.

Dessa forma, o que interessa é que existem maneiras seguras de imputar efeitos jurídicos às relações havidas em meio eletrônico (Lorenzetti, 2008).

De acordo com Lima *et. al.*, (2023), no direito contratual existem princípios especiais que conduzem tais contratos e, como não há muitas leis para disciplinar o tema, os princípios assumem uma relevância ainda maior, uma vez que são eles que servirão de suporte para a concepção de uma legislação característica no Brasil.

### **3.2 PRINCÍPIOS DA EQUIVALÊNCIA**

Um contrato concretizado de forma virtual tem as mesmas peculiaridades e os mesmos efeitos de um contrato tradicional. É o que trata o art. 5º da Lei Modelo da Uncitral feita pelos Estados Unidos em 1996, o art. 3º do Projeto de Lei 1.589/99 da OAB/SP e os arts. 28 e 32 do Projeto de Lei 4.906/2001.

Nesse sentido, Oliveira (2000) comenta que o art. 5º da Lei Modelo da Uncitral trata que, “Não se negarão efeitos jurídicos, validade ou eficácia à informação apenas porque esteja na forma de mensagem eletrônica”. Por conseguinte, assegura que os contratos consolidados eletronicamente terão legalidade e efeito jurídico como um contrato celebrado de forma comum.

### **3.3 PRINCÍPIO DA NEUTRALIDADE E DA PERENIDADE DAS NORMAS REGULADORAS DO AMBIENTE DIGITAL**

Em primeiro lugar, é necessário precisar se o *website* contém uma série de elementos essenciais e suficientes para constituir uma oferta. Em caso afirmativo, é uma oferta ao público, vinculatória se for um contrato de consumo, que se conclui no momento em que o usuário transmite a declaração de aceitação. Se não contiver os elementos constitutivos de uma oferta, trata-se de um convite a ser oferecido; o “navegante” é quem oferece e o contrato se completa a partir do momento em que ele recebe a aceitação da parte do provedor (Lorenzetti apud Leal, 2007, p. 112).

No mundo virtual, o original de um documento não distingue de uma cópia não há assinatura de próprio punho sobre um papel, como ocorre com os contratos escritos, o que leva a um enorme potencial de risco para ocorrência de fraudes [...] (Leal, 2007, p. 148).

Assim, para Leal (2007, p. 91) “As normas devem ser neutras para que não constituam em entraves ao desenvolvimento de novas tecnologias e perenes no sentido de se manterem atualizadas, sem necessidade de serem modificadas a todo instante”.

### **3.4 PRINCÍPIO DA CONSERVAÇÃO E APLICAÇÃO DAS NORMAS JURÍDICAS EXISTENTES AOS CONTRATOS ELETRÔNICOS**

Em relação a este princípio, Lawand (2007) observa que a internet não consiste em um ambiente livre, alheio ao Direito. Muito pelo contrário, os preceitos legais vigentes aplicam-se aos contratos eletrônicos fundamentalmente, do mesmo modo que em todos os demais negócios jurídicos. A celebração de contratos por meio da Internet está sujeita, por conseguinte, a todos os princípios relacionados ao Código Civil Brasileiro. Versando sobre os contratos de dispêndio, são igualmente aplicáveis as cláusulas do Código de Defesa do Consumidor.

As normas reguladoras do comércio eletrônico e, especialmente, quanto aos contratos, devem ser aplicadas à tecnologia disponível no mercado e àquelas outras que porventura surgirão. Em concordância com o autor citado anteriormente Carvalho comenta que:

A lei a ser promulgada deve ser tecnologicamente neutra, ou seja, reconhecer a validade jurídica não apenas do sistema de criptografia assimétrica, mas também de outras tecnologias equiparáveis, que atendam aos mesmos fins.(...) a lei não se restringe à normatização do valor probante do documento assinado eletronicamente (Direito Processual), mas deve também conter preceitos versando sobre o reconhecimento jurídico da assinatura digital como meio idôneo para atender às exigências formais do Direito Civil (Carvalho,2001, p. 152).

O intuito segundo a autora é evitar a limitação do documento normativo, ao ser aplicado a determinada tecnologia, que, por acaso, poderá ficar superada.

Segundo o princípio supramencionado, conforme Oliveira (2000), um contrato eletrônico firmado por meio da internet, não proporciona diferenças aos direitos negociados, tanto eletronicamente como em papel. A função da nova tecnologia é servir de meio para a celebração contratual e não fim. Este princípio embasa o entendimento de doutrinadores que dizem que o contrato eletrônico não se diferencia do contrato tradicional. A diferença está apenas na forma utilizada.

### **3.5 PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA E OS CONTRATOS ELETRÔNICOS**

A primeira legislação a alegar este princípio com clareza foi o Código de Defesa do Consumidor, tendo em vista o consumidor em relação ao fornecedor, visando proteger a parte mais fraca da relação jurídica. É o que se pode ver no art. 4º do citado diploma legal:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:  
[...]III – harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores. (grifo do autor).

A boa-fé material, cuja apreciação do acolhimento a este princípio necessita ser feita de forma minuciosa pelo magistrado, no ajuizamento do processo, levando em conta a sua própria persuasão do conceito de boa-fé, ao mesmo tempo encontra prevenção no Código Civil, em seu artigo 422, conforme o entendimento de Leal (2007) no significado da ocasião de sua aferição no processo civil cabe ao juiz à obrigação de averiguar por meio de consulta dos seus apegos éticos procedimentais, dar o parecer se para cada caso os envolvidos agiram de acordo com um padrão de boa-fé objetiva constituído a partir do seu competente imaginário.

### **4 CLASSIFICAÇÃO DOS CONTRATOS ELETRÔNICOS**

Para Boiago Júnior (2005) o contrato eletrônico é como qualquer outro, não sendo uma forma diferente de contrato, o que o distingue dos demais contratos é que, para sua formação, há a necessidade de que sua elaboração aconteça por mediação do mundo virtual, levando-se em conta que é por meio dele que os contratantes, com a utilização de computadores conectados à rede, atendem ao objetivo de instituir, alterar, conservar ou abolir direitos.

Normalmente, os contratos eletrônicos são bilaterais e, assim sendo, não poderão ser discutidos nestes contratos assuntos atinentes à família ou sucessão, por se tratar de norma de ordem pública. Fundamentalmente, qualquer contrato, seja ele característico ou anômalo, poderá ser firmado com a utilização da internet (Nunes, 2019).

## **4.1 CONTRATOS ELETRÔNICOS INTERSISTÊMICOS**

São contratos realizados automaticamente entre máquinas, depois de terem sido definidos anteriormente de certas formas em sistemas pelo ser humano. São na maioria das vezes empregadas em empresas de maior porte, com o propósito de reduzir a reposição de estoque. Comumente, nas operações comerciais por meios eletrônicos, anteriormente já foram detalhados os direitos e obrigações das partes. Entretanto, depois da programação de aplicativos, não são mais considerados os desejos manifestados pela vontade humana, pois as máquinas fazem de forma automática (Leal, 2007).

Nestes contratos, todo o teor é antecipadamente estabelecido pelos contratantes, de tal modo que ambos se utilizam dos computadores apenas para se reunir e integralizar suas respectivas vontades; logo, a utilização do computador não interfere na formação do consentimento das partes, pois existe um acordo prévio e as partes apenas passam suas vontades para o computador conectado à internet, sem que este interfira na formação das referidas partes. Daí a possibilidade da afirmação de que a comunicação é intersistêmica Boiago Júnior (2005).

Santos (2000), explica que nesta modalidade de contratação, as partes envolvidas trocam documentos eletrônicos de acordo com suas indigências; por exemplo, se surgir precisão de se efetuar um pedido, os contratantes permutam entre si documentos eletrônicos de compra e venda de produtos, ordens de transporte destes produtos, e outros documentos comuns nesta relação. Essa configuração de contratação eletrônica é empregada comumente por pessoas jurídicas direcionadas às relações mercantis de atacado.

## **4.2 CONTRATOS ELETRÔNICOS INTERPESSOAIS**

De acordo com Erica Barbagalo (2000) os contratos eletrônicos interpessoais podem ser concomitantes, quando são celebrados em um tempo real, *on-line*, possibilitando intercâmbio imediato dos anseios das partes, como por exemplo, os contratos celebrados em salas de conversação ou videoconferências, e deste modo, analisados em meio a presentes, não simultâneas, quando há a revelação da vontade por uma parte e o assentimento pelo outro transcorrer mais ou menos a longo tempo.

A autora citada anteriormente comenta que as divisões apresentadas ultimamente, interessam aos contratos que são realizados por meio da utilização do meio eletrônico, iguais aos contratos celebrados a distância, uma vez que mesmo às partes envolvidas empregando seus computadores, respectivamente, faz-se indispensável nova intervenção para que se possa acessar à mensagem recebida.

### **4.3 CONTRATOS ELETRÔNICOS INTERATIVOS**

Caracterizam-se pela conversação de uma pessoa e um sistema, rotineiramente utilizada pelas lojas virtuais, nas quais, o sistema é antecipadamente programado pelo seu operante, para realizar intervenções involuntárias com o contratante, propiciando a apresentação de bens e serviços contidos no ambiente digital. Sheila Leal (2007), ao se referir à exposição dos artigos no ciberespaço, ressalta que:

No momento em que tais informações são disponibilizadas na Internet considera-se feita a oferta ao público e, conseqüentemente, manifestada a vontade do fornecedor. Já a vontade do consumidor é manifestada no momento em que ele acessa o sistema aplicativo e com ele interage, preenchendo os campos eletrônicos à sua disposição. Ao confirmar os dados, o consumidor conclui a aceitação (Leal, 2007, p. 87).

Os contratos eletrônicos interativos são também chamados de “contratos por clique”, pois através do clique do mouse o indivíduo realiza a confirmação dos seus dados e, efetiva o contrato. Por serem feitos através do computador, não havendo a presença física das partes, são regidos pelas normas concernentes à contratação à distância previstas no Código de Defesa do Consumidor.

## **5 A VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR**

O Código de Defesa do Consumidor (CDC), em seu artigo 4º, inciso I, analisa o consumidor como um ser vulnerável o que, conforme Nunes (2013), revela que ele representa a parte mais fraca na relação contratual em termos jurídicos. Por sua vez, Marques (2010) delibera que a vulnerabilidade representa uma situação que pode acontecer sempre ou não, coletiva ou particular, e que abate o sujeito em seus direitos, causando uma intranquilidade. A vulnerabilidade é uma particularidade que sugere a necessidade de proteção.

Segundo Marques (2010), a vulnerabilidade pode oferecer várias facetas, sendo que a primeira delas se refere à vulnerabilidade que pode ser entendida como o despreparo informacional, que é inseparável e uma particularidade do desempenho do consumidor no meio social. Isso acontece porque o consumidor é indicado pelo seu descompasso informacional, o que faz com que seja vulnerável. Muitas vezes, há certo conhecimento da informação, porém, ela pode ser considerável, manuseada, controlada e, em algumas situações, dispensável.

Nesse sentido, sobre a vulnerabilidade informacional, Marques (2010, p. 330) entende que “referem-se basicamente à importância das informações a respeito dos bens de consumo e sobre sua influência cada vez maior no poder de persuadir o consumidor no momento de escolher o que comprar ou contratar no mercado consumidor”.

O direito do consumidor tem como sendo um de seus preceitos gerais, a vulnerabilidade, uma vez que está relacionado ao conceito de que o cliente, ao efetuar uma compra com a utilização dos meios eletrônicos, encontra-se em condição desfavorável por muitas vezes estar menos preparado para o uso da tecnologia do que fornecedor, sendo, portanto, o ponto mais delicado nesta inclusão de consumo. Deste modo, o art. 4º, I, do CDC se posiciona como embasamento da Política Nacional de Relações de Consumo.

Nesse sentido, segundo Miragem (2018) “o reconhecimento desta situação pelo direito é que fundamenta a existência de regras especiais, uma lei de proteção do sujeito mais fraco da relação de consumo”, estabelecendo-se deste modo em presunção absoluta.

## **5.1 A VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR FRENTE AO CONTRATO ELETRÔNICO**

Lôbo (2010) afirma que a vulnerabilidade, presente em certas ocasiões contratuais como na consumerista, é o que motiva a interferência legislativa e a restrição da autonomia particular. Essa opinião passou a repercutir, especialmente, depois da popularização contratual e refletiu na alteração de várias dimensões hierárquicas das normas legais.

A vulnerabilidade do consumidor está distinguida e prevista no inciso I do artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor, dispondo que a Política ligada às Relações de Consumo tem como propósito o acolhimento das indulgências dos consumidores, a reverência à sua dignidade, bem-estar e segurança, o amparo de seus empenhos relacionados à economia, o melhoramento da sua condição de vida, e ainda a evidência e concordância das atividades de consumo, de acordo com os princípios constantes na Lei nº 9.008 de 21 de março de 1995, citados a seguir:

A vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo, sobre esse aspecto, Nunes (2019, p.122) assegura que:

Tal reconhecimento é uma primeira medida de realização da isonomia garantida na Constituição Federal. Significa ele que o consumidor é a parte fraca da relação jurídica de consumo. Essa fraqueza, essa fragilidade, é real, concreta, e decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de cunho econômico.

Pode-se perceber que para Nunes (2019) a escolha do comprador é fundamentalmente controlada e diminuída por meio das pretensões do fornecedor, sendo que o consumidor só pode optar por alguma coisa que já está apresentada e disponível no mercado.

O princípio da boa-fé - é um dos princípios que mais leva em consideração o direito do consumidor bem como o direito privado. O princípio da boa-fé está previsto legalmente no artigo 4º, III, do Código do Consumidor, que versa sobre o assunto de uma forma de compromisso entre as partes abrangidas em uma relação de dispêndio de atuar com base na lealdade, integridade e colaboração. Nesse contexto, Nunes (2019, p.123) afirma:

Deste modo, quando se fala em boa-fé objetiva, pensa-se em comportamento fiel e leal, na atuação de cada uma das partes contratantes a fim de garantir respeito à outra. É um princípio que visa garantir a ação sem abuso, sem obstrução, sem causar lesão a ninguém, cooperando sempre para atingir o fim colimado no contrato, realizando os interesses das partes.

Perante o entendimento do supracitado, fica evidente que a boa-fé é considerada como um propósito no processo de compra e venda, demonstra-se que as obrigações carecem de ser conferidas às partes de operarem em conformidade e fidelidade, para que exista um equilíbrio maior entre as partes.

Princípio da informação e da transparência, o livre acesso à informação está previsto na Carta Magna de 1988 e abrange também a transparência, pois, se o direito à informação exige que o fornecedor disponibilize as informações indispensáveis sobre o produto ou serviço, além das características, peculiaridades, imponderação, valores, entre outros. O princípio da transparência o completa, solicitando do fornecedor o repasse de modo claro ao consumidor, tudo que contém o contrato oferecido.

Assim, Nunes (2019, p.126) assevera que:

O dever de informar é princípio fundamental na Lei n. 8.078, aparecendo inicialmente no inciso III do art. 6º, e, junto ao princípio da transparência estampado no caput do art. 4º, traz uma nova formatação aos produtos e serviços oferecidos no mercado. Com efeito, na sistemática implantada pelo

CDC, o fornecedor está obrigado a prestar todas as informações acerca do produto e do serviço, suas características, qualidades, riscos, preços etc., de maneira clara e precisa, não se admitindo falhas ou omissões 164. Trata-se de um dever exigido mesmo antes do início de qualquer relação. A informação passou a ser componente necessário do produto e do serviço, que não podem ser oferecidos no mercado sem ela.

Verifica-se na exposição do autor citado que existe uma conciliação de ambos os princípios que formam um entendimento entre eles e assim configuram como direito fundamental, constando no caput do art. 4º, dando origem à necessidade de que o fornecedor apresente com limpidez ao consumidor o teor do contrato.

O Princípio da eficiência se refere a um princípio considerado novo, o que diz respeito ao prestador do serviço público necessita continuamente procurar o aprimoramento do serviço, congregando os recursos considerados melhores e as técnicas prováveis, para prevenir uma possível discrepância na prestação. A questão que se relaciona com a efetividade consegue ir além dos fatos próprios da lei e seus resultados são reais e concretos.

O inciso VI do artigo 4º do CDC, deixa claro que:

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores (Brasil, 1991).

Aprende-se que no seu todo o Código de Defesa do Consumidor abordou o assunto de forma a assegurar o direito do consumidor, garantindo a eficiência das transações consumeristas, a fim de que acompanhando o que está previsto no CDC, não ocorra danos para o consumidor.

Do mesmo modo, o artigo 6º, inciso V do CDC institui entre os direitos fundamentais do consumidor “a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos”, assim, entende-se, que mais do que a alusão anunciada quanto ao respeito ao amparo do consumidor, há igualmente uma inquietação manifesta a respeito da existência real da tutela legal no Código de Defesa do Consumidor.

Garcia (2017) assevera que a vulnerabilidade em relação à tecnologia acontece quando o cliente não tem informações características a respeito do produto que está adquirindo e, deste modo, sendo com facilidade ludibriada quanto às características do bem ou serviço. Tal vulnerabilidade é antevista para o consumista não profissional, podendo seriamente comprometer o profissional do endereço final. Para o autor seria aquela na qual o comprador não possui conhecimentos específicos sobre o produto ou o serviço, portanto, ser mais facilmente iludido no momento da contratação (Garcia, 2017, p.18)

A vulnerabilidade legal também é conhecida como científica, que diz respeito à ausência de informação jurídica específica, contábil ou econômica. Esse tipo de vulnerabilidade é previsto para o consumidor profissional e pessoa física, porém não se aproveita aos profissionais e pessoas jurídicas, que são reconhecidos como entendedores desses assuntos.

É correto dizer que a proteção em relação à vulnerabilidade do consumidor é embasada no crédito que este põe nos liames que formaliza no negócio de consumo. Para efetuar uma aquisição, por exemplo, o comprador precisa submeter-se a uma ficha cadastral, onde deverá fornecer todos seus dados particulares, como número de CPF, RG, endereço, e, até mesmo, seus dados financeiros (Miragem, 2013).

O incremento que hoje se apresenta em relação ao comércio eletrônico e a difusão dos contratos eletrônicos que são largamente utilizados nos processos de compra e venda, segundo Nunes (2019) aumentam as reflexões quanto aos efeitos da extensão de ocorrências a respeito de um dos institutos mais remotos do direito, o contrato. Deste modo, reconhecer a fragilidade dos consumidores em relação aos processos do *e-commerce* implica em compreender que faz referência a um grupo específico de consumidores que estão dependentes de situações que estão marcadas pela incerteza – ultrapassando os limites dos consumidores em negócios frequentes. É de suprema seriedade garantir-lhes o nível de resguardo adequado, levando em conta o seu grau de vulnerabilidade, aplicável a qualquer outro consumidor.

A assistência e amparo ao consumidor são fundamentais para assegurar um mercado lícito e contrabalançado, onde os consumistas possam depositar confiança, tanto nos produtos como nos serviços que adquirem, tendo acesso a subsídios claros e concisos a respeito de seus direitos e formas de demandar reparação caso ocorra prejuízo por práticas mercantis censuráveis ou artigos imperfeitos.

Nesse sentido, de acordo com Coelho (2020, p.211):

A proteção do consumidor no contrato eletrônico deve ser vista como uma questão de equilíbrio contratual, garantindo-se o respeito aos direitos do consumidor sem, contudo, prejudicar a livre iniciativa e a liberdade contratual das empresas.

Existem vários princípios bem como legislações que objetivam a proteção dos consumidores em contratos, notadamente em contratos eletrônicos, como o Código de Defesa do Consumidor que institui diferentes normas para a concretização de comércios à distância, garantindo aspectos como o direito de arrependimento, a exigência de apresentação clara e indispensável em relação ao produto ou serviço em questão e a garantia de caução e particularidade das informações relativas ao consumidor.

Marques (2010) comenta que é muito importante que no caso dos contratos eletrônicos, sejam lavrados de modo simples e objetivo para que seja acessível e assim não proporcionar equívocos e interpretações erradas. É essencial que o consumidor se apresente inteiramente conhecedor das condições registradas no contrato e que não seja pego de surpresa por disposições exageradas ou que infringem seus direitos. Conforme Marques (2010, p.168):

Os contratos eletrônicos devem ser redigidos de forma clara e acessível, utilizando-se de linguagem simples e objetiva, a fim de garantir a plena compreensão dos termos e condições do contrato pelo consumidor. Em resumo, a proteção do consumidor no contrato eletrônico passa pela observância das normas e legislações vigentes, pela transparência e clareza na redação do contrato, e pela adoção de medidas de segurança e privacidade dos dados do consumidor.

Assim, Santos (2020) assevera que ao analisar as disposições que constam nos termos de utilização das redes sociais, faz-se necessário ressaltar que seu conteúdo vasto e geral pode colaborar para prováveis descomedimentos no emprego dos conhecimentos informativos coletados. Posto que, diversos desses contratos explicam a coleta dos dados com o desígnio de aperfeiçoar a experiência do usuário, consistindo em comum que tais dados sejam aproveitados para fins comerciais.

No que se refere ao emprego dos dados coletados com o intento de admitir um melhor experimento ao cliente, ainda que o processamento de amplas bases de dados, através de tecnologias computacionais se apresentam sempre mais eficientes, sob outro aspecto, dissimulam os empenhos de uma parcela característica da população e acabam removendo a disposição de autonomia do sujeito e seu direito de entrada a bens e serviços, e a adequadas políticas públicas (Mulholland, 2018).

É fundamental resguardar juridicamente os dados pessoais dos usuários, principalmente em um espaço de compartilhamento aturado como é o caso das redes sociais que seguem as ações contratuais regularmente bem como as suas ações, para se resguardar o direito à privacidade e ao mesmo tempo a privacidade individual.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os contratos exercem uma função importante no meio social, por ter se tornado a forma mais utilizada para constituir relações que são obrigatórias entre as partes contratantes. Eles aparecem da necessidade do homem de manifestar aspirações e empenhos, de modo que direito

civil opera para regulamentar e resguardar essas relações. A visão atualmente envolve os contratos em uma probabilidade popular, na qual a interferência estatal é indispensável para assegurar a constituição de tais relações jurídicas de modo equivalente e claro.

Para que isto ocorra são empregados princípios, tais como, o da vulnerabilidade do consumidor, da boa-fé material, da isonomia contratual e da limpidez, procurando garantir elementos claros, objetivos e válidos ao consumidor, gerando uma relação contratual mais compensada, impedindo que sejam estabelecidas cláusulas indevidas que sejam abusivas e possibilitando que a parte considerada mais frágil e vulnerável tome determinações de forma consciente.

Desta forma, o presente estudo ao evidenciar os contratos no ordenamento jurídico brasileiro nos possibilita entender a sua seriedade, uma vez que é a influência mútua entre o Código Civil e o Código de Defesa do Consumidor que reforça a indigência de afiançar a justiça e a igualdade nas inclusões de dispêndio.

Com o desenvolvimento dos meios de comunicação social digitais e a rapidez das comercializações eletrônicas, tornou-se necessário que o direito tradicional adequasse os preceitos ante a este fato, para considerar demandas técnicas, de garantia e privacidade de informações. Isso devido à limpidez e a acessibilidade dos subsídios proporcionados que do mesmo modo são essenciais nesse espaço virtual.

Além do mais, a trajetória do ordinário contrato de forma eletrônica transcorre do progresso social de dispêndio e da tecnologia, onde as afirmações de aspiração são demonstradas por meio de um computador e o documento é preparado de modo parcial pelo fornecedor, sem que haja o conhecimento do consumidor.

Entretanto, o contrato de aceitação é marcado pela concordância sem a probabilidade de negociação das disposições antecipadamente constituídas por somente uma das partes. Tais disposições são organizadas, geralmente por empresas de grande porte, e conferidas aos consumidores, sendo lhes oferecida somente a alternativa de acolher ou desistir inteiramente dos termos.

Acontece que, no argumento de uma ocasião digital, essa forma de documento habitualmente manifesto como "Condições de Uso" "Termos de Uso", ou "Termos de Serviço" fazer jus a carecida de precaução, uma vez que ajustam a inclusão entre usuários e provedores de ofícios online, na maioria das vezes lavrados em elocução técnica e complicada. Assim sendo, esses termos deixam, muitas vezes, os usuários em condição de prejuízo exagerado por causa da possível falta de apreensão do documento e a não possibilidade de consenso das cláusulas, permanecendo limitadas as disposições de aceitá-las ou recusá-las.

Um dos maiores obstáculos encarados pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) relacionados aos contratos eletrônicos é precisamente o assentimento, por ser um dos princípios constitucionais na inclusão contratual e a lei institui que o processo de tratar os dados só pode acontecer com a licença promulgada do titular. No entanto, quando é admitido sem total conhecimento das consequências abrangidas, pode induzir a um acolhimento geral ou até mesmo pervertido.

A defesa da privacidade do mesmo modo é um desafio, uma vez que diversos usuários abdicam desse direito em permuta da utilização dos benefícios digitais. A ausência de clareza no modo como são utilizados os dados pessoais e partilhados é mais uma questão problemática. A LGPD institui o princípio da transparência, porém em várias ocasiões as informações são oferecidas de modo complexo, infringindo este dever.

A carência de nitidez na cessão de dados particulares está vinculada ao fato de os usuários não entenderem as vinculações entre os subsídios e seus resultados. E, com o fito de tentar precaver que isso aconteça, a citada lei antevê que o assentimento não terá validade se os esclarecimentos oferecidos ao titular forem enganadores ou impróprios, ou caso a apresentação não ocorra de forma transparente, clara e evidente.

Igualmente a confiança está intimamente vinculada à garantia e, para que os consumidores depositem confiança nessas relações, é preciso encontrar fornecedores confiáveis a entender os aspectos tecnológicos envolvidos nas transações online. Isso muitas vezes é difícil, e acaba deixando os consumidores em posição desfavorável.

Assim o legislador, ao instituir a LGPD, teve como objetivo se preocupar com a utilização inconveniente dos dados cadastrais, uma vez que várias empresas recolhem dados individuais dos usuários como sendo uma forma de liquidação em permuta do acesso ao teor em muitas ocasiões partilham ou comercializam tais dados sem que haja o conhecimento e a concordância do usuário.

No entanto, é importante lembrar que cláusulas contratuais que falam sobre coletar e usar dados pessoais podem ser vistas como ruins se não respeitarem o direito à privacidade. Assim, mesmo que haja muitos desafios para fazer com que as leis de proteção de dados na internet sejam de fato aplicadas, entendemos que os legisladores pensaram em várias maneiras de evitar problemas como aceitar termos obrigatoriamente, quando as regras não são claras, quando a privacidade é trocada por vantagens e quando não se sabe para onde os dados pessoais estão sendo enviados. Eles querem evitar esses problemas e buscar maneiras de punir quem não segue as regras.

É importante ressaltar que além do Código de Defesa do Consumidor, não existia uma lei especial que versasse sobre os exercícios ilegais e abusivos dos empreendimentos comerciais em relação ao amparo e garantia dos dados individuais dos consumidores. Como implicação, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais modernizou ao exigir mudanças e exigências voltadas para os contratos como um todo, que abrangem qualquer configuração de processamento de dados particulares, congreguem e adotem os princípios e cláusulas estabelecidas na referida lei.

Finalmente, a fim de que as medidas sejam de modo pleno diligentes, é de extraordinária seriedade e precisão o esclarecimento dos consumidores a respeito de seus direitos e a transparência e cooperação das empresas. Deste modo será possível harmonizar os confortos oferecidos pelos contratos eletrônicos de adesão bem como os direitos obtidos ultrapassando vários obstáculos e dificuldades que estão aprovados pelo ordenamento jurídico brasileiro.

## REFERÊNCIAS

BARBAGALO, Erica Brandini; **Contratos Eletrônicos: contratos formados por meio de redes de computadores: peculiaridades jurídicas da formação do vínculo**. São Paulo: Saraiva, 2000, p.48-58

BASAN, A. P.; FALEIROS JÚNIOR, J. L. DE M. A proteção de dados pessoais e a concreção do direito ao sossego no mercado de consumo. **civilistica.com**, v. 9, n. 3, p. 1-27, 22 dez. 2020. Disponível em: <https://civilistica.emnuvens.com.br/redc/article/view/565>. Acesso em: 26 nov.2023.

BASAN, A. P.; FALEIROS JÚNIOR, J. L. de M. Desafios da predição algorítmica na tutela jurídica dos contratos eletrônicos de consumo. **Revista Brasileira de Direito Civil**, [S. l.], v. 30, n. 04, p. 237, 2022. Disponível em: <https://rbdcivil.emnuvens.com.br/rbdc/article/view/530>. Acesso em: 18 nov. 2023.

BASAN, A. P. O contrato existencial: análise de decisão judicial que assegura a sua aplicação. **Revista Brasileira de Direito Civil**, [S. l.], v. 7, n. 01, 2017. Disponível em: <https://rbdcivil.emnuvens.com.br/rbdc/article/view/70>. Acesso em: 18 nov. 2023.

BESSA, L. R.; ALMEIDA, M. H. S. DE. A vulnerabilidade do titular de dados e a responsabilidade civil na Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD. **civilistica.com**, v. 12, n. 2, p. 1-23, 1 out. 2023. Disponível em <https://civilistica.emnuvens.com.br/redc/article/view/662>. Acesso em: 17 nov.2023.

BLUM, R. O. **Direito Eletrônico: a Internet e os Tribunais**. 2 ed. São Paulo: Edipro, 2018.

BOIAGO JÚNIOR, José Wilson. **Contratação eletrônica: aspectos jurídicos**. Curitiba: Juruá, 2005.

BRASIL, Ângela Bittencourt. **Contratos Virtuais**. 2009. Disponível em: <http://www.jurisdoctor.adv.br/artigos/contvirt.htm>. Acesso em: 28/02/2024

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm). Acesso em: 28 fev. 2024.

BRASIL. **Lei nº 13.370, de 14 de agosto de 2018**. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Brasília, DF. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm). Acesso em: 28 fev. 2024.

CANTO, R. E. **A vulnerabilidade dos consumidores no Comércio Eletrônico: a reconstrução da confiança na atualização do Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2015

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito civil: contratos**, volume 3 [livro eletrônico].2. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020

CORTEZ, T. R. P. Da vulnerabilidade à hipervulnerabilidade dos consumidores uma análise do rol não taxativo do inciso IV, artigo 39, do Código de Defesa do Consumidor. **Revista FIDES**, v. 11, n. 1, 16 jul. 2020. Disponível em: <http://www.revistafides.ufrn.br/index.php/br/article/view/458>. Acesso em: 16 nov. 2023.

COTS; M.; OLIVEIRA, R. **Lei geral de proteção de dados pessoais comentada**. 3ª Edição. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

FACHINI, Tiago. **Contrato eletrônico**: segurança e requisitos de validade. Disponível em: <https://www.projuris.com.br/blog/o-que-e-contrato-eletronico/>. Acesso em: 26 fev. 2024.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Direito do Consumidor**. Niterói: Impetus, 2017.

LAWAND, Jorge José. **Teoria geral dos contratos eletrônicos**. São Paulo: Editora Juarez de Oliveira, 2007.

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

LIMA, Marcela Chiavassa de Mello Paula; SILVA, Fabiana Apareciada dos Reis. **Contratos eletrônicos**: conceito, momento da formação e direito de arrependimento no Direito brasileiro. Disponível em: [https://revistaaji.com/articulos/2023/18/AJI18\\_45.pdf](https://revistaaji.com/articulos/2023/18/AJI18_45.pdf). Acesso em: 02 fev. 2024.

LÔBO, Paulo Luiz Netto. **A informação como direito fundamental do consumidor**. In: NERY JÚNIOR, Nelson (Org.); NERY, Rosa Maria de Andrade (Org.). Doutrinas essenciais responsabilidade civil. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010. p. 95-114.

MARQUES, Claudia Lima. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**/ Claudia Lima Marques, Antônio Herman V. Benjamin, Bruno Miragem. – 3. ed. rev., atual. E ampl. – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010

MIRAGEM, Bruno. Novo paradigma tecnológico, mercado de consumo digital e o direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 125, set./out. 2019. Disponível em: <https://brunomiragem.com.br/wp-content/uploads/2020/06/003-novo-paradigma-tecnologico-e-consumo.pdf>. Acesso em: 26 nov. 2023.

MIRAGEM, B. **Direito civil: direito das obrigações**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

NUNES, R. **Curso de direito do consumidor**. 12. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

OLIVEIRA, L. R. Pré-venda: descubra o poder dela para fechar mais negócios. rockcontent, 2017. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/pre-venda/>. Acesso em: 28 fev. 2024.

OLIVEIRA, Marcelo Ribeiro de. A atividade notarial digital em face do Projeto de Lei 1589/99. **Jus Navigandi**, Teresina, ano 4, n. 43, jul. 2000. Disponível em: <http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=1805>. Acesso em: 28 fev. 2024.

Pereira, A. P. M. (2018) Constituição de um currículo multirreferencial: caminhos possíveis [Dissertação de mestrado, Universidade do Vale do Rio Sinos]. **Repositório Digital da Biblioteca da Unisinos**. Disponível em: <https://repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/7658>. Acesso em: 05 jul. 2024.

SANTOS, Manoel J. Pereira dos. **Contratos Eletrônicos**. In: ROVER, Aires José (Org.). **Direito, sociedade e informática: limites e perspectivas da vida digital**. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2000.

SILVA, R. DA G. Equilíbrio e vulnerabilidade nos contratos: marchas e contramarchas do dirigismo contratual. **civilistica.com**, v. 9, n. 3, p. 1-35, 25 dez. 2020. Disponível em: <https://civilistica.emnuvens.com.br/redc/article/view/666>. Acesso em: 16 nov. 2023.

SOUZA, E. N. DE; SILVA, R. DA G. Autonomia, discernimento e vulnerabilidade: estudo sobre as invalidades negociais à luz do novo sistema das incapacidades. **civilistica.com**, v. 5, n.1, p.137,13.jul.2016. Disponível em: <https://civilistica.emnuvens.com.br/redc/article/view/245>. Acesso em: 17 nov. 2023.

SZTAJN, R. Sociedades e contratos incompletos. **Revista da Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo**, [S. l.], v. 101, p. 171-179, 2006. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rfdusp/article/view/67703>. Acesso em: 18 nov. 2023.

TEIXEIRA NETO, Felipe; FALEIROS JÚNIOR, José Luiz de Moura. Contratos eletrônicos de consumo nos 30 anos do código de defesa consumidor: reflexões à luz das experiências brasileira e portuguesa. **Revista Eletrônica de Direito do Centro Universitário Newton Paiva**, Belo Horizonte, n.41, p.145-171, maio/ago. 2020. Disponível em: <https://uspbr.academia.edu/jfaleiros>. Acesso em: 21 nov. 2023.