XXVI ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI BRASÍLIA – DF

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

JOANA STELZER

RENATA DE ASSIS CALSING

CLAUDIA LIMA MARQUES

Copyright © 2017 Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

Todos os direitos reservados e protegidos.
Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria – CONPEDI
Presidente - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UNICAP
Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Ingo Wolfgang Sarlet – PUC - RS
Vice-presidente Sudeste - Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim – UCAM
Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Maria dos Remédios Fontes Silva – UFRN
Vice-presidente Norte/Centro - Profa. Dra. Julia Maurmann Ximenes – IDP
Secretário Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba – UFSC
Secretário Adjunto - Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto – Mackenzie

Representante Discente – Doutoranda Vivian de Almeida Gregori Torres – USP

Conselho Fiscal:
Prof. Msc. Caio Augusto Souza Lara – ESDH
Prof. Dr. José Querino Tavares Neto – UFG/PUC PR
Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini Sanches – UNINOVE
Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva – UFS (suplente)
Prof. Dr. Fernando Antonio de Carvalho Dantas – UFG (suplente)

Secretarias:
Relações Institucionais – Ministro José Barroso Filho – IDP
Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho – UPF
Educação Jurídica – Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues – IMED/ABEDi
Eventos – Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta – FUMEC
Prof. Dr. Jose Luiz Quadros de Magalhaes – UFMG
Profa. Dra. Monica Herman Salem Caggiano – USP
Prof. Dr. Valter Moura do Carmo – UNIMAR
Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr – UNICURITIBA
Comunicação – Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro – UNOESC

D597

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Claudia Lima Marques; Joana Stelzer; Renata de Assis Calsing - Florianópolis: CONPEDI, 2017.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-85-5505-442-6
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: Desigualdade e Desenvolvimento: O papel do Direito nas Políticas Públicas

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Consumismo. 3. Superendividamento. 4. Responsabilidade civil. XXVI EncontroNacional do CONPEDI (26. : 2017 : Brasília, DF).

CDU: 34

Conselho Nacional de Pesquisa
e Pós-Graduação em Direito

XXVI ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI BRASÍLIA – DF

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Apresentação

Estes anais representam a consolidação de diferentes estudos realizados por pesquisadores e estudantes oriundos de diversos Programas de Pós-Graduação em Direito do Brasil que foram selecionados pelo sistema double blind peer review e apresentados e discutidos no Grupo de Trabalho Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo ocorrido por ocasião do XXVI Encontro Nacional do CONPEDI, realizado em Brasília, entre os dias 19 a 21 de julho de 2017. Sob o tema "Desigualdades e Desenvolvimento: O papel do Direito nas políticas públicas" e com a parceria da Universidade de Brasília (Curso de Pós-Graduação em Direito da UnB - Mestrado e Doutorado), o encontro mais uma vez oportunizou um espaço multidimensional para as mais variadas e vívidas discussões. O CONPEDI tem se consagrado ano após ano como maior e melhor evento da Pós-Graduação em Direito do País.

O Grupo de Trabalho se destacou pela profundidade na discussão de seus temas, onde podemos destacar estudos sobre as relações de consumo, com destaque para as situações de vulnerabilidade que dela podem decorrer; sobre o consumismo em um mundo globalizado e as dificuldades e novos desafios daí decorrentes; sobre o superendividamento em suas diversas nuances; e aspectos de responsabilidade civil e penal decorrentes do direito consumerista.

Os diversos temas que integram esse volume demonstram o incontestável esforço dos autores em trazer à luz temáticas com densidade teórica e complexidade, ou seja, características oportunas para os estudos em esfera de pós-graduação.

Esta coletânea conseguiu reunir uma massa crítica de cunho reflexivo sobre diferentes temas ligados à sua área de pesquisa que se encontram na vanguarda das discussões atuais, tanto no Brasil como no exterior. Os trabalhos promovidos no encontro presencial também possibilitaram novas reflexões acerca das pesquisas selecionadas, possibilitando uma interlocução entre diferentes grupos de pesquisadores, de diferentes regiões do país e comprometidas a continuar desbravando novos temas que consigam fazer a ponte entre a academia e a função do direito nas políticas públicas que visam reduzir as desigualdades sociais existentes hoje no Brasil.

Desta forma, é com imensa satisfação que as Coordenadoras desse Grupo de Trabalho apresentam esta obra. Pela novidade e profundidade de seus artigos, acreditamos em seu potencial de elevar as discussões entre os cursos de Pós-graduação no Brasil e os setores público e privado, a fim de que o estudo do Direito alcance, cada dia mais, sua função de transformação das relações sociais desiguais perpetuadas pela globalização do consumo, que abarcam as relações de produção de bens, de trabalho e capital, além do comércio, que é apenas o desfecho do ciclo do capitalismo moderno.

Profª. Drª. Claudia Lima Marques

Profª. Drª. Joana Stelzer (UFSC)

Profª. Drª. Renata de Assis Calsing (UDF)

AS CLÁUSULAS ABUSIVAS NOS CONTRATOS DE ADESÃO CELEBRADOS À DISTÂNCIA: A DIRETIVA 2011/83 DA UNIÃO EUROPEIA E A ATUALIZAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR BRASILEIRO

THE ABUSIVE CLAUSES IN ADHESION CONTRACTS CONCLUDED AT DISTANCE: THE EUROPEAN UNION DIRECTIVE 2011/83 AND THE UPDATE OF THE BRAZILIAN CONSUMER PROTECTION CODE

Mariana Sebalhos Jorge [1]

Resumo

O presente trabalho analisa a relação de consumo a partir da massificação dos contratos. O reflexo direto pode ser observado na utilização dos contratos de adesão, que são formulados unilateralmente pelo fornecedor, devendo o consumidor apenas aceitá-lo ou não. A presença de cláusulas abusivas torna-se outro fator que ratifica a vulnerabilidade. A análise destes fatores é necessária para posteriormente compreender as semelhanças e diferenças entre a Diretiva 2011/83 da União Europeia e o projeto de lei do Senado nº 281 de 2012, com foco nos contratos celebrados à distância através da internet.

Palavras-chave: Consumidor, Contrato de adesão, União europeia, Código de defesa do consumidor, Vulnerabilidade

Abstract/Resumen/Résumé

This paper analyzes the relation of consumption from the massification of the contracts. The direct reflection can be observed in te use of the adhesion contracts, which are formulated unilaterally by the supplier, and the consumer only accepts it or not. The presence of abusive clauses becomes another factor that ratifies the vulnerability. The analysis of these factors is necessary to later understand the similarities and differences between the European Union Directive 2011/83 and the Senate Law Project No. 281 of 2012, focusing on contracts concluded at a distance through the internet.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Consumer, Adhesion contract, European union, Consumer protection code, Vulnerability

[1] Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Direito na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Bacharel em Relações Internacionais (UFSM). Bacharel em Direito (UNIFRA).

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

As relações sociais sofrem constantes mudanças, exigindo do direito uma resposta imediata às novas situações que se formam. Hoje as pessoas possuem maior facilidade em circular livremente pelos países e adquirir produtos que se encontram em outros Estados criando novas relações jurídicas, inclusive no direito do consumidor.

O equilíbrio, ou no caso a falta dele, é o fator decisivo para a intervenção estatal na relação contratual de consumo, fornecendo proteção ao elo vulnerável desta relação, o consumidor. O presente trabalho possui o objetivo de analisar as semelhanças e as diferenças existentes entre a diretiva 2011/83 da União Europeia e o projeto de lei do Senado nº 281 de 2012, com o foco mais direcionado à proteção do consumidor participante do comércio eletrônico.

Para tanto, em um primeiro momento será realizada uma análise dos elementos que tornam a relação de consumo uma relação desigual, a partir do contrato de adesão, das cláusulas abusivas e da própria vulnerabilidade do consumidor, ampliada no comércio eletrônico. Para que em um segundo momento possa ser realizada uma análise da necessidade de atualização do Código de Defesa do Consumidor brasileiro, bem como uma aproximação entre a diretiva da União Europeia e o projeto que pretende atualizar a lei brasileira.

Para isto será utilizado o método dedutivo, partindo de uma análise da relação de consumo *lato sensu*, com o contrato de adesão, as cláusulas abusivas e a vulnerabilidade do consumidor, para então especificar nas semelhanças e diferenças entre a Diretiva 2011/82 da União Europeia e o projeto de lei do Senado nº 281 de 2012.

1 O DESEQUILÍBRIO CONTRATUAL NOS CONTRATOS CONSUMERISTAS DE ADESÃO

Imprescindível para este trabalho se faz a análise dos contratos típicos de consumo que são reconhecidos por demonstrar na prática a desigualdade das partes contratantes: os contratos de adesão. Ao mesmo tempo que o contrato de adesão surgiu como a solução do mundo moderno, por permitir ao consumo a praticidade que era necessária, este atuou como um acelerador das cláusulas abusivas, diante da liberdade exacerbada que concede ao fornecedor.

Este desequilíbrio contratual, evidente na vulnerabilidade do consumidor – que nos contratos de adesão só tem a opção de aceitar o contrato que já está pronto – foi agravada no consumo virtual, cenário que apenas ampliou a sua fraqueza.

1.1 Os contratos de adesão e as cláusulas abusivas no direito do consumidor

Com o surgimento das economias de mercado e consequentemente do capitalismo, percebeu-se um cenário global com importantes mudanças no setor produtivo, e nas relações de trabalhos. Conforme Jean Baudrillard, "antigamente, bastava ao capital produzir mercadorias, o consumo sendo mera consequência. Hoje é preciso produzir consumidores, é preciso produzir a própria demanda e esta produção é infinitamente mais custosa do que a das mercadorias"[1].

De acordo com o autor, percebe-se esta vontade de se produzir mais, para que exista uma demanda sempre crescente e que permita uma produção com elevados lucros, como um ciclo do sistema econômico capitalista. Esta nova forma de produção incentivou o comércio e impulsionou o consumo, que desde então só aumentou. Com cada vez mais países aderindo ao capitalismo, surgiu uma preocupação jurídica na busca por proteção aos consumidores, diante da desigualdade entre as partes que formavam este negócio jurídico.

Com a industrialização, os contratos sofreram significativas alterações, de modo que as contratações passaram a ocorrer em massa. Claudia Lima Marques refere ao período como a massificação das relações contratuais, o que desencadeou uma crise na teoria contratual clássica que parecia se distorcer diante da realidade consumerista[2].

Estes "métodos de contratação em massa"[3] foram amplamente utilizados nas relações de consumo existentes entre as empresas e os consumidores, de modo que os contratos de consumo passaram a ter cada vez mais padrões já pré-estabelecidos por parte da empresa, adquirindo o nome de contratos de adesão.

Esta contratação em massa já é considerada "a maneira normal de concluir contratos", ainda mais quando "há superioridade econômica ou técnica entre os

---

[1] BAUDRILLARD, 1994, p. 26.

[2] Conforme Claudia Lima Marques: "A evolução, em especial a industrialização, a maior rapidez e multiplicidade de comércio de bens, levou à chamada massificação das relações contratuais, desencadeando uma séria crise na teoria contratual clássica, que não conduzia a resultados aceitáveis frente à realidade da sociedade de consumo". MARQUES, 1994, p. 29.

[3] MARQUES, 1994, p. 29.

contratantes, seja com seus fornecedores, seja com seus assalariados”[4]. Neste modelo, a parte mais fraca não possui liberdade de alterar o contrato, devendo apenas aceitá-lo ou não, o que intensifica a sua vulnerabilidade diante da parte fornecedora responsável pela elaboração do contrato.

Conforme Claudia Lima Marques, contrato de adesão “é aquele cujas cláusulas estão pré-estabelecidas unilateralmente pelo parceiro contratual economicamente mais forte (fornecedor), *ne variatur*, isto é, sem que o outro parceiro (consumidor) possa discutir ou modificar substancialmente o conteúdo do contrato”[5].

O contrato de adesão é considerado uma das facilidades do mundo globalizado, uma vez que não parece adequado que em cada ida do consumidor ao supermercado, por exemplo, este fosse obrigado a sentar junto ao fornecedor a fim de negociar o contrato de consumo ali celebrado. Ao mesmo tempo, quando este consumidor se dirige até uma instituição financeira a fim de celebrar um contrato de prestação de serviços, se depara com contratos já prontos e que poucas variações possuem de uma instituição para outra.

Este cenário demonstra a desigualdade existente entre as partes – consumidor e fornecedor – que resta evidente na contratação em massa realizada por meio dos contratos de adesão, uma vez que a parte mais fraca fica condicionada a aceitar os termos pré-estabelecidos pela parte com maior potencial econômico. Como ratifica Orlando Gomes, “o consentimento manifesta-se por simples adesão a conteúdo pré-estabelecido da relação jurídica”[6].

Ressalta-se a importância da existência dos contratos de adesão, como afirma Gabriel Stiglitz, ao considerar que estes são inevitáveis diante da “dinâmica do tráfico econômico moderno que impede a elaboração de contratos individuais e discutidos com cada um dos clientes”[7]. Há uma maior preocupação, no entanto, com as cláusulas previstas nestes contratos, que podem, por vezes, ser consideradas abusivas.

Outro significativo ponto a se destacar é que a principal característica do contrato de adesão não parece ser a massificação das relações contratuais, tendo sido esta a razão pela qual estes contratos se tornaram frequentes. A característica fundamental do contrato de adesão seria a assimetria e o desequilíbrio existentes entre os contratantes desde o

---

[4] MARQUES, 2004, p. 54.
[5] MARQUES, 2004, p. 58.
[6] O autor afirma ainda que “no contrato de adesão uma das partes tem de aceitar, em bloco, as cláusulas estabelecidas pela outra parte, aderindo a uma situação contratual que encontra definida em todos os seus sentidos”. GOMES, 2001, p. 109.
[7] STIGLITZ, 1992, p. 187.

início da relação jurídica[8]. Em função deste desequilíbrio existente é que a interpretação das cláusulas contidas nos contratos de adesão, especialmente aquelas cláusulas dúbias, deverão ser mais favoráveis ao consumidor. Este princípio geral da interpretação pró-consumidor é expresso no artigo 47 do Código de Defesa do Consumidor[9].

Assim, é possível observar uma preocupação do Código de Defesa do Consumidor com as cláusulas consideradas abusivas, prevendo no artigo 51 que serão nulas de pleno direito as cláusulas que "estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade"[10].

Uma cláusula abusiva será aquela capaz de colocar a parte mais fraca em desvantagem na relação de consumo, não apenas nos contratos de adesão e sim em todo e qualquer contrato de consumo. Como afirma Fernando Noronha, serão abusivas as cláusulas que criam "uma situação grave de desequilíbrio"[11] entre as partes. Para o autor, "abusivas são cláusulas que, em contratos entre as partes de desigual força, reduzem unilateralmente as obrigações do contratante mais forte ou agravam as do mais fraco"[12].

A abusividade das cláusulas é mais facilmente visível nos contratos de adesão por corresponder à "unilateralidade excessiva", por ser "o desequilíbrio contrário à essência, ao objetivo contratual, aos interesses básicos presentes naquele tipo de relação"[13]. Claudia Lima Marques afirma ainda que a abusividade da cláusula contratual "é a autorização da atuação desleal, maliciosa, de má-fé subjetiva, que esta cláusula, se cumprida, irá ocasionar"[14].

Todo este cenário ocorre em função deste desequilíbrio baseado na vulnerabilidade do consumidor perante o fornecedor, e que se demonstra agravado quando submetido a relações sociais pactuadas pelo meio eletrônico, comuns atualmente no dia-a-dia das pessoas.

1.2 O desequilíbrio contratual a partir da vulnerabilidade do consumidor

---

[8] Neste sentido Graciela Lovece afirma: "La connotación fundamental de la estructura de adhesión es la situación de asimetría y desequilibrio existente entre los contratantes desde el inicio de la relación jurídica". LOVECE, 2000, p. 19.
[9] BRASIL, Lei nº 8.078 de 1990. Código de Defesa do Consumidor.
[10] BRASIL, Lei nº 8.078 de 1990. Código de Defesa do Consumidor.
[11] NORONHA, 1994, p. 3.
[12] NORONHA, 1994, p. 3.
[13] MARQUES, 1995, p. 63.
[14] MARQUES, 1995, p. 63.

Esta vulnerabilidade se apresenta no Direito do Consumidor como um dos principais fatores que originou e que consagra esta proteção ao elo consumerista, por se considerar uma relação desigual, com um lado mais fraco diante do outro.

A doutrina, em si, divide esta em, basicamente, três espécies: fática, técnica e jurídica. No entanto, atualmente existe uma nova concepção de vulnerabilidade que permite a esta ir além, a partir da vulnerabilidade informacional, psíquica, ou agravada, quando uma condição do consumidor potencializa aquela vulnerabilidade já existente.

A vulnerabilidade fática estaria relacionada à "discrepância entre a maior capacidade econômica e social dos agentes econômicos e a condição de hipossuficiente dos consumidores"[15]. A vulnerabilidade técnica refere-se à falta de conhecimento por parte do consumidor em relação ao produto ou serviço, por este não conhecer seu processo produtivo ou por lhe faltar informações. E a vulnerabilidade jurídica seria pela falta de conhecimento por parte do consumidor dos seus direitos, ou por não saber a quem reclamar ou recorrer.

Atualmente, diante desta nova concepção da vulnerabilidade, há o entendimento da existência de uma vulnerabilidade informacional, intrínseca ao consumidor e que se sobressai hoje uma vez que as informações existem, mas facilmente manipuladas. De acordo com Cláudia Lima Marques, "hoje, porém, a informação não falta, ela é abundante, manipulada controlada e, quando fornecida, desnecessária"[16].

Segundo a autora, ainda, "o consumidor experimenta neste mundo livre, veloz e global (relembre-se aqui o consumo pela internet, pela televisão, pelo celular, pelos novos tipos de computadores, cartões e chips), sim, uma nova vulnerabilidade", na qual destaca como uma "hipervulnerabilidade"[17].

Outra vulnerabilidade que se destaca, nos dias atuais, é a psíquica ou biológica. Diante desta, o consumidor adquiriria os produtos por se encontrar em um momento psíquico fragilizado, sendo que sem esta condição a compra não ocorreria, de modo que "o consumidor, portanto, em virtude de sua vulnerabilidade psíquica adquire uma série de produtos e serviços, muito mais por estímulos provocados por técnicas sofisticadas de marketing do que por uma necessidade real de consumo"[18].

O que se observa é que "o Código de Defesa do Consumidor veio para corrigir

---

[15] CAVALIERI FILHO, 2008, p. 39.
[16] BENJAMIN; MARQUES; BESSA, 2008, p. 24.
[17] BENJAMIN; MARQUES; BESSA, 2008, p. 24.
[18] BESSA, 2007, p. 41.

esses ‘efeitos perversos’ do mercado de consumo, atribuindo ao consumidor uma igualdade jurídica destinada a compensar a sua desigualdade econômica frente ao fornecedor”[19].

O artigo 4º, inciso I do Código de Defesa do Consumidor deixa evidente a vulnerabilidade existente na relação de consumo, definindo como um princípio “o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo”[20].

Esta desigualdade, como vista, é visível nos contratos de adesão em que a parte consumidora é obrigada a aceitar as cláusulas pré-estabelecidas pela outra parte, a fim de concluir a contratação e garantir o produto ou serviço. Como afirma Lorenzetti, “vulnerável é um sujeito que é fraco frente a outro na relação de consumo”[21]. Por este motivo, este sujeito necessita de proteção especial do legislador para que se possa promover a igualdade das relações de consumo, motivo pelo qual se justifica a intervenção estatal na proteção do consumidor[22].

Esta vulnerabilidade é ampliada quando a relação de consumo passa a outro âmbito: o eletrônico. Com o desenvolvimento social e tecnológico, observou-se cada vez mais a utilização da *internet* para fins comerciais.

Ao longo do tempo, destaca-se que muitas inovações surgiram no mundo através das novas tecnologias. Estas inovações, como o surgimento da *internet*, afetaram a sociedade diretamente, que passou a utilizá-las diariamente – trazendo novas preocupações para o meio jurídico. Conforme Manuel Castells, “a internet é a espinha dorsal da comunicação global mediada por computadores (CMC): é a rede que liga a maior parte das redes”[23].

O autor realça o aumento que o uso da *internet* sofreu ao longo dos últimos anos, evidenciando que este uso já se expande para uma lista grande de diferentes atividades sociais, e destaca um ponto importante para o Direito do Consumidor ao referir que “as compras *on-line* estão explodindo, não por imposição dos shopping centers, mas vinculadas a eles, embora algumas lojas tradicionais [...] desaparecerão ou serão transformadas pela concorrência *on-line*”[24].

---

[19] CAVALIERI FILHO, 2008, p. 42.
[20] BRASIL. Lei nº 8.078 de 1990. Código de Defesa do Consumidor.
[21] LORENZETTI, 2009, p. 255.
[22] SCHMITT, 2014, p. 201.
[23] CASTELLS, 2005, p. 431.
[24] CASTELLS, 2005, p. 447.

Diante deste movimento constante do mercado de consumo, que foi, de certo modo, incentivado e facilitado pela ascensão das redes, é que muitos questionamentos surgem. É interessante pensar que a *internet* proporciona ao consumidor final um acesso direto a uma oferta de produtos e de informações que vão muito além daquelas disponíveis em uma loja física.

O comércio eletrônico, neste sentido, apresenta dois eixos principais, em que cada um apresenta diferentes aspectos jurídicos: o B2B e o B2C. "O B2B (*business-to-business*) significa as contratações eletrônicas efetuadas entre empresas nas transações envolvendo insumos"[25] e aparentemente representa as contratações entre partes com certa igualdade. "Já o B2C (*business-to-consumer*) são as transações efetuadas com consumidores ou utilitários finais de produtos e/ou serviços adquiridos pela Rede"[26], demonstrando a vulnerabilidade de uma das partes perante a outra.

Há ainda o reconhecimento de um terceiro eixo no comércio eletrônico, o C2C (*consumer-to-consumer*) por parte da doutrina, que reconhece as relações existentes entre os próprios consumidores[27].

Assim, ao mesmo tempo que as redes são positivas por proporcionarem uma comunicação maior entre pessoas desconhecidas, exige-se uma confiança no desconhecido no momento de se estabelecer uma relação jurídica, ou simplesmente fática, eletrônica, virtual.

Conforme afirma Cláudia Lima Marques, "a importante pergunta que se coloca é se este meio eletrônico realmente aumentou o poder decisório do consumidor/cibernauta", já informando a autora que "a resposta é novamente pós-moderna, dúbia [...] porque a Internet traz uma aparência de liberdade, [...] mas a vulnerabilidade do consumidor aumenta"[28].

Lorenzetti afirma que "as empresas atuam profissionalmente perante consumidores leigos, o que os distancia em nível econômico e em nível de

---

[25] FINKELSTEIN, 2011, p. 39.
[26] FINKELSTEIN, 2011, p. 39.
[27] Conforme Fábio Lima: "Para além destes dois tipos de plataformas, e apesar da grande maioria dos autores não o referir, faz todo o sentido considerar também as plataformas consumer-to-consumer, que podem ser caracterizadas como as plataformas que possibilitam a troca de produtos/serviços entre consumidores". LIMA, 2012, p. 23.
[28] MARQUES, 2004, p. 71. Claudia Lima Marques vai além e refere alguns dos fatores que aumentam a vulnerabilidade do consumidor no meio eletrônico: "Se tem uma ampla capacidade de escolher, sua informação é reduzida (extremo déficit informacional), a complexidade das transações aumenta, sua privacidade diminui, sua segurança e confiança parecem desintegrarem-se em uma ambigüidade básica: pseudo-soberania do indivíduo/sofisticação do controle". MARQUES, 2004, p. 72.

conhecimento”[29]. De acordo com o autor “o que ocorre no mundo real também se repete no mundo virtual”[30].

Estas novas situações, como o aumento significativo das contratações à distância reforçaram a necessidade de atualização no código de defesa do consumidor, datado de 1990. Esta atualização teve grande influência das diretivas da União Europeia sobre o direito do consumidor, tanto da diretiva referente às cláusulas abusivas, já mais antiga quanto da diretiva referente aos direitos dos consumidores em si, que será mencionada.

2 A DIRETIVA 2011/83 DA UNIÃO EUROPEIA E A ATUALIZAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR BRASILEIRO

Para destacar a necessidade de atualizar o Código de Defesa do Consumidor brasileiro e o importante papel que a diretiva 2011/83 teve neste processo de atualização que está em curso, é importante observar as cláusulas abusivas existentes nos contratos de adesão celebrados à distância diante da atual inexistência de proteção específica ao consumidor que participa deste comércio. O consumidor, nestas situações, é submetido às vias judiciais a fim de solucionar um problema – em alguns casos este problema consiste no não recebimento do produto adquirido.

Em um segundo momento, a intenção, então, é a aproximação teórica entre a diretiva 2011/83 da União Europeia e o projeto de lei do Senado nº 281 de atualização do Código de Defesa do Consumidor, a partir das suas semelhanças e diferenças.

2.1 As cláusulas abusivas nos contratos de adesão celebrados à distância ou fora do estabelecimento comercial no direito brasileiro

Os projetos de atualização do Código de Defesa do Consumidor buscam a atualização do microssistema de defesa do consumidor de modo que este permaneça unificado. A atualização prevê, assim, situações que antes não faziam parte da realidade social. As contratações à distância ou fora do estabelecimento comercial ampliaram significativamente, o que apenas intensificou o desequilíbrio existente entre as partes. A todos os fatores de desequilíbrio já existentes na relação de consumo, acrescentou-se a distância do consumidor com o fornecedor e com o próprio produto que adquire.

[29] LORENZETTI, 2004, p. 363.
[30] LORENZETTI, 2004, p. 363.

Ao se referir sobre as cláusulas abusivas existentes principalmente nos contratos celebrados à distância ou fora do estabelecimento comercial tem que se mencionar o princípio do equilíbrio ou equivalência negocial. Este princípio é considerado fundamental e sua não observância pode causar o término de um negócio jurídico. Dessa forma, o artigo 4º, inciso III do Código de Defesa do Consumidor refere o "equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores"[31].

Ainda no Código de Defesa do Consumidor se observa no artigo 51º, § 1º, inciso III[32], que se presume exagerada a vontade que se mostrar excessivamente onerosa para o consumidor, permitindo uma análise criteriosa caso a caso. Ratifica-se que o objetivo é coibir aquelas cláusulas que acentuam o desequilíbrio e a equivalência entre as partes.

O que resta evidente é que todos estes fatores que influenciam na vulnerabilidade do consumidor são agravados quando a contratação é realizada por meio eletrônico. Por este motivo é que o atual Código de Defesa do Consumidor se demonstrou ultrapassado para tratar de uma questão tão moderna e que, apesar de recente, já é massivamente utilizada no cotidiano das pessoas.

O exemplo da desatualização do atual texto do Código de Defesa do Consumidor é o constante debate existente na doutrina quanto a utilização do direito de arrependimento contido no artigo 49 para as contratações realizadas pela *internet*. Ainda que o entendimento da maior parte da doutrina seja pela incidência deste artigo às contratações eletrônicas – entendimento que já foi adotado pelos tribunais brasileiros – é possível observar quem entenda o contrário.

O doutrinador Fábio Ulhoa Coelho, por exemplo, em obra mais recente, afirma que "o art. 49 do CDC não deve ser aplicado ao comércio eletrônico porque não se trata de negócio concretizado fora do estabelecimento do fornecedor"[33]. O autor ratifica o seu entendimento afirmando que "a compra de produtos ou serviços por meio da internet realiza-se 'dentro' do estabelecimento (virtual) do fornecedor"[34].

Para este debate, fundamental se faz a análise conceitual de estabelecimento comercial, a fim de compreender a escrita literal do artigo 49. O que se compreende na prática, no entanto, é que o direito de arrependimento é dado ao consumidor em situações

[31] BRASIL, Código de Defesa do Consumidor, Lei nº 8.078 de 1990.
[32] BRASIL, Código de Defesa do Consumidor, Lei nº 8.078 de 1990.
[33] COELHO, 2015, p. 64.
[34] COELHO, 2015, p. 64.

que este realize a compra sem ter acesso imediato ao produto, motivo no qual este teria a liberdade de se arrepender da compra a partir do contato inicial com o objeto adquirido.

De acordo com Fábio Ulhoa Coelho, o consumidor que realiza a contratação pelo meio eletrônico "não tem direito de arrependimento, a menos que o empresário tenha utilizado em seu website alguma técnica agressiva de marketing, isto é, tenha se valido de expediente que inibe a reflexão do consumidor sobre a necessidade e conveniência da compra"[35].

Assim como observado, as informações existentes nos anúncios é que determinarão se o consumidor irá realizar a contratação ou não. Júlio Campos, por exemplo, afirma que o fornecedor presume que o consumidor não necessita de muitas informações, fornecendo apenas o básico para que este realize a sua decisão. O autor afirma que o fornecedor na venda de um *pendrive*, por exemplo, informa apenas alguns detalhes do produto e o seu preço, tratando o consumidor como um leigo, e não informando que este pode ser desconfigurado caso a voltagem da porta *usb* oscile[36].

Esta falta de informação, que é claramente observada nos anúncios eletrônicos, foi considerada uma afronta aos princípios da boa-fé e da transparência, tendo já o entendimento de que a precariedade da informação pode gerar a nulidade contratual[37].

Dessa forma, evidente que os contratos realizados à distância, em grande parte pelo intermédio da *internet*, acentuam o desequilíbrio existente na relação contratual, afastando o consumidor do fornecedor e até mesmo do produto. Assim, justifica-se a incessante busca por proteção, uma vez que não sendo os problemas solucionados de modo amigável, apenas o judiciário consegue, atualmente, proteger na prática os consumidores que se encorajam a participar do comércio eletrônico.

2.2 A diretiva 2011/83 da União Europeia e o projeto de atualização do Código de Defesa do Consumidor brasileiro

Pretende-se, assim, demonstrar a influência da diretiva 2011/83 da União Europeia no projeto de atualização do Código de Defesa do Consumidor brasileiro,

---

[35] COELHO, 2015, p. 64.
[36] CAMPOS, 2013.
[37] Ementa: "RECURSO INOMINADO. ACIDENTE DE CONSUMO. VENDA DE SITE NA INTERNET. INFORMAÇÃO PRECÁRIA. AFRONTA AOS PRINCÍPIOS DA BOA-FÉ E DA TRANSPARÊNCIA. NULIDADE DO CONTRATO. DEVOLUÇÃO DE VALORES PAGOS. SENTENÇA MANTIDA POR SEUS PRÓPRIOS FUNDAMENTOS. RECURSO CONHECIDO E NÃO PROVIDO". Recurso Inominado nº 2006.0008458-2. Juiz Relator Luiz Fernando Tomasi Keppen. Julgado em: 02/03/2007.

conforme próprio pronunciamento realizado pela comissão de juristas que elaboraram estes projetos e que será apresentado.

A necessidade de atualização da norma brasileira é constante, uma vez que o atual ordenamento por si só não consegue proteger plenamente o consumidor que realiza contratações à distância através do meio eletrônico.

É importante ressaltar que a diretiva 2011/83 alterou o regime de contratos à distância na União Europeia, atualizando o regime de cláusulas abusivas, dos serviços financeiros à distância, e do direito à informação e ao arrependimento no comércio eletrônico, o que ocorreu simultaneamente aos estudos para a atualização do Código de Defesa do Consumidor brasileiro pelo Senado Federal.

Dessa forma, a diretiva 2011/83 entrou em vigor em dezembro de 2011 para os 27 países pertencentes à União Europeia com o objetivo de harmonização total do direito do consumidor, uma vez que uniu temas que antes se encontravam dispersos em mais de uma diretiva. O objetivo do legislador europeu foi o de unificar as normas de proteção aos consumidores, muito próximo do modelo brasileiro, que reúne as proteções em um microssistema, evitando a fragmentação em leis especiais.

Na União Europeia, uma proposta anterior ocorreu em 2008[38] em que o objetivo era reformar as diretivas existentes para a proteção do consumidor e juntá-las em uma norma única e obrigatória aos Estados-membros, que atuaria como uma espécie de Código Europeu do Consumo. Esta proposta previa, no artigo 4º, uma harmonização total, definindo que os Estados-membros não deveriam manter ou introduzir na sua legislação nacional, disposições que fossem contrárias às previstas nesta proposta, incluindo previsões mais ou menos rigorosas – a fim de que o nível de proteção dos consumidores não fosse diferente entre um país e outro. Assim, emergia "a imposição de uma harmonização total"[39] da matéria consumerista.

O artigo 4º, apresentado em 2008 na proposta mencionada, determinava que: "Os Estados-membros não podem manter ou introduzir na sua legislação nacional disposições contrárias às previstas na presente diretiva, nomeadamente disposições mais ou menos rigorosas, que tenham por objetivo garantir um nível de defesa dos consumidores diferente"[40].

---

[38] Proposta de Diretiva do Parlamento Europeu e do Conselho sobre direitos dos consumidores COM/2008/0614 final - COD 2008/0196.
[39] FRADE; ALMEIDA, 2014, p. 259.
[40] Artigo 4º, Proposta de Diretiva do Parlamento Europeu e do Conselho sobre direitos dos consumidores. FRADE; ALMEIDA, 2014, p. 262.

Conforme Maria Raquel Guimarães, esta proposta visava uma harmonização total dos diferentes direitos nacionais em vez de uma harmonização mínima, que era até então imposta através das diferentes diretivas que – pela perspectiva do Parlamento Europeu e do Conselho – conduziam "a um regime fragmentado, desequilibrado e até contraditório nos diferentes países da União Europeia"[41].

As diferenças existentes entre as legislações "impediriam desenvolvimento do mercado comum, criando barreiras tanto ao consumidor, como às empresas que poderiam ver-se limitadas a um determinado e específico tipo de consumidor"[42].

Este código buscaria consagrar o auge da proteção consumerista no ambiente unional. Esta proposta sofreu inúmeras críticas, sofrendo objeção dos Estados que preferiam uma norma mais branda e com menor obrigatoriedade, uma espécie de *soft law*[43]. O entendimento predominante era de que o objetivo poderia ser alcançado "sem a submissão incondicional ao princípio da harmonização máxima"[44], ainda que as razões apresentadas pela Comissão sejam consideradas legítimas e coerentes.

Foi neste cenário que, após muitas alterações, houve a aprovação da diretiva 2011/83, trazendo estas restrições em seus considerandos, e atendendo assim aos pedidos dos Estados. Esta diretiva manteve o alcance de harmonização no artigo 4º, que passou a ter, no entanto, a seguinte redação: "Os Estados-Membros não devem manter ou introduzir na sua legislação nacional disposições divergentes das previstas na presente diretiva, nomeadamente disposições mais ou menos estritas, que tenham por objetivo garantir um nível diferente de proteção dos consumidores, salvo disposição em contrário na presente diretiva"[45].

De acordo com Catarina Frade e Mariana Pinheiro de Almeida, em um contexto de clara expansão do direito do consumidor, "urge a necessidade de aumentar o âmbito de proteção dos consumidores, sobretudo quando estes transacionam cada vez mais à distância ou fora do estabelecimento comercial"[46].

No Brasil, é possível observar o projeto de lei do Senado nº 281 de 2012, que visava regulamentar o comércio eletrônico a partir de uma atualização do Código de Defesa do Consumidor e que teve grande influência da diretiva 2011/83 da União

---

[41] GUIMARÃES, 2013, p. 06.
[42] FRADE; ALMEIDA, 2014, p. 259.
[43] Extrato do relatório-geral da comissão de juristas do Senado Federal para atualização do Código de Defesa do Consumidor (14.03.2012). Revista de Direito do Consumidor, vol. 92, 2014, p. 329.
[44] FRADE; ALMEIDA, 2014, p. 260.
[45] Artigo 4º, Diretiva 2011/83. FRADE; ALMEIDA, 2014, p. 262.
[46] FRADE; ALMEIDA, 2014, p. 258.

Europeia. Este projeto insere no atual código uma regulamentação sobre a proibição de *spams*, possíveis práticas abusivas que os fornecedores possam praticar *online*, o direito de arrependimento, inserindo expressamente no texto legal, por exemplo, a incidência do direito de arrependimento às contratações via *internet*. Dessa forma, o artigo 49 possui a sua redação alterada, deixando de ser para "contratação fora do estabelecimento comercial" e passando a constar "contratação à distância" que possui a definição no § 2º do referido artigo.

Assim, ficou definido no projeto de lei nº 281 de 2012 que contratação à distância será "aquela efetivada fora do estabelecimento ou sem a presença física simultânea do consumidor fornecedor, especialmente em domicílio, por telefone, por reembolso postal ou por meio eletrônico ou similar"[47]. Desse modo, ficaram explicitamente inseridas as contratações pelo meio eletrônico no direito de arrependimento do consumidor.

Conforme Claudia Lima Marques, "o risco de provar o arrependimento eletrônico é do fornecedor, apesar da declaração de vontade ter sido do consumidor"[48], uma vez que aquele que utiliza os meios eletrônicos para a comercialização deve estar preparado para a desistência do consumidor. Ainda de acordo com a doutrinadora, "seria um contra-senso fazer todo um esforço para reconstruir a validade e o valor probante dos meios eletrônicos para facilitar a atuação negocial dos fornecedores no mercado de consumo e exigir alguma forma especial do consumidor"[49] a fim de que esse direito fosse executado.

A semelhança é constante quanto ao tema, uma vez que o artigo 2º da diretiva 2011/83 apresenta as definições de cada termo, iniciando pelo consumidor, pelo profissional (aqui denominado fornecedor), entre outros. No número 7 deste artigo há a conceituação de contrato à distância, compreendido como "qualquer contrato celebrado entre o profissional e o consumidor no âmbito de um sistema de vendas ou prestação de serviços organizado para o comércio à distância, sem a presença física simultânea do profissional e do consumidor"[50].

Uma das salientes diferenças existentes entre a diretiva da União Europeia e o projeto de atualização brasileiro foi o prazo para o consumidor exercer o direito de

[47] BRASIL, Projeto de Lei do Senado nº 281 de 2012.
[48] MARQUES, 2004, p. 146.
[49] MARQUES, 2004, p. 146.
[50] UNIÃO EUROPEIA, Diretiva nº 2011/83.

arrependimento. A diretiva concede o prazo de 14 dias para este direito, apresentando como justificativa, conforme Antonio Espíndola Longoni Klee afirma, a "periculosidade inerente ao meio (internet)"[51].

O artigo 9º da diretiva 2011/83 estabelece, assim, o que na Europa recebe o nome de direito de retratação, dispondo que "o consumidor dispõe de um prazo de 14 dias para exercer o direito de retratação do contrato celebrado à distância ou fora do estabelecimento comercial, sem necessidade de indicar qualquer motivo"[52].

A previsão deste prazo não foi adotada no Brasil, uma vez que o projeto de atualização do Código de Defesa do Consumidor concedeu apenas 7 dias ao direito de arrependimento. Ainda assim, alguns doutrinadores seguem defendendo a utilização do prazo europeu. Em 07 de agosto de 2013, o senador Rodrigo Rollemberg propôs a emenda número 20 ao projeto de lei nº 281, buscando justamente ampliar o prazo do direito de arrependimento para 14 dias.

A resposta fornecida pela comissão de juristas que elaborou o projeto foi no sentido de negar a emenda, afirmando que a decisão de manter o prazo em 7 dias "está em consonância com o avanço tecnológico dos meios de contratação e a necessária adaptação do nosso diploma consumerista"[53]. Ainda neste sentido, a comissão afirmou que manteve o prazo já estabelecido "pois considerou que este não era o momento oportuno para alargar o prazo para dez ou quatorze dias, como na Europa"[54].

Na diretiva 2011/83 da União Europeia, o direito de arrependimento denomina-se "direito à retratação", como visto acima, e "é um dos pilares centrais de proteção ao consumidor no direito europeu". Antes desta diretiva, esta previsão já existia, mas possuía diferentes nomenclaturas que causavam uma certa divergência, contendo até mesmo diferentes prazos e deveres para os fornecedores.

Essa divergência apenas intensificou a diferença nas regulamentações protetivas de direito do consumidor nos ordenamentos jurídicos dos Estados pertencentes à União Europeia, o que reforçou a necessidade de uma diretiva que fosse capaz de uniformizar as previsões normativas.

Com grande influência da diretiva 2011/83, ainda que com significativas diferenças como visto, o projeto de lei do senado nº 281 de 2012 intensificou o processo

---

[51] KLEE, 2014, p. 307.
[52] UNIÃO EUROPEIA, Diretiva nº 2011/83.
[53] KLEE, 2014, p. 329.
[54] KLEE, 2014, p. 329.

de atualização do Código de Defesa do Consumidor no Brasil, a fim de que a sua aprovação incluísse uma parte especial na norma, relativo à proteção do consumidor no comércio eletrônico.

Dessa forma, o que se observa é uma clara inspiração entre a diretiva de 2011 da União Europeia, que passou a vigorar em 2014, com o projeto de atualização do Código de Defesa do Consumidor brasileiro, que visa regulamentar o comércio eletrônico.

A diretiva 2011/83 da União Europeia apresenta temas que são tratados de modo semelhante pela atualização do Código de Defesa do Consumidor, como visto. Conforme o relatório da comissão de juristas, houve entre a diretiva e os projetos de atualização do Código de Defesa do Consumidor uma "coincidência temática"[55], destacando também a opção sistematizadora da diretiva que unificou os conceitos dos institutos que formam a relação de consumo. Afirmaram ainda que "parece que o legislador europeu tentou – como a proposta brasileira – criar o microssistema central de proteção do consumidor (no caso brasileiro, reforçar o nosso Código de Defesa do Consumidor, valorizando sua parte geral e evitando a fragmentação dos temas em leis especiais)"[56].

As contratações à distância e ocorridas fora do estabelecimento comercial são amplamente previstos na diretiva 2011/83, assim como no projeto de atualização do Código de Defesa do Consumidor brasileiro que trata sobre o comércio eletrônico, bem como o objetivo de estabelecer um regime único para as informações.

É importante que o direito do consumidor acompanhe as transformações sociais, bem como esse acompanhamento ocorra a nível internacional, para que cada vez mais países adaptem suas normas à proteção da parte vulnerável na relação de consumo. É preciso ir atrás da uniformização, da consagração.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O que se pode observar diante destas análises é que há uma significativa semelhança entre o texto da Diretiva 2011/83 da União Europeia e o projeto de lei do Senado nº 281 de 2012, no que se refere ao comércio eletrônico e à busca de proteção ao consumidor que participa ativamente deste comércio.

---

[55] Extrato do relatório-geral da comissão de juristas do Senado Federal para atualização do Código de Defesa do Consumidor (14.03.2012). Revista de Direito do Consumidor, vol. 92, 2014, p. 329.

[56] Extrato do relatório-geral da comissão de juristas do Senado Federal para atualização do Código de Defesa do Consumidor (14.03.2012). Revista de Direito do Consumidor, vol. 92, 2014, p. 329.

O desequilíbrio contratual é o motivo que justifica a intervenção estatal no contrato de consumo, uma vez que as partes possuem uma desigualdade visível e que apenas é ampliada quando esta contratação passa a ser estabelecida pelo meio virtual.

O que se destaca é que o contrato de adesão surge como uma solução ao dinamismo existente na economia, uma vez que permite a agilidade das comercializações, ao mesmo tempo em que não permite que o consumidor negocie diretamente com o fornecedor. Em diversas situações, ou o consumidor aceita o contrato que lhe é imposto, ou este não terá acesso ao bem ou serviço que deseja, uma vez que as empresas possuem cláusulas que se assemelham.

Estas cláusulas por vezes são abusivas, o que como visto não possui validade perante o Código de Defesa do Consumidor. O que se observa, no entanto, é que a esta cláusula abusiva irá existir e a sua abusividade será decretada somente posteriormente à execução do contrato – o que por si só já causa transtornos ao consumidor, que terá que ir buscar os seus direitos ou de modo administrativo ou via judicial.

Situação esta que resta agravada quando a contratação ocorre pelo meio eletrônico. A diretiva 2011/83 da União Europeia buscou unificar as previsões normativas do bloco europeu em um único local, assim como o projeto de atualização brasileiro pretende inserir as novas previsões no ordenamento jurídico já existente – o Código de Defesa do Consumidor. Inserir na norma as definições, por exemplo, de contrato celebrado à distância pode parecer algo simples, mas diante de toda controvérsia já existente na doutrina brasileira, resta demonstrada a sua significativa importância.

Esta proteção específica destinada aos consumidores que realizam contratos à distância ou fora do estabelecimento comercial é de suma importância em um mundo globalizado, em que a rapidez das contratações ultrapassa barreiras e aproxima ainda mais os fornecedores daqueles que possuem a sua vulnerabilidade ampliada, os consumidores.

REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, Jean. *Á sombra das maiorias silenciosas: o fim do socialismo e o surgimento das massas.* São Paulo: Brasiliense, 1994.

BENJAMIN, Antonio Herman; MARQUES, Claudia Lima. Extrato do relatório-geral da comissão de juristas do senado federal para atualização do código de defesa do consumidor (14.03.2012). *Revista de Direito do Consumidor*. vol. 92. São Paulo, RT. 2014. p. 303-345.

BENJAMIN, Antonio Herman; BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Claudia Lima. *Manual de direito do consumidor.* 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

BESSA, Leonardo Roscoe. *Aplicação do Código de Defesa do Consumidor. Análise crítica da relação de consumo.* Brasília: Brasília Jurídica, 2007.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede.* 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

CAVALIERI FILHO, Sergio. *Programa de direito do consumidor.* São Paulo: Atlas, 2008.

COELHO, Fabio Ulhoa. *Curso de Direito Comercial.* vol. 3. São Paulo: Saraiva, 2015.

FINKELSTEIN, Maria Eugênia. *Direito do comércio eletrônico.* Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

FRADE, Catarina; ALMEIDA, Mariana Pinheiro de. Análise crítica da diretiva dos direitos dos consumidores e da sua transposição. *Debater a Europa. Periódico do CIEDA e do CEIS20, em parceria com GPE e a RCE.* n. 11. 2014. p. 253-273.

GOMES, Orlando. *Contratos.* Rio de Janeiro: Forense, 2001.

GUIMARÃES, Maria Raquel. A compra e venda "transnacional" de bens de consumo: algumas reflexões sobre as iminentes novidades legislativas. *Revista Electrónica de Direito.* n. 1. 2013. p. 1-19.

KLEE, Antonia Espíndola Longoni. *Comércio Eletrônico.* São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

LIMA, Fábio. *O Comércio Electrónico e as Plataformas B2C e C2C: contribuições para o estudo do comportamento do consumidor online.* Dissertação (Mestrado em Publicidade e Marketing) – Escola Superior de Comunicação Digital, Instituto Politécnico de Lisboa, Lisboa, 2004.

LORENZETTI, Ricardo Luis. *Comércio Eletrônico.* Trad. Fabio Menke. Notas de Claudia Lima Marques. São Paulo: Ed. RT, 2004.

LOVECE, Graciela. El consentimiento informado y su relación con las cláusulas abusivas; El contrato de tiempo compartido. In: *CLÁUSULAS abusivas 2: nulidad e ineficacia.* Buenos Aires: Editorial Juris, 2000.

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, p. 145-146.

_____. Novas regras sobre a proteção do consumidor nas relações contratuais. Revista do Consumidor. n. 1. São Paulo. 1994. p. 27-35.

_____. A abusividade nos contratos de seguro-saúde e de assistência médica no Brasil. *Ajuris.* Porto Alegre, n. 64, 1995. p. 34-77.

NORONHA, Fernando. Contratos de consumo padronizados e de adesão. *Revista de Direito do Consumidor.* São Paulo, n. 20, 1996. p. 88-111.

SCHMITT, Cristiano Heineck. *Consumidores Vulneráveis.* São Paulo: Editora Atlas S.A, 2014.
_____. *Cláusulas abusivas nas relações de consumo.* 4 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

STIGLITZ, Gabriel. O Direito Contratual e a Proteção Jurídica do Consumidor - Revista de Direito do Consumidor nº 1. São Paulo: RT, 1992.