

**A CONVENÇÃO DE VIENA SOBRE
CONTRATOS DE COMPRA E VENDA
INTERNACIONAL: IMPLICAÇÕES
NO COMÉRCIO ELETRÔNICO
BRASILEIRO**

THE VIENNA CONVENTION ON
CONTRACTS FOR THE INTERNATIONAL
SALE OF GOODS: IMPLICATIONS FOR
THE BRAZILIAN E-COMMERCE

* Doutor e Mestre em Direito Comercial pela Faculdade de Direito do Largo São Francisco (USP). Professor Adjunto de Graduação e Stricto Sensu da Universidade Estadual de Londrina (UEL). E-mail: contato@tarcisoteixeira.com.br.

** Mestranda em Direito Negocial pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). Pós-graduanda em Direito do Consumidor pela Faculdade de Direito Damásio de Jesus (FDDJ). E-mail: isabelasabo@gmail.com.

Tarcisio Teixeira*
Isabela Cristina Sabo**

Como citar: TEIXEIRA, Tarcisio; SABO, Isabela Cristina. A Convenção de Viena sobre Contratos de Compra e Venda Internacional: implicações no comércio eletrônico brasileiro. *Scientia Iuris*, Londrina, v. 20, n. 2, p.177-202, jul. 2016. DOI: 10.5433/2178-8189.2016v20n2p182. ISSN: 2178-8189.

RESUMO: A pesquisa aborda a recente adesão do Brasil à Convenção das Nações Unidas sobre Contratos de Compra e Venda Internacional de Mercadorias (CISG), bem como investiga eventuais conflitos com as leis internas quando os contratos são celebrados pelo meio eletrônico (*e-commerce*). Será examinado como se dá a aplicação da CISG nos contratos envolvendo empresas multinacionais que detém o domínio

de seu *site* em diversos países, e, também, sua possível exclusão nos contratos considerados de consumo pela Teoria Finalista Mitigada. Conforme será apontado, a questão gerará maior polêmica com o Projeto de Lei do Senado n. 281/2012 (que visa a atualização do CDC), o qual amplia o viés protetivo do consumidor no âmbito internacional do comércio eletrônico.

Palavras-chave: CISG; comércio eletrônico; normas internas brasileiras.

ABSTRACT: This research addresses the recent accession of Brazil in the United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods (CISG), and investigates the possible conflicts with national laws when contracts are celebrated in the electronic environment (e-commerce). This paper will also examine the application of the CISG in the contracts that involve multinational companies, especially those who own their site's domains in several countries. Therefore, this study analyzes the possible exclusion of these consumption contracts and utilizes as a basis the Finalist Mitigated Theory. However, this issue will generate controversy with the recent Senate's Bill N. 281/2012, which wants to modernize the CDC – as it extends the consumer's protective rights to the international scope of e-commerce.

Keywords: CISG; e-commerce; internal Brazilian standards.

INTRODUÇÃO

Em 19 de outubro de 2012 o Congresso Nacional Brasileiro ratificou o texto da Convenção das Nações Unidas sobre Contratos de Compra e Venda Internacional de Mercadorias (CISG, na sigla em inglês, ou CVIM, na sigla em francês), por meio do Decreto Legislativo nº 538/2012. O instrumento de adesão foi depositado na sede das Nações Unidas em 4 de março de 2013 e passou a vigorar no país no dia 1º de abril de 2014.

Com essa medida o Brasil se tornou o 79º Estado parte¹ da Convenção de Viena de 1980, cujo objeto é reger os contratos privados internacionais, especialmente aqueles destinados ao comércio. Após, a Convenção passou a integrar o ordenamento jurídico brasileiro em 16 de outubro de 2014, com a promulgação do Decreto Presidencial nº 8.327/2014. O texto da CISG foi o resultado de um esforço coordenado de países de culturas jurídicas e graus de desenvolvimento econômico diferentes de diversas partes do mundo, sob a coordenação da Comissão das Nações Unidas para o Direito do Comércio Internacional (UNCITRAL – United Nations Commission on International Trade Law).

Tendo em vista que a grande maioria dos contratos internacionais é regulada pela Convenção de Viena de 1980, fez-se de suma importância a entrada do Brasil neste cenário, o que possibilitou aos empresários

1 Países que atualmente adotam a CISG: Albânia, Alemanha, Argentina, Armênia, Áustria, Austrália, Benin, Bielorrússia, Brasil, Bulgária, Burundi, Bélgica, Bósnia e Herzegovina, Canadá, Chile, China, Chipre, Cingapura, Colômbia, Croácia, Cuba, Dinamarca, Egito, El Salvador, Equador, Eslováquia, Eslovênia, Espanha, Estados Unidos da América, Estônia, Federação Russa, Finlândia, França, Gabão, Gana, Geórgia, Grécia, Guiné, Holanda, Honduras, Hungria, Iraque, Islândia, Israel, Itália, Japão, Lesoto, Letônia, Libéria, Lituânia, Luxemburgo, Líbano, Mauritânia, Moldávia, Mongólia, Montenegro, México, Noruega, Nova Zelândia, Paraguai, Peru, Polônia, Quirguistão, República da Coreia, República do Congo, República Dominicana, República Iugoslava da Macedônia (Antiga), República Tcheca, República Árabe Síria, Romênia, San Marino, Suécia, Suíça, São Vicente e Grenadinas, Sérvia, Turquia, Ucrânia, Uganda, Uruguai, Uzbequistão, Venezuela (República Bolivariana da) e Zâmbia. Disponível em: <<http://www.cisg-brasil.net/status>>. Acesso em: 19 dez. 2015.

brasileiros a se juntarem aos seus parceiros comerciais relevantes (como a China e os EUA), além de trazer uma padronização e maior segurança jurídica no momento da celebração dos contratos, bem como menores custos de transação.

As regras diversas características de cada país, como o prazo de entrega, a garantia dos negócios e formas de pagamento eram, de certa forma, um obstáculo à interação negocial entre as empresas brasileiras e estrangeiras, sobretudo frente ao atual cenário da globalização. Daí porque os juristas sempre defenderam a aprovação da Convenção, como meio de fomentar a economia local e tornar o Brasil um país mais competitivo.

A pesquisa abordará a respeito dos contratos internacionais realizados por meio da internet (*e-commerce*), cuja aplicação da CISG eventualmente apresentará discussões quanto à definição do local de aplicação da norma, em razão da extensão, proporcionada pela internet, de estabelecimentos comerciais “virtuais” a diversos países. E ainda, possivelmente conflitará com as normas internas brasileiras, especialmente com o atual Código de Defesa do Consumidor e com o Projeto de Lei do Senado nº 281/2012, que, dentre as suas disposições, visa atualizar a lei consumerista com normas gerais de proteção do consumidor no comércio eletrônico em escala internacional.

Em que pese os impasses normativos apontados, será demonstrado que a Convenção significa um avanço no sentido econômico mundial, razão pela qual espera-se integrar seu texto às normas jurídicas brasileiras e que suas vantagens legislativas sejam devidamente usufruídas pelos interessados no comércio internacional, especialmente no meio eletrônico, objeto de maior enfoque da pesquisa.

1 INFORMÁTICA, COMÉRCIO INTERNACIONAL E ASPECTOS GERAIS DA CISG

O desenvolvimento veloz da informática faz com que o Direito cada vez menos consiga acompanhá-la e definir regras de modo a garantir que as relações negociais neste patamar sejam mais equitativas. O meio virtual, na realidade, vem sendo caracterizado por práticas nas quais há uma dificuldade de se estabelecer normas internas, principalmente no atual contexto de globalização.

Wagner Menezes (2005, p. 119) destaca que esse enfraquecimento estatal decorre dos seguintes fatores: a) a transferência de certas competências aos foros internacionais; b) os fluxos e refluxos comerciais que atravessam suas fronteiras e são regulamentados em foros internacionais; c) o compartilhamento do monopólio de produção normativa com organizações internacionais; d) o surgimento e fortalecimento de outros atores ativos que abarcam para si uma parcela de competência no contexto internacional; e) o fortalecimento de sujeitos de direito privado que operam transnacionalmente entre suas fronteiras; e f) o surgimento de normas transnacionais e supranacionais.

Dentre esses atores, é de se destacar a atuação relevante da Câmara Internacional do Comércio (ICC, na sigla em inglês), que conta com projetos atuais no âmbito da economia digital, como elaborar um plano de ação global sobre as prioridades de negócios internacionais, constando diretrizes de segurança cibernética para empresas e orientando os governos a fornecer recursos para mitigar os riscos dos crimes cibernéticos e, assim, preservar a confiança nos negócios por meio de práticas de privacidade e de segurança cibernética eficazes.²

2 ICC in 2015 – Programme of Action – English. Disponível em: <<http://www.iccwbo.org/news/brochures>>.

Para tanto, a ICC vem trabalhado no sentido de publicar “brochuras” (folhetos normativos), para promover e assessorar o comércio internacional e fortalecer a *lex mercatoria*³, ou seja, os usos e costumes internacionais, tendo em vista que o direito material interno em si é cada vez mais incapaz de acompanhar a rápida evolução e o elevado grau de especialização do comércio internacional, bem como os problemas legais decorrentes disto. Dentre os objetivos recentes destes folhetos estão as recomendações sobre direitos autorais, haja vista que algumas legislações internas não fornecerem a proteção adequada para o software de um computador complexo. Ou ainda, recomendações sobre o financiamento do comércio internacional e dos mercados de capitais⁴, dado que as leis nacionais são muitas vezes inaptas para fornecer soluções viáveis aos negócios internacionais (BERGER, 2010, p. 26-27)⁵.

Alguns autores, a exemplo de Ricardo Luis Lorenzetti (2004, p. 69-70), defendem que a internet deve se autorregular com absoluta flexibilidade, de forma que os usos e costumes criem suas próprias

Acesso em: 19 dez. 2015.

- 3 Sobre a *lex mercatoria*, Ricardo Luis Lorenzetti (2009, p. 57-58) faz a relevante ponderação: “Em relação à economia global, é dito que predomina o costume comercial (*lex mercatoria*), e é por isso que o direito codificado permanece imutável, uma vez que já não é a lei, senão o contrato, o instrumento mediante o qual se realiza a inovação jurídica. É conhecida a influência que têm os novos tipos contratuais de raiz transnacional, com os contratos de *leasing*, *franchising*, *trust* ou fideicomisso, *shopping center*, dentre outros. A isso deve ser agregada uma série importantíssima de normas ditadas pelo funcionamento dos organismos internacionais, que passaram a ter uma gravitação decisiva sobre os ordenamentos nacionais. Isso produz modelos de leis, como a “lei-modelo da Uncitral” em matéria de comércio eletrônico, ou as leis de proteção de investimentos”.
- 4 A propósito, de acordo com o catálogo de publicações da ICC, a última brochura publicada (“ICC Pub. No. 978E”), em 2014, versa sobre regras e práticas bancárias no comércio exterior. Disponível em: <http://www.iccwbo.org/news/brochures>, “Catalogue of ICC Publications – English”. Acesso em: 13 fev. 2016.
- 5 Nas palavras do referido autor: “*Today, domestic legislatures publish brochures to promote the advantages of their respective jurisdiction in the global ‘patchwork’ of domestic private and commercial laws to foreign parties. The goal of this ‘battle of brochures’ is to gain a marketing advantage in the regional and global competition of legal systems. What these brochures do not state, however, is that it is often the domestic substantive law itself which proves to be incapable of keeping pace with the development and fast evolution as well as the high degree of specialization of international commerce and the legal problems arising out of it. In the famous IBM/Fujitsu-arbitration, domestic copyright laws proved to be incapable of providing adequate protection for complex computer software. Also, in the field of international trade finance and capital markets transactions, such as swaps and derivatives contracts, domestic laws are frequently inapt to provide workable and practicable solutions for international business*” (BERGER, 2010, p. 26-27).

regras. Muitos sustentam que o comércio na internet deve ser imune às restrições legais nacionais, de forma que, assim como existe uma *lex mercatoria*, deve existir uma “*lex informática*” que se adapte às necessidades específicas do meio. Esta dificuldade decorre, justamente, do acesso à internet em escala transnacional.

Daí porque recorrer-se à transnormatividade, tendo em vista que o processo de globalização amplia cada vez mais os temas jurídicos, reputando-os um verdadeiro caráter internacional. A produção normativa não é mais idealizada e distribuída dentro do espaço geográfico nacional, mas também visualizando o sistema internacional, buscando-se abarcar as mais variadas culturas dentro do espaço atual globalizado. É por essa razão que a CISG representou uma conquista mundial quanto aos contratos comerciais internacionais e que, recentemente, foi incorporada pelo ordenamento jurídico brasileiro.

De modo geral, a Convenção é construída à base de princípios e cláusulas abertas, viabilizando a sua adaptação às diversas regulamentações dos Estados. Isso porque durante a sua elaboração, os redatores encontraram dificuldades como a divergência ideológica entre os países ocidentais e aqueles do então sistema comunista, ou divergências econômicas entre os países do sistema da *common law* e da *civil law* (KUYVEN; PIGNATTA, 2015, p. 35).

No Brasil, a Convenção guarda relação direta com os princípios de Direito Civil, quais sejam, a obrigatoriedade contratual (*pacta sunt servanda*) e a razoabilidade (art. 79.1⁶); a boa-fé objetiva, realçada nos deveres de cooperação entre as partes, de informação e transparência (art.

6 Art. 79.1: Nenhuma das partes será responsável pelo inadimplemento de qualquer de suas obrigações se provar que tal inadimplemento foi devido a motivo alheio à sua vontade, que não era razoável esperar fosse levado em consideração no momento da conclusão do contrato, ou que fosse evitado ou superado, ou ainda, que fossem evitadas ou superadas suas consequências.

68⁷), de comportamento leal (*fair dealing*), vedando-se o agir contraditório (*non venire contra factum proprium*) (art. 16.2⁸), e também o de mitigação dos danos (*duty to mitigate the loss*) (art. 77⁹). Essas obrigações, no direito contratual brasileiro, são chamadas doutrinariamente de “deveres anexos”¹⁰, desdobramentos da boa-fé objetiva, princípio exaltado em várias normas infraconstitucionais.

A propósito, Everardo Nóbrega de Queiroz (2002, p. 98) ressalta a importância da função do princípio da boa-fé objetiva enquanto uma etapa preliminar decisiva para superação dos obstáculos ao processo de harmonização dos direitos do comércio internacional, o que corresponde no reconhecimento da autonomia da *lex mercatoria*, caminhando para a consolidação dos usos e costumes no aspecto internacional.

Dá-se ênfase também à consagração do princípio da autonomia da vontade como fundamento da CISG, explícito no texto do art. 6¹¹, que garante às partes de uma relação contratual excluir a aplicação da Convenção ou mesmo derrogar ou modificar os efeitos de qualquer um

7 Art. 68: Se as mercadorias forem vendidas em trânsito, o risco se transferirá ao comprador a partir do momento em que o contrato for concluído. Não obstante, se assim resultar das circunstâncias, o risco será assumido pelo comprador a partir do momento em que as mercadorias tiverem passado para a posse do transportador que houver emitido os documentos referentes ao contrato de transporte. Todavia, o risco da perda ou deterioração correrá por conta do vendedor se, no momento da conclusão do contrato de compra e venda, o vendedor sabia ou devesse saber que as mercadorias sofreram perda ou deterioração, sem ter informado ao comprador.

8 Art. 16.2: A proposta não poderá, porém, ser revogada:

(a) se fixar prazo para aceitação, ou por outro modo indicar que seja ela irrevogável;

(b) se for razoável que o destinatário a considerasse irrevogável e tiver ele agido em confiança na proposta recebida.

9 Art. 77: A parte que invocar o inadimplemento do contrato deverá tomar as medidas que forem razoáveis, de acordo com as circunstâncias, para diminuir os prejuízos resultantes do descumprimento, incluídos os lucros cessantes. Caso não adote estas medidas, a outra parte poderá pedir redução na indenização das perdas e danos, no montante da perda que deveria ter sido mitigada.

10 Os deveres laterais, anexos ou secundários ao dever principal, correspondem a outros direitos subjetivos, ainda que não expressamente previstos na lei ou no contrato, a exemplo, a exemplo, o dever de cuidado, previdência e segurança, de aviso e esclarecimento, de informação, de prestar contas, de colaboração e cooperação, etc. (MARTINS-COSTA, 2000, p. 439).

11 Art. 6^o: As partes podem excluir a aplicação desta Convenção, derrogar qualquer de suas disposições ou modificar-lhes os efeitos, observando-se o disposto no Artigo 12.

de seus dispositivos, exceção feita tão somente quanto ao art. 12¹², que se refere à a matéria de ordem pública do país signatário. No Brasil, a autonomia da vontade, ou autonomia privada, está presente em vários pontos do ordenamento, tanto no viés constitucional (garantida em vários incisos do art. 5º como direito fundamental), como também no patamar infraconstitucional, especialmente no Código Civil no que tange à teoria geral dos negócios jurídicos (arts. 107, 110, 111, 112, 116, 121 e 138, dentre outros).

Dentre os principais objetivos da Convenção traçados pela doutrina, estão: a) limitar a possibilidade de “escolher” o foro mais favorável a uma das partes, a exemplo, evitar quando o autor da ação, inexistindo regras específicas para determinar o juízo competente, tem a faculdade de propô-la no país em que as regras lhe são mais benéficas – no caso, as regras aplicadas passam a ser sempre as da Convenção; b) reduzir a necessidade de recorrer às regras de direito internacional privado, quando, por exemplo, as leis dos países envolvidos divergem umas das outras – é o caso do art. 9º, da LINDB, que determina pela aplicação da lei do país onde residir o ofertante, o que é contrário no direito francês e no direito da União Europeia, pelo qual as partes podem determinar no contrato a lei a ser aplicada em caso de litígio; e c) oferecer regras modernas sobre a compra e venda, apropriadas às transações internacionais, no sentido de garantir às partes segurança, previsibilidade e agilidade no comércio internacional (KUYVEN; PIGNATTA, 2015, p. 43-46).

A CISG é formada por princípios bastante compatíveis com

12 Art. 12: Não se aplicará qualquer das disposições dos artigos 11 e 29, ou da Parte II desta Convenção, que permita a celebração, alteração ou rescisão do contrato de compra e venda, ou a proposta, aceitação ou qualquer manifestação de intenção, por outra forma que não a escrita, quando uma das partes tiver seu estabelecimento comercial em Estado Contratante que tenha feito a declaração prevista no artigo 96 desta Convenção. As partes não poderão derogar nem modificar o efeito do presente artigo.

aqueles que fundamentam as relações jurídicas no âmbito do contrato de compra e venda civil e empresarial no direito brasileiro. Contudo, ainda restará algumas dúvidas quando a sua aplicação envolver operações efetivadas pela internet (*e-commerce*), conforme se verá adiante.

2 O COMÉRCIO ELETRÔNICO E A MULTIPLICIDADE DE “ESTABELECIMENTOS VIRTUAIS”

Comércio eletrônico é uma extensão do comércio convencional, correspondendo a um ambiente eletrônico em que as operações de troca, compra e venda e prestação de serviço são concretizadas com o auxílio de equipamentos e programas de informática, por meio dos quais é possível realizar a negociação, a conclusão e até mesmo a execução do contrato, quando envolverem bens intangíveis (TEIXEIRA, 2015a, p. 25).

Como aponta José Eduardo Faria (2004, p. 29), os sucessivos avanços da tecnologia fazem surgir modos inéditos de comunicação e de transmissões culturais instantâneas entre pólos bastante longínquos, levando a proximidade física entre os indivíduos a ser progressivamente substituída pelos efeitos interativos das redes tecnológicas de interligação no tempo e no espaço. Assim, quanto mais disponíveis e sofisticadas são as formas de vinculação eletrônica entre as pessoas, mais amplas acabam sendo as possibilidades de “encontros sociais” no espaço virtual entre quem jamais se encontrou ao menos uma vez frente a frente, entre quem jamais se falou pessoalmente.

Diante disso, os meios eletrônicos passam a ser amplamente utilizados no comércio internacional, no qual as negociações comerciais se valem do uso de mecanismos modernos de comunicação, como a internet e as correspondências eletrônicas (FARIAS, 2002, p. 194).

Em se tratando de relações firmadas entre partes com sede em países distintos, caberá observar, também no ambiente eletrônico, as disposições constantes na Convenção de Viena sobre Compra e Venda Internacional de Mercadorias (CISG).

O primeiro e principal critério de aplicação da CISG, determinado em seu art. 1º, é que as partes contratantes tenham seus estabelecimentos em Estados distintos (critério internacional), além de que estes Estados devam fazer parte da Convenção. A segunda hipótese de aplicação da CISG se dá quando as regras de direito internacional privado de determinado país determinem que a lei aplicável seja a de um país contratante, ocasião em que a Convenção deverá ser seguida (previsão do art. 1, “1.b”)¹³.

Quando a parte contratante possuir mais de um estabelecimento comercial, o art. 10 da CISG prevê que “será considerado aquele que tiver relação mais estreita com o contrato e com sua execução, tendo em vista as circunstâncias conhecidas pelas partes ou por elas consideradas antes ou no momento da conclusão do contrato”. Pergunta-se: no caso de uma empresa que utiliza-se apenas de seu *site* (como é o caso de algumas empresas de *softwares*), para circulação de seus produtos, como definir o seu estabelecimento comercial? Ou ainda, no caso das grandes multinacionais de *e-commerce*, que possuem domínios de seu *site* em vários países (por exemplo, Aliexpress, e-Bay, Amazon, Apple, Google, etc.), como definir qual o estabelecimento comercial para fins de aplicação ou não da CISG?

Na maioria das operações do comércio internacional, o estabelecimento é aquele que determina de forma real o vínculo com um

¹³ É o caso do Brasil antes da adesão, dado que o art. 9º da LINDB determina que norma a ser aplicada será a do local onde a obrigação foi constituída, entendido como o foro onde residir o proponente (ofertante).

sistema jurídico determinado. Fernando Kuyven e Francisco Augusto Pignatta (2015, p. 48) entendem que, tratando-se de contrato concluído por meio eletrônico, a localização do servidor não poderá determinar, por si só, o lugar do estabelecimento. Faz-se necessário haver um fator que determine o real (contrário de virtual) estabelecimento das partes, ou seja, sua localização física.

Ricardo Luis Lorenzetti (2004, p. 326), em opinião diversa, nota que as relações virtuais têm a sua própria autonomia por sua configuração de sistema, fazendo com que, pelo menos em alguns setores, o lugar venha a ser efetivamente virtual (como já mencionado, empresas que produzem *softwares*¹⁴¹⁵). Essa realidade implica em buscar uma maneira segura de imputar efeitos jurídicos, não importando determinar se alguém está nesse lugar ou se nele esteve para o cumprimento do contrato, visto que na *web* existe e existirão muitas maneiras de atender a esse requisito. O “lugar jurídico” pode ser um nome de domínio, que não coincida com o “lugar real” em que está efetivamente situado o sujeito.

Para Fábio Ulhoa Coelho (2012, p. 42), se o acesso é feito pelo deslocamento no espaço até o imóvel em que se encontra instalada a empresa, o estabelecimento é físico; se acessado por via de transmissão

14 A propósito, Fernando Kuyven e Francisco Augusto Pignatta (2015, p. 77-79) observam sobre os *softwares* entrarem ou não no domínio da CISG. A doutrina estrangeira faz uma distinção entre os *softwares* padrões ou “standard” e os *softwares* feitos sob medida, afastando-se a aplicação da CISG no último caso. Os referidos autores entendem que, em razão da dificuldade de diferenciação entre um *software* padrão e um *software* específico (se trata-se de programa já existente para determinada contratação), bem como tendo em vista que o desenvolvimento informático implica em considerar determinados produtos do comércio eletrônico como mercadorias propriamente (a exemplo de um antivírus comprado e instalado via internet com diversas opções de proteção), a aplicação da CISG à compra e venda de *softwares* no geral seria a solução jurídica mais adequada, sobretudo para evitar a dúvida sobre a lei aplicável.

15 Depois de intenso debate, o STF (RE 176.626 3, rel. Min. Sepúlveda Pertence, DJ 11-12-1998) apreciou a questão da tributação do *software*. O tribunal entendeu que o programa de computador pode ser tributado pelo ICMS ou não, a depender do caso concreto. De acordo com a decisão do STF, se o *software* é comercializado indistintamente no mercado a qualquer interessado, é considerado um produto (*software* de prateleira), tributável pelo ICMS. Entretanto, se o *software* foi desenvolvido especialmente para um cliente sob encomenda, trata-se de uma prestação de serviços. E, sendo uma prestação de serviços, fica sujeita ao regime tributário do ISS.

eletrônica de dados, é virtual. O comércio eletrônico não descarta o conceito de estabelecimento, visto que o empresário que deseja operar exclusivamente no ambiente virtual também reúne bens tangíveis e intangíveis indispensáveis à exploração da atividade econômica. A imaterialidade característica do estabelecimento virtual não se refere aos bens componentes (que são materiais ou não, como em qualquer estabelecimento), mas à acessibilidade. Em empresas com mais de um estabelecimento – como no caso da franquia – o autor também faz a interessante consideração quanto àqueles que operam no meio virtual:

[...] em razão da diferença na acessibilidade, determinados contratos relacionados à organização do estabelecimento perdem sentido econômico, embora não exista empecilho jurídico à sua concretização. É o caso da franquia, por exemplo. Para o franqueador, o contrato com o franqueado atende ao objetivo de ampliar a rede de distribuição de seus produtos ou serviços sem o investimento exigido pela abertura de estabelecimentos filiais. Por meio dos franqueados, os produtos ou serviços identificados pela marca do franqueador ficam acessíveis (fisicamente) aos consumidores. Ora, quando a acessibilidade é virtual, é desnecessária a ampliação dos pontos de venda, desdobrados em estabelecimentos físicos espalhados pelo País, já que os interessados realizam o ato de consumo pela internete (COELHO, 2012, p. 43).

A jurisprudência estrangeira, por seu turno, entende que de acordo com os arts. 1º e 10 da CISG, estabelecimento é o local onde a atividade empresarial é efetivamente e essencialmente exercida. Assim, em se tratando de filial, igualmente pode ser considerada estabelecimento, o que coaduna com o art. 10, letra “a”, que considera que “se uma parte tiver mais de um estabelecimento” aquele que deve ser tomado em consideração é o “que tiver relação mais estreita com o contrato

e a respectiva execução, tendo em vista as circunstâncias conhecidas das partes ou por elas consideradas em qualquer momento anterior à conclusão do contrato ou no momento da conclusão deste” (KUYVEN; PIGNATTA, 2015, p. 49).

O estabelecimento comercial pode ser composto por bens corpóreos e incorpóreos, sendo razoável situar o estabelecimento virtual como um bem incorpóreo, razão pela qual pode ser entendido como uma extensão do estabelecimento, tendo em vista que possibilita a comercialização de produtos e a prestação de serviços (TEIXEIRA, 2015b, p. 241-242).

Frise-se que existem algumas propostas legislativas, no intuito de associar o domicílio virtual com um lugar fixo, que determinam pela inscrição da empresa em um registro específico, no intuito de relacionar o domicílio do ofertante ao local em que está registrado (LORENZETTI, 2004, p. 328-329). A título de exemplo, no Brasil há o “Registro.br”, departamento do “NIC.br” (Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR) responsável pelas atividades de registro e manutenção dos nomes de domínios que utilizam o “.br”.¹⁶

Assim, compreende-se que o *site* pode ser perfeitamente considerado como estabelecimento para fins de aplicação da CISG, tendo em vista que o comércio inteiramente eletrônico é tendência cada vez mais presente nas relações negociais, bem como considerando que a Convenção, em seu texto aberto do art. 10, favorece a interpretação neste sentido, ao definir como estabelecimento aquele que mais se aproximar do contrato e sua execução. A interpretação em contrário poderá afastar erroneamente a aplicação da CISG.

¹⁶ O registro de domínios, nas categorias sob o “.br”, está disponível para pessoas físicas (CPF) e jurídicas (CNPJ) legalmente representadas ou estabelecidas no Brasil com cadastro regular junto ao Ministério da Fazenda. Disponível em: <<http://registro.br/dominio/regbras.html>>. Acesso em: 20 dez. 2015.

3 AS RELAÇÕES DE CONSUMO VIRTUAIS E O EVENTUAL CONFLITO ENTRE A CISG, O CDC E O PLS Nº 281/2012

O art. 2º, letra “a”, da CISG, dispõe que as regras convencionais não serão aplicadas no caso de “mercadorias adquiridas para uso pessoal, familiar ou doméstico, salvo se o vendedor, antes ou no momento de conclusão do contrato, não souber, nem devesse saber, que as mercadorias são adquiridas para tal uso”. No Brasil referem-se, propriamente, aos contratos de consumo regidos pela Lei n. 8.078/1990 – o Código de Defesa do Consumidor (CDC). Indaga-se, a par disso, acerca de um eventual conflito entre a Convenção e as normas internas consumeristas.

Em estudos a favor de uma norma internacional de proteção ao consumidor, Cláudia Lima Marques (2004, p. 339-339) aponta que, embora a Convenção volte-se totalmente para os contratos de venda entre comerciantes e exclua de seu campo de aplicação os contratos internacionais entre consumidores e fornecedores de produtos, é possível o seu emprego a esses contratos de forma excepcional. Isso porque, na segunda parte do art. 2º, existe uma ressalva de não exclusão quando o vendedor não sabia que as mercadorias seriam adquiridas para tal uso. A autora exemplifica que se um advogado no Chile faz encomenda por carta a uma fábrica da Argentina, usando papel timbrado de seu escritório, a fim de adquirir uma mesa para o seu computador em casa, ao fabricante é possível considerar que referida mercadoria se destina à atividade do advogado. Logo, as regras da CISG são aplicadas em casos como este.

Quando uma pessoa física adquire um produto para o uso “pessoal, familiar ou doméstico”, não restam dúvidas que a aplicação da CISG será excluída, cabendo às regras ordinárias do direito internacional

privado (e o CDC, havendo relação de consumo) para tutelar a parte – consumidor – no âmbito do comércio internacional. Assim, a Convenção, a princípio, não gera efeitos sobre as relações de consumo, portanto, impedindo a possibilidade de aplicação do Código de Defesa do Consumidor.

Acontece que a doutrina e a jurisprudência brasileiras, ao filiarem-se à Teoria Finalista Mitigada ou Aprofundada, consideram como consumidor aquele em que se reconhece uma vulnerabilidade na relação. Para essa teoria, vulnerabilidade é uma fragilidade do consumidor (pessoa física ou jurídica) que pode ser de ordem fática, técnica, jurídica ou informacional da que se relaciona com o fornecedor.

Doutrinariamente, para Cláudia Lima Marques (2012, p. 92-103) tal teoria trata-se de uma interpretação finalista mais aprofundada e madura, que deve ser saudada, pois cuida de situações complexas em que empresas se utilizam de insumos para a sua linha produtiva, mas não de sua área de especialidade, sendo, portanto, vulneráveis perante a parte contrária, por isso a necessidade da tutela do CDC. Vulnerabilidade é a chave para esta teoria, podendo ser vulnerabilidade: técnica, jurídica/científica, fática/socioeconômica ou informacional. Para a autora, a vulnerabilidade técnica está relacionada ao fato de o consumidor não possuir conhecimentos específicos sobre o produto ou serviço adquirido. Vulnerabilidade jurídica ou científica relaciona-se com a ausência de conhecimentos jurídicos, contábeis ou econômicos. Já a vulnerabilidade fática ou socioeconômica se dá quando há uma inferioridade do comprador face à posição privilegiada ou superior do vendedor tendo em vista seu porte econômico ou em razão da essencialidade do produto, por exemplo, quando um médico compra um veículo pelo sistema de consórcio, cuja regulamentação se dá pelo Estado. Por último, a

vulnerabilidade informacional está ligada ao déficit de informação do consumidor, inerente à relação de consumo, pois os fornecedores são os únicos detentores das informações. A autora reconhece que esta categoria estaria englobada na vulnerabilidade técnica.

No âmbito jurisprudencial, de acordo com o Superior Tribunal de Justiça (STJ), consumidor é aquele que retira o produto do mercado e não o utiliza para auferir lucro, porém, se existe, nesta relação, uma vulnerabilidade, então, ainda que haja lucro, haverá relação de consumo¹⁷.

17 Nesse sentido, cf. DIREITO DO CONSUMIDOR. RECURSO ESPECIAL. CONCEITO DE CONSUMIDOR. CRITÉRIO SUBJETIVO OU FINALISTA. MITIGAÇÃO. PESSOA JURÍDICA. EXCEPCIONALIDADE. VULNERABILIDADE. CONSTATAÇÃO NA HIPÓTESE DOS AUTOS. PRÁTICA ABUSIVA. OFERTA INADEQUADA. CARACTERÍSTICA, QUANTIDADE E COMPOSIÇÃO DO PRODUTO. EQUIPARAÇÃO (ART. 29). DECADÊNCIA. INEXISTÊNCIA. RELAÇÃO JURÍDICA SOB A PREMISSA DE TRATOS SUCESSIVOS. RENOVAÇÃO DO COMPROMISSO. VÍCIO OCULTO. A relação jurídica qualificada por ser “de consumo” não se caracteriza pela presença de pessoa física ou jurídica em seus pólos, mas pela presença de uma parte vulnerável de um lado (consumidor), e de um fornecedor, de outro. - Mesmo nas relações entre pessoas jurídicas, se da análise da hipótese concreta decorrer inegável vulnerabilidade entre a pessoa-jurídica consumidora e a fornecedora, deve-se aplicar o CDC na busca do equilíbrio entre as partes. Ao consagrar o critério finalista para interpretação do conceito de consumidor, a jurisprudência deste STJ também reconhece a necessidade de, em situações específicas, abrandar o rigor do critério subjetivo do conceito de consumidor, para admitir a aplicabilidade do CDC nas relações entre fornecedores e consumidores-empresários em que fique evidenciada a relação de consumo. - São equiparáveis a consumidor todas as pessoas, determináveis ou não, expostas às práticas comerciais abusivas. - Não se conhece de matéria levantada em sede de embargos de declaração, fora dos limites da lide (inovação recursal). Recurso especial não conhecido (STJ, REsp. 476428-SC, 3ª Turma, Rel. Min. Nancy Andrichi, Data de Julgamento: 19/04/2005, Data de Publicação: 09/05/2005).

Cf. PROCESSO CIVIL E CONSUMIDOR. CONTRATO DE COMPRA E VENDA DE MÁQUINA DE BORDAR. FABRICANTE. ADQUIRENTE. VULNERABILIDADE. RELAÇÃO DE CONSUMO. NULIDADE DE CLÁUSULA ELETTIVA DE FORO. 1. A Segunda Seção do STJ, ao julgar o REsp 541.867/BA, Rel. Min. Pádua Ribeiro, Rel. p/ Acórdão o Min. Barros Monteiro, DJ de 16/05/2005, optou pela concepção subjetiva ou finalista de consumidor. 2. Todavia, deve-se abrandar a teoria finalista, admitindo a aplicação das normas do CDC a determinados consumidores profissionais, desde que seja demonstrada a vulnerabilidade técnica, jurídica ou econômica. 3. Nos presentes autos, o que se verifica é o conflito entre uma empresa fabricante de máquinas e fornecedora de *softwares*, suprimentos, peças e acessórios para a atividade confeccionista e uma pessoa física que adquire uma máquina de bordar em prol da sua sobrevivência e de sua família, ficando evidenciada a sua vulnerabilidade econômica. 4. Nesta hipótese, está justificada a aplicação das regras de proteção ao consumidor, notadamente a nulidade da cláusula eletiva de foro. 5. Negado provimento ao recurso especial (STJ, REsp. 1010834-GO, 3ª Turma, Rel. Min. Nancy Andrichi, Data de Julgamento: 03/08/2010, Data de Publicação: 13/10/2010).

Cf. CIVIL. RELAÇÃO DE CONSUMO. DESTINATÁRIO FINAL. A expressão destinatário final, de que trata o art. 2º, caput, do Código de Defesa do Consumidor abrange quem adquire mercadorias para fins não econômicos, e também aqueles que, destinando-os a fins econômicos, enfrentam o mercado de consumo em condições de vulnerabilidade; espécie em que caminhoneiro reclama a proteção do Código de Defesa do Consumidor porque o veículo adquirido, utilizado para prestar serviços que lhe possibilitariam sua manutenção e a da família, apresentou defeitos de fabricação. Recurso especial não conhecido (STJ, REsp. 716877-SP, 3ª Turma, Rel. Min. Ari Pargendler, Data de Julgamento: 22/03/2007, Data de Publicação: 23/04/2007).

Isso, de certa forma, é amparado pelo teor do art. 2º do CDC, ao prever uma pessoa jurídica poder ser considerada consumidora.

Em uma visão de direito comparado, aproxima-se dessa interpretação a Espanha, com a Lei n. 26/1984 (*Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios*), em seu art. 1º, o qual considera como consumidores ou usuários pessoas físicas ou jurídicas que adquirem, utilizam ou desfrutam como destinatários finais, bens móveis ou imóveis, produtos, serviços, atividades ou funções¹⁸; e a Argentina, disciplinando no art. 1º, da Lei n. 24.240/1993 (*Ley de Protección y Defensa del Consumidor*), consumidores enquanto pessoas físicas ou jurídicas que contratam a título oneroso para o seu consumo final ou para o benefício próprio ou de seu grupo familiar ou social¹⁹.

Diante dessas considerações, como o juiz deverá proceder em uma compra e venda internacional entre pessoas jurídicas, que o direito brasileiro eventualmente poderá considerar como relação de consumo? E mais, como proceder tendo em conta que a empresa considerada “consumidora” poderá escolher o foro de competência, ao passo que Convenção versa de modo totalmente diverso? Fernando Kuyven e Francisco Augusto Pignatta (2015, p. 66-67) entendem que o juiz poderá aplicar a CISG sob o argumento de que com a sua entrada em vigor no Brasil, há um novo e específico regime jurídico aplicado aos contratos de compra e venda internacional de mercadorias. Além disso, de acordo com o princípio da *lex posterior derogat priori*, caberá ao juiz afastar a

18 Artículo primero: [...] A los efectos de esta Ley, son consumidores o usuarios las personas físicas o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales, bienes muebles o inmuebles, productos, servicios, actividades o funciones, cualquiera que sea la naturaleza pública o privada, individual o colectiva de quienes los producen, facilitan, suministran o expiden.

19 Artículo 1: Objeto. Consumidor. Equiparación. La presente ley tiene por objeto la defensa del consumidor o usuario, entendiéndose por tal a toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza bienes o servicios en forma gratuita u onerosa como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social. Queda comprendida la adquisición de derechos en tiempos compartidos, clubes de campo, cementerios privados y figuras afines.

aplicação do CDC e presar pela Convenção de Viena. Neste ponto, os autores ainda ponderam:

O jurista brasileiro está acostumado a lidar com vários regimes jurídicos dos contratos, sejam eles civis, comerciais, de consumo, administrativos etc. Sabemos que, na aplicação das regras de um regime jurídico dos contratos, existem características próprias que só se aplicam ao contrato cuja natureza jurídica é contemplada pelo regime em questão. Assim, diante de um contrato de consumo, o jurista deverá utilizar os “óculos consumerista” para analisar o contrato. Não pode ele ser influenciado por outro regime jurídico diferente. Assim, também, ocorre com a ratificação da CISG pelo Brasil. Temos que nos acostumar a ver a compra e venda internacional de mercadorias segundo os “óculos da Convenção” para não desnaturar sua aplicação, nem macular seu objetivo. Esta tarefa é árdua, mas factível (PIGNATTA, 2015, p. 36-37).

Valerio de Oliveira Mazzuoli (2001, p. 198), em mesmo raciocínio, disserta acerca do princípio *lex posterior derogat priori*, solução doutrinária e jurisprudencial empregada quando do conflito entre tratado e lei interna. O Supremo Tribunal Federal adota, desde 1977, o sistema paritário, em que o tratado, uma vez formalizado, passa a ter força de lei ordinária, sendo possível revogar (perder eficácia) disposições em contrário, ou ser revogado diante de lei posterior. O autor frisa que a partir da ratificação de um tratado, o Congresso Nacional assume a obrigação de se abster de legislar em sentido contrário ao que fora acordado (obrigação negativa), configurando, possivelmente, uma má-fé internacional inadmissível aos olhos do “direito das gentes” caso edite leis opostas à conduta que adotou anteriormente (MAZZUOLI,

2001, p. 206-207).

Ademais, existindo confronto entre dois ou mais dispositivos legais, cabe ao aplicador utilizar-se de um deles observando sempre a hierarquia das normas, preferindo-se a lei especial sobre a lei geral, sob pena do julgamento por meio da denominada “justiça do caso concreto”, o que pode gerar insegurança jurídica aos agentes econômicos (TEIXEIRA, 2015a, p. 88).

Acerca do assunto, cabe ainda observar que está em trâmite o Projeto de Lei do Senado n. 281/2012 (BRASIL, 2012), visando a alteração do CDC (Lei n. 8.078/90) para que este passe a dispor sobre o comércio eletrônico, bem como aperfeiçoar a disciplina dos “contratos internacionais comerciais de consumo”. A finalidade é de promover uma maior proteção ao consumidor em negócios internacionais e eletrônicos, bem como melhorar o seu acesso à Justiça. Dentre as modificações propostas, destaca-se o que se objetiva ser a nova redação do art. 101 do CDC:

Art. 101: Na ação de responsabilidade contratual e extracontratual do fornecedor de produtos e serviços, inclusive no fornecimento a distância nacional e internacional, sem prejuízo do disposto nos Capítulos I e II deste Título:

I – será competente o foro do domicílio do consumidor, nas demandas em que o consumidor residente no Brasil seja réu e que versem sobre relações de consumo;

II – o consumidor residente no Brasil, nas demandas em que seja autor, poderá escolher, além do foro indicado no inciso I, o do domicílio do fornecedor de produtos ou serviços, o do lugar da celebração ou da execução do contrato ou outro conectado ao caso;

III – são nulas as cláusulas de eleição de foro e de

arbitragem celebradas pelo consumidor.

Parágrafo único. Aos conflitos decorrentes do fornecimento a distância internacional, aplica-se a lei do domicílio do consumidor, ou a norma estatal escolhida pelas partes, desde que mais favorável ao consumidor, assegurando igualmente o seu acesso à Justiça.

Esse dispositivo, que atualmente já dispõe na esfera nacional sobre o foro privilegiado do consumidor, em sendo aprovado, passará a disciplinar, efetivamente, a possibilidade de escolha do local de aplicação da norma também no âmbito internacional. Assim, quando o consumidor, residente no Brasil, for réu na ação, o foro competente será o de seu domicílio (inciso I); e quando o consumidor, residente no Brasil, for autor na ação, ele poderá escolher, além do seu domicílio, o domicílio do fornecedor, ou o lugar da celebração, ou da execução do contrato, ou, ainda, outro conectado ao caso (inciso II).

A orientação doutrinária sobre a matéria, como sustentado, é que devido à sua origem e natureza internacional, a Convenção deve ser interpretada de maneira independente da legislação ordinária nacional para que sua aplicação seja a mais uniforme possível. Caso contrário, dando-se interpretações internas diversas à CISG, incorrerá na sua aplicação apenas conforme o caso concreto, o que significaria um retrocesso do Brasil no âmbito do comércio internacional, além da insegurança jurídica provocada.

CONCLUSÃO

O comércio eletrônico tem sido amplamente utilizado no âmbito

internacional, sobretudo em razão da globalização, haja vista que a rede mundial de computadores elimina as barreiras no que tange ao espaço geográfico, ao tempo e à própria linguagem de comunicação. Verifica-se que a tendência é de uma intervenção estatal mínima e uma harmonização das regras aplicáveis nesta área, de forma que as regras internacionais devam prevalecer diante das demais leis nacionais.

Com a propagação de empresas no ramo da informática e o avanço tecnológico das redes de comunicação permitiu-se ao *e-commerce* uma notoriedade mundial. Nos dias atuais, é possível o acesso democrático da população às várias ferramentas eletrônicas, contribuindo para que o *e-commerce* represente, hoje, uma significativa parte da economia mundial. Contudo, esse fenômeno gera eventuais conflitos entre as leis internas dos países cujos contratantes estão domiciliados ou são residentes.

A intenção de elaborar regras unificadas ou uniformes para a compra e venda internacional surgiu a partir da necessidade de diminuir o risco e os custos causados pela insegurança jurídica. A *lex mercatoria* ilustra bem isso, pois os agentes econômicos, ao operarem internacionalmente, criam usos e costumes aplicáveis no âmbito internacional – o que também pode ser estendido ao ambiente virtual, na medida em que a internet contribui para a efetivação dessas relações.

O Brasil comungou deste contexto ao aderir a Convenção das Nações Unidas sobre Contratos de Compra e Venda Internacional de Mercadorias firmada em Viena em 1980 (CISG), o que favorece o crescimento de suas negociações externas para todos os principais países atuantes no comércio internacional, propiciando, assim, o fortalecimento de sua economia no cenário mundial.

Entretanto, o alto grau de utilização dos recursos tecnológicos

pela população brasileira, combinado com a fragilidade da informação operada pelas empresas no *e-commerce*, faz com que as normas brasileiras caminhem cada vez mais para uma ampla proteção do consumidor, intervindo também em escala internacional, conforme pretende o Projeto de Lei do Senado n. 281/2012, que visa atualizar o atual Código de Defesa do Consumidor com relação ao comércio eletrônico. Isso poderá gerar conflitos com a CISG no momento de sua aplicação, cabendo ao jurista operá-la com cautela de forma a não afastar, equivocadamente, a sua incidência ao caso.

Contudo, a incorporação da CISG ao ordenamento jurídico brasileiro significa um degrau para que o país avance no sentido econômico. Saber discernir o regime jurídico aplicável aos contratos (civil, empresarial, ou de consumo), ou seja, saber promover uma integração jurídica das normas internas e externas é um desafio a ser observado pelos operadores do Direito, a fim de contribuir com a uniformização e com a busca pela transnormatividade, bem como promover maior segurança jurídica para os agentes econômicos.

REFERÊNCIAS

BERGER, Klaus Peter. **The creeping codification of the new lex mercatoria**. The Netherlands: Kluwer Law International, 2010.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. **Código de Defesa do Consumidor**. Brasília, DF, 11 de set. 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em: 15 dez. 2015.

_____. Senado Federal. **Projeto de Lei nº 281, de 2012**.

Atividade Legislativa. Disponível em: <<http://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/106768>>. Acesso em: 10 dez. 2015.

CÂMARA BRASILEIRA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO.

Disponível em: <<http://www.camara-e.net>>. Acesso em: 20 dez. 2015.

CISG BRASIL. Disponível em: <<http://www.cisg-brasil.net>>. Acesso em: 15 dez. 2015.

COELHO, Fábio Ulhoa. Curso de direito comercial: direito de empresa. 13. ed. São Paulo: Saraiva, 2012. v. 3.

FARIA, José Eduardo. O direito na economia globalizada. 4. ed. São Paulo: Malheiros, 2004.

FARIAS, Inez Lopes Matos Carneiro de. O impacto da tecnologia na evolução do direito do comércio internacional: do comércio marítimo ao comércio eletrônico. In: **AMARAL JÚNIOR, Alberto do (coord.). Direito do comércio internacional.** São Paulo: Juarez de Oliveira, 2002, p. 187-220.

INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE. Disponível em: <<http://www.iccwbo.org/news/brochures>>. Acesso em: 19 dez. 2015.

KUYVEN, Fernando; PIGNATTA, Francisco Augusto. Comentários à Convenção de Viena: compra e venda internacional de mercadorias. São Paulo: Saraiva, 2015.

LORENZETTI, Ricardo Luis. Comércio eletrônico. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

_____. **Teoria da decisão judicial:** fundamentos de direito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009.

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.

_____. Campo de aplicação do CDC. In: BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012, p. 85-116.

MARTINS-COSTA, Judith. **A boa-fé no direito privado**: sistema e tópica no processo obrigacional. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2000.

MAZZUOLI, Valerio de Oliveira. **Tratados internacionais**. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2001.

MENEZES, Wagner. **Ordem global e transnormatividade**. Ijuí: Unijuí, 2005.

QUEIROZ, Everardo Nóbrega de. O princípio da boa-fé objetiva ou da razoabilidade como fundamento da *lex mercatoria*. In: AMARAL JÚNIOR, Alberto do (coord.). **Direito do comércio internacional**. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2002, p. 79-104.

REGISTRO.BR. Disponível em: <<http://registro.br/dominio/regras.html>>. Acesso em: 20 dez. 2015.

TEIXEIRA, Tarcisio. **Comércio eletrônico**: conforme o Marco Civil da Internet e a regulamentação do e-commerce no Brasil. São Paulo: Saraiva, 2015a.

_____. **Curso de direito e processo eletrônico**: doutrina, jurisprudência e prática. 2. ed. atual. e ampl. São Paulo: Saraiva,

2015b.

_____. **Direito empresarial sistematizado**: doutrina, jurisprudência e prática. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2016.

_____. **Marco civil da internet comentado**. São Paulo: Almedina, 2016.

_____; LOPES, Alan Moreira. **Direito das novas tecnologias**: legislação eletrônica comentada, mobile law e segurança digital. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015.

Como citar: TEIXEIRA, Tarcisio; SABO, Isabela Cristina. A Convenção de Viena sobre Contratos de Compra e Venda Internacional: implicações no comércio eletrônico brasileiro. **Scientia Iuris**, Londrina, v. 20, n. 2, p.182-208, jul. 2016. DOI: 10.5433/2178-8189.2016v20n2p182. ISSN: 2178-8189.

Submetido em 15/02/2016

Aprovado em 17/03/2016