

# **O IMPACTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO NOS NEGÓCIOS JURÍDICOS IMOBILIÁRIOS**

## **THE IMPACT OF INFORMATION SOCIETY IN BUSINESS LEGAL ESTATE**

---

Beatriz Spineli\*

**RESUMO:** O presente artigo busca oferecer ao leitor, de forma simples e objetiva, o conceito de Sociedade da Informação e demonstrar as profundas modificações que essa trouxe às relações de consumo. Para tanto, utiliza-se do exame ampliativo de SI, fornecido por Frank Webster, bem como, do estudo dos contratos de consumo, visando enquadrá-los como instituto típico da pós-modernidade, visto que, surgem como resposta à massificação das relações consumeristas advindas da sociedade pós-moderna. Procede-se a uma análise contratual, observando-se novos elementos apresentados pela Sociedade da Informação, como o contrato de adesão, que surge para atender ao grande avanço das relações jurídico-econômicas que impossibilitam as empresas de grande atuação no mercado ao acolhimento dos contratos individuais para cada relação jurídica estabelecida. Em contrapartida a Constituição estabelece a proteção do consumidor como um direito fundamental.

**PALAVRAS-CHAVE:** conceito de Sociedade da Informação; relações de consumo; pós-modernidade.

**ABSTRACT:** This article attempts to provide the reader, in a simple and objective, the concept of information society and demonstrate the profound changes that brought to consumer relations. To do so, we use the taking of ampliative SI, provided by Frank Webster, as well as the study of consumer contracts, in order to fit them to institute typical of postmodernity, as arise in response to the mass relations consumption arising from the post-modern society. Proceeds to a contractual analysis, observing new evidence adduced by the Information Society, as the adhesion contract, which appears to meet the great improvement of legal and economic relationships that preclude large companies operating in the market of the host contracts individual for each legal relationship established. In contrast the Constitution establishes consumer protection as a fundamental right.

**KEYWORDS:** concept of Information Society; consumer relations; postmodernity.

---

\*Mestre em Direito da Sociedade da Informação pelas Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU); empresária do ramo imobiliário.

## Introdução

A Sociedade da Informação transformou a maneira de se comercializar bens e serviços, que não se apresentam mais em contornos personalíssimos com vistas a cada negociação que se empenha para o estabelecimento de um acordo que atenda aos interesses de todas as partes envolvidas na relação mercantil, observando as necessidades e perfis dos consumidores abarcados pela negociação. Hodiernamente a prática da mercancia se faz visando a alcançar um ou mais grupos ou camadas sociais, como as camadas A e B ou C e D, como ocorre nas construções de alto padrão, médio e baixo padrão. Para isso, a atividade imobiliária vem lançando mão de diversos elementos constitutivos da SI, semelhantes a propagandas por meio de rádio, televisão e *internet* como forma de promoção do mercado imobiliário.

A Revolução Industrial que teve sua primeira fase entre os anos de 1760 a 1860 tornou-se possível graças a adventos como: a invenção da máquina a vapor, do motor a explosão e da locomotiva; bem como, da larga utilização do aço, da energia elétrica e de combustíveis derivados de petróleo, dentre outros elementos. Apresentou-se inicialmente na Inglaterra em razão de ter uma rica burguesia, localização privilegiada junto ao mar, assim como, possuir a mais importante zona de livre comércio da Europa, que facilitou a exploração de mercados fora de seu território. Em sua segunda fase sobrevinda entre os anos 1860 a 1900 se difundiu para outros países. Da mesma forma, o desenvolvimento tecnológico decorrente do uso da telefonia seguida da invenção do fax, computador, celular, dentre outras criações e descobertas ocorridas nos séculos XX e XXI fez nascer uma “Revolução Informacional” o qual o ramo imobiliário se mostrou presente e inovador.

De forma similar ao estabelecimento das fábricas que trouxeram repercussões sobre a produção de bens e a sua distribuição pelo comércio, a revolução informacional trouxe o aprimoramento dos meios de comunicação que possibilitou o acesso coletivizado da informação bem como a interoperabilidade na rede. Conclui que, a revolução informacional trouxe consigo desdobramentos sobre as transformações trazidas pela revolução industrial incidindo sobre as tecnologias já existentes bem como criando novas tecnologias com repercussões socioeconômicas. Os negócios imobiliários também sofreram grandes influências da revolução informacional, principalmente a comercialização de imóveis

vendidos na planta, conforme se irá observar após breve estudo do fenômeno da Sociedade da Informação.

### 1.1. Sociedade da Informação: Segundo Frank Webster

O conceito de Sociedade da Informação passou a ser desenvolvido no século passado com Alain Touraine (*The Post-Industrial Society: Tomorrow's Social History; Classes, Conflicts and Culture in the Programmed Society*. New York: Wildwood House - 1971) e Daniel Bell. Contudo, não se utilizaram do termo *Sociedade da Informação*, apesar de descreverem situação fática que posteriormente receberia essa denominação. Em 1973, Daniel Bell, sociólogo americano, introduziu a noção da *sociedade de informação* em sua obra *O Advento da Sociedade Pós-Industrial*. Neste livro, utiliza-se da expressão *pós-industrial*, não descrevendo uma sociedade concreta ou específica, mas procedendo a uma construção analítica, conforme dispõe Frank Webster em seu livro *Theories of The Information Society*<sup>1</sup> onde informa “não ter causado espanto a aceitação da obra de Daniel Bell por muitos comentaristas” – apesar de a SPI (Sociedade Pós-Industrial) ter sua construção extraída de um raciocínio lógico-analítico e não de uma sociedade concreta e específica, estabelecendo “um conceito apenas no nível da abstração” – visto que, “apresentava-se como um modelo correto, pronto e disponível”, da “descrição do mundo próximo” que surgia em um “período inquietações e mudanças”<sup>2</sup>. Daniel Bell abordou as alterações decorrentes da tecnologia, desenvolvendo algumas teses para uma nova sociedade, definindo um período de mudanças e visualizando um novo tipo de sociedade, uma *sociedade pós-industrial* que se tornou sinônimo de *sociedade da informação*, conforme podemos notar nas palavras de Webster:

---

<sup>1</sup> As citações transcritas de Frank Webster foram traduzidas pela autora. Seguem em notas de rodapé as transcrições originais do texto em inglês. Todas as traduções são de responsabilidade pessoal da autora. WEBSTER, Frank. **Theories of The Information Society**. 2nd ed. Routledge: London, 2002, p. 30-31. *With, as it were, a ready-made model available in Daniel Bell's weighty The Coming of Post-Industrial Society (1973), we should perhaps not be surprised that so many commentators took it straight from the shelf. It did not matter much that Bell offered 'the concept of a post-industrial society [as] an analytical construct, not a picture of a specific or concrete society' (Bell, 1973, p. 483). PIS just seemed to be right as a description of the coming world. In its prescience it gave intellectual order to an unsettling period of change. Given the circumstances, few people seemed prepared to heed Bell's qualification that '[t]he concept of post-industrial society is only on the level of abstraction' (Bell, 1973, p. x).*

<sup>2</sup> *Ibidem*.

Entre os pensadores que contribuíram com a noção de que um novo tipo de sociedade estava surgindo, merecidamente a melhor caracterização conhecida da sociedade da informação se encontra na teoria do pós-industrialismo de Daniel Bell. De fato, os termos são geralmente usados como sinônimos: a era da informação, que é apresentada como expressão de sociedade pós-industrial (SPI – sociedade pós-industrial), e pós-industrialismo foram amplamente considerados como uma "sociedade da informação". Pode-se acrescentar que, apesar de Bell ter inventado o termo pós-industrialismo, já no final dos anos 1950, ele substituiu as palavras "informação" e "conhecimento" pela expressão "pós-industrial" por volta de 1980, quando o interesse pelo futurismo foi aumentado devido a evolução das tecnologias de informática e comunicações<sup>3</sup>.

Conforme prossegue observando Frank Webster, dentre as teorias que apresentam a SI, a mais conhecida foi a de Daniel Bell. Alerta, contudo, que, deve-se prestar atenção às definições de SI levando-se em conta o cenário em que é empregado esse termo. Tendo em vista que os estudiosos do assunto possuem concepções diversas. Neste sentido avisa: “É especialmente útil examinar minuciosamente o que aqueles que se referem a uma sociedade da informação querem dizer quando evocam este termo.” Logo, aqueles que definem a SI e afirmam que vivemos nesta sociedade, estão levando em conta quais dados que corroboram com essa afirmação? Assim, Webster salienta que: “Deve-se perguntar o que quer dizer para as pessoas, quando se referem a uma Sociedade da Informação”<sup>4</sup>?

As concepções do que seja SI se dividem em teorias apresentadas pelos pensadores do passado e atuais, que reconhecem a importância das análises anteriores para formação de novas compreensões sobre o tema. Webster afirma que ao se ler a literatura sobre a SI, observa-se que se define o tema de forma pouco desenvolvida e de forma copiosa focando em apenas um aspecto deste fenômeno, sendo imprecisos quanto ao seu critério operacional. Ansiosos para adaptar o termo às novas fases temporais se apressam em realizar tal

---

<sup>3</sup> *Ibidem*, p. 30. Among those thinkers Who subscribe to the notion that a new sort of society is emerging, deservedly the best known characterization of the information society is Daniel Bell's theory of post-industrialism. Indeed, the terms are generally used synonymously: the information age is presented as expressive of post-industrial society (PIS) and post-industrialism is widely regarded as an 'information society'. It might be added that, though Bell coined the term post-industrialism as long ago as the late 1950, he took to substituting the words 'information' and 'knowledge' for the prefix 'post-industrial' round about 1980 when resurgent interest in futurology was swelled by interest in developments in computer and communications technologies.

<sup>4</sup> *Ibidem*, p. 8. Before we can adequately appreciate different approaches to understanding informational trends and issues nowadays, we need to pay attention to the definitions which are brought into play by participants in the debates. It is especially helpful to examine at the outset what those who refer to an information society mean when they evoke this term. The insistence of those who subscribe to this concept, and their assertion that our time is one marked by its novelty, cries out for analysis, more urgently perhaps than than those scenarios which contend that the status quo remains. Hence the primary aim of this chapter is to ask: what do people mean when they refer to an information society? (...) As we shall see – here, in the very conception of the phenomenon which underlies all discussion – there are distinctions which echo the divide between information society theorists who announce the novelty of the present and informatisation thinkers who recognize the force of the past weighing on today's developments.

interpretação em termos de produção econômica, interação social, novas tecnologias de produção ou outro fator. Contudo, não estabelecem de que forma fazem isso.

O que parece ao ler a bibliografia sobre a sociedade da informação é que muitos escritores operam com definições pouco desenvolvidas do respectivo objeto. Eles escrevem copiosamente sobre particularidades da sociedade da informação, mas são curiosamente vagos sobre seus critérios operacionais. Ansiosos para dar sentido às alterações decorrentes da informação, eles se apressam para interpretar estas em termos de diferentes formas de produção econômica, novas formas de interação social, processos inovadores de produção ou qualquer outra coisa. No entanto, na maioria das vezes, não estabelecem de que forma e por que a informação é cada vez mais essencial hoje, tão crucial que está introduzindo um novo tipo de sociedade. O que abrange a informação que faz com que muitos estudiosos pensem que é o núcleo da idade contemporânea<sup>5</sup>?

De acordo com Webster a SI se distingue em cinco definições, sendo que cada uma delas apresenta elementos para identificar a nova definição, compartilhando para a formação de um sistema social que integra uma nova sociedade, a *sociedade da informação*. Assim:

Nós podemos distinguir cinco definições de uma sociedade da informação, cada uma delas apresenta critérios para identificar o novo. Estes são: tecnológico, econômico, laboral, espacial e cultural. Esses elementos não necessitam encontrar-se isolados dos demais, embora os teóricos salientem um ou outro elemento na apresentação de seus cenários específicos. No entanto, o que compartilham essas definições são as convicções de que alterações quantitativas em informações estão apresentando um tipo qualitativamente novo do sistema social, a sociedade da informação<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> WEBSTER, Frank. **Theories of The Information Society**. 2nd ed. Routledge: London, 2002, p. 8. *What strikes on in reading the literature on the information society is that so many writers operate with undeveloped definitions of their subject. They write copiously about particular features of the information society, but are curiously vague about their operational criteria. Eager to make sense of changes in information, they rush to interpret these in terms of different forms of economic production, new forms of social interaction, innovative processes of production or whatever. As they do so, however, they often fail to establish in what ways and why information is becoming more central today, so critical indeed that it is ushering in a new type of society. Just what is it about information that makes so many scholars think that it is at the core of the modern age?*

<sup>6</sup> *Ibidem*, p. 8-9.

*We may distinguish five definitions of an information society, each of which presents criteria for identifying the new. These are:*

- *Technological*
- *Economic*
- *Occupational*
- *Spatial*
- *Cultural*

*These need not be mutually exclusive, though theorists emphasise one or other factors in presenting their particular scenarios. However, what these definitions share is the conviction that quantitative changes in information are bringing into being a qualitatively new sort of social system, the information society.*

A importância desse tema, que deu nome a uma era – *sociedade da informação* - se mostra na medida em que a informação passou a ser um fator de transformação da forma como vivemos. A informação/conhecimento se tornou o cerne do comportamento atual. Nos apontamentos de Webster:

Desta forma, cada definição se fundamenta muitas vezes da mesma forma: há mais informações hoje em dia, portanto temos uma sociedade da informação. Como veremos, haverá sérias dificuldades com este raciocínio posteriormente. Não há uma sexta definição de sociedade da informação, que seja apontada, em que, sua reivindicação principal seja no sentido de que, atualmente, haja mais informações (obviamente há), mas sim que o caráter da informação é tal que transformou a forma como vivemos. A sugestão aqui é que conhecimento/informação teórica é o cerne de como nos conduzimos nos dias atuais. Esta definição, que é singularmente qualitativa em espécie, não é muito apadrinhada pelos defensores da sociedade de informação, em que pese ser o argumento mais convincente para a adequação do rótulo da sociedade de informação<sup>7</sup>.

Analisando-se a SI sob o aspecto tecnológico observam-se inovações que, vêm aparecendo desde a década de setenta, sendo um dos indicadores mais visíveis de uma mudança social. Entre essas se encontram as televisões e computadores pessoais e outras inovações tecnológicas que causaram grande impacto na sociedade, conforme esclarece o autor:

Tomando-se em conta o conjunto de inovações tecnológicas que surgiram desde os anos 1970, as novas tecnologias são um dos indicadores mais visíveis dos novos tempos, e, portanto, são frequentemente utilizados para sinalizar a vinda de uma sociedade da informação. Nessas incluem televisão a cabo e satélite, sistema de computação que fornecem serviços a uma rede de computadores, computadores pessoais (PCs), tecnologias de novos escritórios, especialmente serviços de informação *on-line*, processadores de texto, e instalações de CD-Rom. A idéia é, simplesmente, que tal volume de inovações tecnológicas deve levar a uma reconstituição da palavra social, pois seu impacto foi muito profundo<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> *Ibidem*, p. 9. In this way each definition reasons in much the same way: there is more information nowadays, therefore we have an information society. As we shall see, there are serious difficulties with this *ex post facto* reasoning. There is a sixth definition of an information society which is distinctive in so far as its main claim is not that there is more information today (there obviously is), but rather that the character of information is such as to have transformed how we live. The suggestion here is that theoretical knowledge/information is at the core of how we conduct ourselves these days. This definition, one which is singularly qualitative in kind, is not much favoured by information society proponents, though it may be the most persuasive argument for the appropriateness of the information society label.

<sup>8</sup> WEBSTER, Frank. **Theories of The Information Society**. 2nd ed. Routledge: London, 2002, p. 9. Technological conceptions centre on an array of innovations that have appeared since the late 1970s. New technologies are one of the most visible indicators of new times, and accordingly are frequently taken to signal the coming of an information society. These include cable and satellite television, computer to computer

Sob a abordagem econômica, Webster observa que, a informação passa a agregar valor econômico, tendo em vista que, a informação adequada ao caso específico tem potencial para gerar lucros. Assim, paga-se pela informação que resulte em lucros na medida do lucro que possa produzir. Logo, a informação passa a ser uma atividade econômica que gera riquezas, como podemos notar:

Levando-se em conta a abordagem gráfica do crescimento em valor econômico das atividades informativas, se alguém é capaz de traçar um aumento da percentagem do produto nacional bruto (PNB) contabilizado pelas empresas de informação, então logicamente chega a um ponto em que se pode declarar a efetivação de uma economia da informação. Uma vez que a maior parte da atividade econômica é retomada pela atividade de informações, ao invés de se falar em agricultura de subsistência ou fabrico industrial, podemos falar de uma sociedade da informação (Jonscher, 1999)<sup>9</sup>.

Apesar de parecer simples, na prática, a abordagem gráfica do crescimento em valor econômico das atividades informativas, se mostrou ser um exercício extremamente complexo, sendo que, muito do trabalho pioneiro foi realizado por Fritz Machlup, que buscou medir parte do PNB (Produto Nacional Bruto) dos Estados Unidos da América relacionados com as atividades do conhecimento. Identificou as indústrias da informação, agrupando-as em atividades diversas, sendo que sua tentativa de se estimar uma mudança econômica, tendo por bases tais atividades foi valiosa, sendo aprimoradas por Marc Uri Porat<sup>10</sup>.

Outra dificuldade, observada por Webster, está em se homogeneizar as atividades econômicas muito díspares, bem como na escolha da distinção, se por razões qualitativas ou quantitativas. Assim, de um lado, pode-se dizer que o aumento valorativo, na ordem econômica, da informação materializada na forma de publicidade é um indicativo da SI. Por outro lado, pode-se afirmar que a qualidade da informação apresentada na forma de publicidade, com todos os seus meios técnicos agregados a essa arte, pode traduzir-se na *sociedade da informação*.

---

*communications, personal computers (PCs), new office technologies, notably online information services and word processors, and CD.Rom facilities. The suggestion is, simply, that such a volume of technological innovations must lead to a reconstitution of the social word because its impact is so profound.*

<sup>9</sup> *Ibidem*, p. 12. *The approach charts the growth in economic worth of informational activities. If one is able to plot an increase in the proportion of gross national product (GNP) accounted for by the information business, then logically there comes a point at which one may declare the achievement of an information economy. Once the greater part of economic activity is taken up by information activity rather than say subsistence agriculture or industrial manufacture, then it follows that we may speak of an information society (Jonscher, 1999).*

<sup>10</sup> *Ibidem*, p. 13-14.

Outra dificuldade que se demonstra é que os dados agregados inevitavelmente igualam atividades econômicas muito díspares. Nessa etapa é possível dizer que o crescimento econômico do patrimônio de publicidade e televisão é indicativo de uma sociedade da informação, mas fica o desejo de se distinguir as atividades informativas por razões qualitativas. A vontade dos economistas de colocar um preço em tudo tem a infeliz consequência de não nos deixar saber as dimensões realmente valiosas do setor de informações<sup>11</sup>.

Critica-se a tendência dos economistas colocarem um valor econômico em tudo, dificultando, com isso, a obtenção do conhecimento da real dimensão do setor da informação. Webster, apesar de defender a importância do aspecto qualitativo, reconhece que, em uma sociedade capitalista, não há como negar o valor do aspecto quantitativo da informação. Observa que, apesar de Machlup e Porat não buscarem uma pesquisa que vise diferenciar índices quantitativos e qualitativos de uma sociedade da informação, é inegável que as vendas multimilionárias do “The Sun” (Jornal Inglês de grande circulação) não podem ser igualadas com – menos ainda ser considerada como mais informativos, embora sem dúvida seja de maior valor econômico – a circulação de quatrocentos mil exemplares do “Financial Times”.

É uma distinção (...) que sugere a possibilidade de que poderíamos ter uma sociedade em que, conforme medido pelo PNB (Produto Nacional Bruto), a atividade informativa tenha grande peso, mas que em termos das fontes da vida econômica, social e política é de pouca consequência para uma nação estilo Disney com saquinhos de batatas, desejosos de prazeres, consumindo imagens dia e noite<sup>12</sup>.

A terceira definição relatada por Webster se dá com ênfase no trabalho. Expõe que, esse enfoque é o preferido dos sociólogos, bem como, está intimamente associada à abordagem feita por Daniel Bell. Manifesta-se pelo declínio das atividades laborais de cunho manual havendo sua substituição, do ponto de vista quantitativo, pelo trabalho de ordem intelectual.

---

<sup>11</sup> *Ibidem*, p. 13. Another difficulty is that the aggregated data inevitably homogenize very disparate economic activities. In the round it may be possible to say that growth in the economic worth of advertising and television is indicative of an information society, but one is left with an urge to distinguish between informational activities on qualitative grounds. The enthusiasm of the information economists to put a price tag on everything has the unfortunate consequence of failing to let us know the really valuable dimensions of the information sector.

<sup>12</sup> *Ibidem*, p. 13-14. This search to differentiate between quantitative and qualitative indices of an information society is not pursued by Machlup and Porat, though it is obvious that the multi-million sales of *The Sun* cannot be equated with – still less be regarded as more informational, though doubtless it is of more economic value – the four hundred thousand circulation of *The Financial Times*. It is a distinction to which I shall return, but one which suggests the possibility that we could have a society in which, as measured by GNP, informational activity is of great weight, but which in terms of the springs of economic, social and political life is of little consequence. A nation of couch potatoes and Disney-style pleasure seekers consuming images night and day.

Esta é a abordagem preferida dos sociólogos. Também está intimamente associada com o trabalho de Daniel Bell (1973), que é o mais importante teórico da "sociedade pós-industrial" (um termo praticamente sinônimo de "sociedade da informação" e utilizado como tal na própria escrita Bell). Aqui a estrutura ocupacional é examinada ao longo do tempo e no ritmo das mudanças observadas. O declínio do emprego industrial e o aumento do emprego no setor de serviços são interpretados como a perda de postos de trabalhos manuais e a sua substituição pelo trabalho de *colarinho branco*. Como o objeto do trabalho manual não é a informação (ao contrário de Brawn que caracteriza maior destreza na utilização das máquinas de trabalho manual), os aumentos consecutivos e substanciais do trabalho informativo, podem ser axioma para anunciar a chegada de uma sociedade da informação<sup>13</sup>.

Corroborando nesse sentido, aponta para Europa Ocidental, Japão e América do Norte, afirmando que, mais de setenta por cento da mão de obra é constituída pelos chamados *colarinho branco*. Conclui, com isso, que se afigura plausível a afirmação no sentido que constituímos uma sociedade da informação:

Há evidências à primeira vista para isso: na Europa Ocidental, Japão e América do Norte mais de 70 por cento da força de trabalho agora é encontrada no setor de serviços da economia e de *colarinho branco*. Por estas razões, só parece plausível argumentar que vivemos uma sociedade da informação, uma vez que o 'grupo predominante [de ocupações] consiste de profissionais da informação'. (Bell, 1979, p. 183)<sup>14</sup>.

Com realce nas mudanças ocorridas na atividade laboral, como um dos elementos definidores da SI, retira-se, ou, no mínimo se atenua dessa definição o elemento tecnológico. Webster relata que, essa concepção de SI, é bem diferente daquela que, sugere ser a tecnologia da informação e das comunicações os elementos definidores da SI. Faz-se aqui um foco sobre as mudanças ocorridas no trabalho como um elemento identificador dessa era e

---

<sup>13</sup> WEBSTER, Frank. **Theories of The Information Society**. 2nd ed. Routledge: London, 2002, p. 14. *This is the approach most favoured by sociologists. It is also closely associated with the work of Daniel Bell (1973), who is the most important theorist of 'post-industrial society' (a term virtually synonymous with information society, and used as such in Bell's own writing). Here the occupational structure is examined over time and patterns of change observed. The decline of manufacturing employment and the rise of service sector employment is interpreted as the loss of manual jobs and its replacement with white-collar work. Since the ray material of non manual labour is information (as opposed to the brawn and dexterity plus machinery characteristic of manual labour), then substantial increases in such informational work can be said to announce the arrival of an information society.*

<sup>14</sup> *Ibidem*, p. 14. *There is prima facie evidence for this: in western Europe, Japan and North America over 70 per cent of the workforce is now found in the service sector of the economy, and white-collar occupations are now a majority. On these grounds alone it would seem plausible to argue that we inhabit an information society, since the 'predominant group [of occupations] consists of information workers' (Bell, 1979, p. 183).*

não as influências geradas pela tecnologia da informação, mas de ideias, conhecimento, habilidades, criatividade:

Com ênfase nas mudanças ocorridas no trabalho, como um indicador de uma sociedade da informação, já se retiraram as preocupações dominantes com a tecnologia nos últimos anos. Também deve-se notar, que essa concepção da sociedade da informação é bastante diferente daquela que sugere serem as informações e as tecnologias de comunicação que caracterizam a nova era. O foco sobre as mudanças no trabalho destaca o poder transformador da informação em si e não na influência das tecnologias da informação, a informação utilizada e extraída das profissões ou incorporada nas pessoas através da educação e experiências. Charles Leadbeater (1999) em seu livro intitulado "Living on Thin Air" destacou a idéia de ser a informação fundamental na época atual. Trata de uma advertência dada pelo sábio mundo aos persistentes em ganhar a vida com o suor de seu rosto. Mas todos os conselhos de Leadbeater, tornaram-se desatualizados em seu argumento de como conseguir a própria subsistência na era da informação. "Living on Thin Air" (1999) apregoa que "pensar inteligente", sendo "inventivo" e tendo a capacidade de desenvolver e explorar "net-works" é realmente a chave para a nova economia do "imponderável" (Coyne, 1997; Dertouzos, 1997), uma vez tratar-se de produção de riqueza, não de esforço físico, mas de "ideias, conhecimentos, habilidades, talento e criatividade" (Leadbeater, 1999, p. 18). Seu livro destaca exemplos de tais sucessos: *designers, dealmakers, image-creators*, músicos, biotecnólogos, engenheiros genéticos e localizadores de nicho abundam<sup>15</sup>.

Sob o aspecto espacial, Webster observa que se trata de elemento popular da SI, com características predominantes das redes de informações, que tem o poder de reunir em um único aparelho comunidades espalhadas por todo o planeta:

Esta concepção da sociedade da informação ao mesmo tempo em que se recorre da economia e sociologia, tem como ponto de tensão diverso no espaço geográfico. Aqui a ênfase principal se dá sobre as redes de informação que conectam lugares e, como consequência, podem ter efeitos profundos na organização do tempo e do espaço. Tornou-se um indexador particularmente popular da sociedade da

---

<sup>15</sup> *Ibidem*. An emphasis on occupational change as the marker of an information society has displaced once dominant concerns with technology in recent years. It should also be appreciated that this conception of the information society is quite different from that which suggests it is information and communications technologies which distinguish the new age. A focus on occupational change is one which stresses the transformative power of information itself rather than the influence of information technologies, information being what is drawn upon and generated in occupations or embodied in people through education and experiences. Charles Leadbeater (1999) titled his book to highlight the insight that it is information which is foundational in the present epoch. 'Living on thin air' was once a familiar admonition given by the worldly wise to those reluctant earn a living by the sweat of their brows. But all such advice is now outdated, Leadbeater arguing that this is exactly how to make one's livelihood in the information age. Living on Thin Air (1999) proclaims that 'thinking smart', being 'inventive', and having the capacity to develop and exploit 'net-works' is actually the key to the new 'weightless' economy (Coyne, 1997; Dertouzos, 1997), since wealth production comes, not from physical effort, but from 'ideas, knowledge, skills, talent and creativity' (Leadbeater, 1999, p. 18). His book highlights examples of such successes: designers, deal-makers, image-creators, musicians, biotechnologists, genetic engineers and niche-finders abound.

informação nos últimos anos, onde redes de informação tornaram-se características proeminentes da organização social. É comum sublinhar o poder de centralização das redes de informações, que podem unir diferentes locais dentro de um escritório, uma cidade, uma região, um continente, certamente, o mundo inteiro. Como a rede elétrica passa por um país inteiro para ser acessada à vontade por indivíduos com as conexões apropriadas, assim também podemos nos imaginar agora um "fio da sociedade operacional a nível nacional, internacional e global para fornecer uma determinada informação", (Barron e Curnow, 1979) para cada casa, loja, escritório e universidade - e também às pessoas em movimento que tenham o seu *laptop* e *modem* em sua maleta<sup>16</sup>.

Finalmente, Webster relata o quinto aspecto que pode apontar uma SI. Trata-se do elemento cultural. Trata-se do componente mais facilmente reconhecido e menos medido. Há uma difusão cultural em níveis crescentes com exploração cada vez maior do espectro magnético, havendo cada vez mais canais de televisão e rádio com durações cada vez mais extensas contando hoje com comunicações ininterruptas:

A percepção final de uma sociedade da informação é talvez a mais facilmente distinguida, mas menos avaliada, cada um de nós está consciente, a partir do padrão de nossas vidas cotidianas, que houve um aumento extraordinário das informações em circulação na sociedade. Há simplesmente muito mais informação do que nunca. Televisão foi muito utilizada desde meados dos anos 1950 na Grã-Bretanha, mas agora sua programação é muito maior funcionando o tempo todo. Ela foi expandida de um único canal para cinco canais de difusão e digitalização e promete muito mais. A televisão tem sido aprimorada para incorporar tecnologias de vídeo, canais a cabo e satélite e serviços de informações. Computadores, acesso à Internet e o computador portátil testemunham implacável expansão atual. Há muito mais estações de rádio disponíveis hoje que há uma década, a nível local, nacional e internacional<sup>17</sup>.

---

<sup>16</sup> *Ibidem*, p. 17. This conception of the information society while it does draw on economics and sociology, has at its core the geographer's distinctive stress on space. Here the major emphasis is on information networks which connect locations and in consequence can have profound effects on the organization of time and space. It has become an especially popular index of the information society in recent years as information networks have become prominent features of social organization. It is usual to stress the centrality of information networks that may link together different locations within and between an office, a town, a region, a continent, indeed the entire world. As the electricity grid runs through an entire country to be accessed at will by individuals with the appropriate connections, so too may we imagine now a 'wired society' operating at the national, international and global level to provide an 'information ring main' (Barron and Curnow, 1979) to each home, shop, university and office – and even to mobile individuals who have their laptop and modem in their briefcase.

<sup>17</sup> WEBSTER, Frank. **Theories of The Information Society**. 2nd ed. Routledge: London, 2002, p. 19. The final conception of an information society is perhaps the most easily acknowledged, yet the least measured, Each of us is aware, from the pattern of our everyday lives, that there has been an extraordinary increase in the information in social circulation. There is simply a great deal more of it about than ever before. Television has been in extensive use since the mid 1950s in Britain, but now its programming is pretty well round the clock. It has expanded from a single channel to five broadcast channels and digitalization promises very many more. Television has been enhanced to incorporate video technologies, cable and satellite channels, and even computerized information services. PCs, access to the Internet and the palm held computer testify to unrelenting expansion here. There is very much more radio output available now than even a decade ago, at local, national and international level.

Conclui-se pela contribuição de Webster, que a SI não se resume ao elemento tecnológico, mas se estende por diversos ramos sociais, como: o tecnológico; econômico; laboral; espacial e cultural.

## **1.2. Elementos constitutivos da Sociedade da Informação na relação em análise**

A Revolução Industrial produziu uma nova realidade econômico-comercial trazendo consigo inovações no âmbito contratual, com o surgimento de um novo tipo de instrumento, o contrato de adesão, que se tornou inerente à sociedade industrializada, conforme aponta Marques: “Certo é que os fenômenos da predisposição de cláusulas ou condições gerais dos contratos e do fechamento de contratos de adesão se tornaram inerentes à sociedade industrializada moderna”<sup>18</sup>.

O negócio jurídico estudado trata-se de típica relação socioeconômica do século XX onde a massificação das relações contratuais se tornou possível graças aos contratos de massa, que têm por espécie, o contrato de adesão tipificado como contrato pós-moderno, tendo como principal característica a impessoalidade exteriorizada através das condições gerais dos contratos, impressos prévia e unilateralmente pelo fornecedor do bem ou serviço, sendo que o consumidor apenas adere à vontade manifestada no instrumento contratual. Tais predisposições, de cláusulas gerais dos contratos, se tornaram inerentes à sociedade industrializada moderna, que se utiliza de técnicas de contratação de massa com *marketing* agressivo, que possibilitam o consumo massificado da sociedade da informação. Na medida em que os métodos difusos de captação de consumidores se aperfeiçoam, geram uma distância de forças cada vez maior entre o aderente e o proponente. “Se esta standardização dos contratos (de adesão) é uma facilidade típica de nossa sociedade de massa, isso significa para o contratante profissional um aumento de sua ‘eficiência’ na distribuição de seus produtos e serviços, mas significa para o contratante leigo ou mais fraco um aumento de seu déficit informacional”<sup>19</sup>.

---

<sup>18</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O novo regime das relações contratuais**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011, p. 71.

<sup>19</sup> *Ibidem*. p. 77.

Os contratos de adesão se alastram em número crescente de relações de consumo, não ficando de fora o ato jurídico consistente na venda de imóvel na planta. “O fenômeno dos contratos de adesão é cada vez mais comum na experiência contemporânea, produzindo-se em múltiplos domínios, como, por exemplo, (...), o da venda e aluguel de bens”<sup>20</sup>. O aumento populacional exigiu uma nova forma de comercialização de bens não bastando mais as técnicas utilizadas nas relações individuais, com feitura de contratos específicos elaborados caso a caso. A sociedade de consumo exige um novo sistema de contratação, que possibilitou o atendimento de número indeterminado de consumidores.

Na sociedade de consumo, como seu sistema de produção e de distribuição em grande quantidade, o comércio jurídico se despersonalizou e se desmaterializou. Os métodos de contratação em massa, ou estandardizados, predominam em quase todas as relações contratuais entre empresas e consumidores. Dentre as técnicas de conclusão e disciplina dos chamados *contratos de massa*<sup>21</sup>.

Acompanhando às necessidades da sociedade moderna, surge um novo tipo contratual, criando subtipos de relações de consumo como a relação de consumo principal, que é aquela que objetivou a aquisição e a relação de consumo, e a relação secundária, que facilita ou possibilita a aquisição do objeto do contrato.

Destaque-se, pois, que hoje podemos classificar as relações de consumo como relações de consumo principal (por finalidade de consumo) e relações de consumo por conexidade, por catividade, por acidente (art. 17 do CDC)<sup>22</sup> e incidentais (art. 29 e art. 2º, parágrafo único, do CDC)<sup>23</sup>. Para conexidade das relações a explicação é simples: na sociedade moderna por vezes as relações contratuais são tão conexas, essenciais, interdependentes e complexas que é impossível distingui-las, realizar uma sem a outra, deixar de realizá-las ou separá-las. E assim, se uma das atividades (ou um dos fins) é de consumo, acaba por “contaminar”, por determinar a natureza acessória de consumo da relação ou do contrato comercial... A conexidade é, pois, o fenômeno operacional econômico de multiplicidade de vínculos, contratos, pessoas e operações para atingir um fim econômico unitário, e nasce da especialização das

---

<sup>20</sup> *Ibidem*. p. 78.

<sup>21</sup> *Ibidem*. p. 70.

<sup>22</sup> Art. 17 do CDC – Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento.

<sup>23</sup> Art. 29 do CDC – Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

Art. 2. Parágrafo único do CDC – Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

tarefas produtivas, da formação de redes de fornecedores no mercado e, eventualmente, da vontade das partes<sup>24</sup>.

Os contratos conexos surgem com a sociedade da informação e têm por finalidade facilitar ou possibilitar a relação de consumo. Assim, em um compromisso de venda e compra de imóvel na planta, juntamente com esse instrumento já há aprovação prévia de contrato de financiamento bancário que possibilitará o consumidor o pagamento do valor restante do imóvel.

Os contratos conexos são aqueles cuja finalidade é justamente facilitar ou realizar o consumo. O aplicador do CDC deve estar atento para o fenômeno da conexidade, pois a uma visão real e socialmente útil da multiplicidade e complexidade das relações contratuais pós-modernas pode-se apor uma visão formalista e reduzida, a impedir a realização da função social dos contratos<sup>25</sup>.

A nova realidade econômica exigiu também um acompanhamento legal, pois, o Código Civil de 1916 se limitava a reger relações individuais com valorização na autonomia da vontade. Assim, surge no cenário pós-moderno o Código do Consumidor como um ato normativo que possibilita a regulamentação das relações jurídicas metaindividuais, que passará a ser analisado após o estudo do contrato de adesão e contratos conexos, abordados a seguir.

### **1.2.1. Contrato de Adesão**

O contrato de adesão possui definição legal expressa no art. 54 do CDC<sup>26</sup>. Consiste em contrato escrito, impresso e formulado anteriormente a aceitação do consumidor e, antecedendo, até mesmo, a qualquer tipo de relação jurídica estabelecida entre o fornecedor e

---

<sup>24</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O novo regime das relações contratuais**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011, p. 109.

<sup>25</sup> *Ibidem*, p. 108.

<sup>26</sup> Art. 54 do CDC: “Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo.”

consumidor em decorrência de se encontrar a serviço das relações metaindividuais, bastando o preenchimento dos dados do consumidor e o objeto do contrato (bem ou serviço), bem como valor atualizado. Como o próprio nome indica, o contrato de adesão é aquele em que uma das partes adere ao conteúdo constante no instrumento formalizado pela outra parte da relação contratual.

Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas são preestabelecidas unilateralmente pelo parceiro contratual economicamente mais forte (fornecedor) *ne varietur*, isto é, sem que o outro parceiro (consumidor) possa discutir ou modificar substancialmente o conteúdo do contrato escrito. O contrato de adesão é oferecido ao público em um modelo uniforme, geralmente impresso e estandardizado, faltando apenas preencher os dados referentes à identificação do consumidor-contratante, do objeto e do preço. Assim, aqueles que, como consumidores, desejarem contratar com a empresa para adquirirem produtos ou serviços já receberão, pronta e regulamentada, a relação contratual, não poderão efetivamente discutir, nem negociar singularmente os termos e condições mais importantes do contrato<sup>27</sup>.

Desta maneira, o consumidor fica limitado a aceitar em bloco as cláusulas pré-elaboradas de maneira unilateral e uniforme pelo fornecedor, sem que haja possibilidade de se discutir com antecedência as cláusulas constantes no instrumento contratual, restando ao consumidor a alternativa de aceitar ou rejeitar a relação jurídica a ser estabelecida. Cláudia Marques destaca as características do contrato de adesão elencando três elementos identificadores: “Podemos destacar como características do contrato de adesão: 1) a sua pré-elaboração unilateral; 2) a sua oferta uniforme e de caráter geral, para um número ainda indeterminado de futuras relações contratuais; 3) seu modo de aceitação, pelo qual o consentimento se dá por simples adesão à vontade manifestada pelo parceiro contratual economicamente mais forte”<sup>28</sup>.

Assim, consiste no instrumento utilizado para formalizar a relação jurídica entre o promitente vendedor e adquirente. O contrato se compõe em um dos institutos jurídicos que mais sofreram modificações influenciadas pelas transformações sociais e econômicas observadas pela sociedade pós-moderna.

---

<sup>27</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O novo regime das relações contratuais**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011, p. 76.

<sup>28</sup> *Ibidem*, p. 77.

Um dos instrumentos jurídicos civis que mais se submeteram às transformações sociais e econômicas foi, sem dúvidas, o contrato. E as alterações foram tantas, desde o direito antigo até o direito pós-moderno, a ponto de atualmente se admitir sem maiores polêmicas uma teoria geral dos contratos, apartada da teoria obrigacional clássica<sup>29</sup>.

Posicionando-se no mesmo sentido, e expondo a importância que exerce o contrato na sociedade, bem como, a influência que a sociedade de informação gera neste instrumento, Marques afirma que “A ideia de contrato vem sendo moldada, desde os romanos, tendo sempre como base as práticas sociais, a mora e o modelo econômico da época. O contrato, por assim dizer, nasceu da realidade social.” Verifica-se assim ser o contrato um instrumento que acompanha as necessidades sociais se modificando na medida em que os desejos se transformam.

O contrato, por assim dizer, nasceu da realidade social. Efetivamente, sem os contratos de troca econômica, especialmente os contratos de compra e venda, de empréstimo e de permuta, a sociedade atual de consumo não existiria como a conhecemos. O valor decisivo do contrato está, portanto, em ser o instrumento jurídico que possibilita e regulamenta o movimento de riquezas dentro da sociedade. (...) A concepção de contrato, a ideia de relação contratual, sofreu, porém, nos últimos tempos uma evolução sensível, em face da criação de um novo tipo de sociedade, sociedade industrializada, de consumo, massificada, sociedade de informação, e em face, também, da evolução natural do pensamento teórico-jurídico<sup>30</sup>.

Concluindo, no tocante as mudanças contratuais sofridas no decorrer dos séculos, Claudia Lima Marques escreve que: “De um lado há que se entender as origens, para bem aplicar a lei; de outro, o movimento pendular das tendências de interpretação contratual, que ainda não cessou no Brasil, nem no mundo, muitas vezes nos dirige a caminhos superados, e é preciso estar consciente do novo, comparando-o com o clássico”<sup>31</sup>. Roberto Senise Lisboa atribui o surgimento do contrato de adesão às novas necessidades advindas da SI: “O surgimento do contrato de adesão foi a consequência lógica da *despersonalização* das relações contratuais, em que o predisponente lançou mão desse mecanismo para conseguir

---

<sup>29</sup> SENISE LISBOA, Roberto. Manual de Direito Civil. **Contratos**. São Paulo: Saraiva, 2012. p. 45.

<sup>30</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O novo regime das relações contratuais**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011, p. 56-57.

<sup>31</sup> *Ibidem*.

negociar com as milhares de pessoas interessadas em obter seus produtos”<sup>32</sup>. Assim, nota-se que o contrato de adesão se tornou indispensável à sociedade pós-moderna.

### 1.2.2. Contratos Conexos

São aqueles que visam facilitar ou possibilitar a relação de consumo. No caso em estudo, os contratos conexos buscam viabilizar a aquisição do bem na planta, que se dá por pagamento em prestações para uma financeira, que pré-aprova o financiamento do imóvel, já na assinatura do compromisso de venda e compra, por meio de pagamento de prestações que vão até trinta anos e se iniciarão após o pagamento da entrada.

Claudia Lima Marques classifica os contratos conexos em três tipos: “Na doutrina, distinguem-se três tipos de contratos conexos, de acordo com as suas características básicas de possuírem fim unitário (elemento objetivo) ou de a conexão ter sido determinada por lei (compra e venda com financiamento do art. 52 do CDC<sup>33</sup>)”<sup>34</sup>. Os contratos conexos *stricto sensu*, que serão abordados, pois corresponde ao objeto em análise, constituem contratos autônomos que visam a realização de um determinado negócio jurídico. Marques os define como:

Contratos conexos *stricto sensu* – são aqueles contratos autônomos que, por visarem a realização de um negócio único (nexo funcional), se celebram entre as mesmas partes ou entre partes diferentes e se vinculam por esta finalidade econômica supracontratual comum, identificável seja na causa, no consentimento, no objeto ou nas bases do negócio. Assim, se a finalidade supracontratual comum é de consumo, todos os contratos são de consumo por conexidade ou acessoriedade. Essa nova visão qualificada e ampliadora das relações de consumo é necessária para uma boa

---

<sup>32</sup> SENISE LISBOA, Roberto. **Manual de Direito Civil. Contratos**. São Paulo: Saraiva, 2012. p. 57.

<sup>33</sup> Art. 52. No fornecimento de produtos ou serviços que envolva outorga de crédito ou concessão de financiamento ao consumidor, o fornecedor deverá, entre outros requisitos, informá-lo prévia e adequadamente sobre: I - preço do produto ou serviço em moeda corrente nacional; II - montante dos juros de mora e da taxa efetiva anual de juros; III - acréscimos legalmente previstos; IV - número e periodicidade das prestações; V - soma total a pagar, com e sem financiamento. § 1º As multas de mora decorrentes do inadimplemento de obrigações no seu termo não poderão ser superiores a dois por cento do valor da prestação. § 2º É assegurado ao consumidor a liquidação antecipada do débito, total ou parcialmente, mediante redução proporcional dos juros e demais acréscimos.

<sup>34</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O novo regime das relações contratuais**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011, p. 109.

aplicação do CDC. A conexidade é o método de comercialização e *marketing*, é a consequência, que hoje pode ser facilmente fotografada no mercado nacional<sup>35</sup>.

Importa salientar que, as relações firmadas em contratos de compromisso de venda e compra de bens na planta tem se utilizado da prática deste novo fenômeno contratual e, não apenas para facilitar ou possibilitar o acesso do consumidor ao imóvel, como também como importante instrumento de *marketing* imobiliário, que vem possibilitando, dentre outros fatores, o *boom* imobiliário sofrido na sociedade pós-moderna. Em virtude dessa frequente utilização, o CDC incluiu, em seu art. 52<sup>36</sup> e art. 3º, § 2º<sup>37</sup>, a regulamentação dos serviços envolvendo financiamentos de bens.

### **1.2.3. Código de Defesa do Consumidor: Instrumento de promoção Estatal da defesa do direito fundamental do consumidor**

Com o surgimento de uma nova realidade mundial, impulsionada pela industrialização e massificação das relações contratuais, que passam a adquirir grandes proporções em tempo, espaço e quantidade, bem como a intensa utilização dos contratos de adesão, fez-se necessária a adequação das leis a essa nova realidade socioeconômica do século XX. O Código Civil, que tem por característica regulamentar relações interpessoais, já não atende a essa nova realidade jurídica estabelecida entre fornecedores de produtos e serviços, que contam com sofisticada técnica, com vistas a impulsionar ao máximo o consumo, utilizando-se de *marketing* sofisticado, com propagandas vinculadas a mecanismos de comunicação em massa, bem como, contratos de adesão previamente minutados expressando as vontades dos prestadores de bens e serviços, afastando-se do princípio da autonomia da vontade, uma vez que só manifestavam a vontade do mais forte na relação de consumo. Assim, a teoria contratual clássica, pautada no dogma da autonomia da vontade, que, no campo teórico do direito, assegurava a liberdade dos contratantes para contratar ou não, bem como escolha do parceiro contratual e definição do conteúdo da avença, já não se

---

<sup>35</sup> *Ibidem*, p. 110.

<sup>36</sup> *Ibidem*.

<sup>37</sup> § 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

mostrava suficiente com a proliferação dos contratos de massa onde impera o dirigismo contratual.

No campo prático dos fatos, com a proliferação dos contratos de massa, especialmente dos contratos de adesão, a liberdade contratual já se encontrava limitada. Ao contrário do que se acreditava, o dogma da liberdade contratual tornou-se uma ficção – em liberdade de um e opressão do outro -, assim como a esperada livre concorrência não foi suficiente para conduzir a resultados aceitáveis. A concentração das empresas e os monopólios, estatais ou privados, reduziram a liberdade de escolha do parceiro. Em casos de serviços imprescindíveis, como água, luz, transporte, fala-se mesmo em obrigação de contratar, assim, também, no caso de seguros tornados obrigatórios, pois permanece a liberdade de escolha do parceiro, mas não a de redigir ou não o contrato. O dirigismo contratual passa a dominar<sup>38</sup>.

A Constituição Federal no art. 48 do ADCT dispôs um prazo para que o CN elaborasse o CDC<sup>39</sup>. Este instrumento de defesa do consumidor surge para impor normas que estabeleçam a função social do contrato, impondo aos contratos de consumo limites à autonomia da vontade.

Desde a década de 90, observou Jan Schapp que a autonomia, ou melhor, a liberdade de contratar é positiva e negativa, isto é, na sociedade de massa um dos contratantes “usa” plenamente a liberdade de estabelecer o conteúdo e o outro, o vulnerável, o consumidor, apenas “submete-se ao poder-liberdade do outro, como que renunciando a parte de sua liberdade, para autovincular-se ao texto elaborado unilateralmente pelo outro, por exemplo, em um contrato de adesão”. Os Estudos de Hanau, partindo do direito fundamental de liberdade e de desenvolvimento da personalidade, e do vínculo dos privados aos direitos fundamentais (Drittwirkungen), em contratos de interesse social, como os de consumo, concluíram que há um postulado constitucional de proporcionalidade ou razoabilidade também no que se refere à redução da liberdade já “negativa” do mais fraco, o que resultará na imposição de um controle do conteúdo do contrato e proibições de uso desproporcional ou antissocial. A liberdade contratual do mais forte será limitada<sup>40</sup>.

Com a pós-modernidade surge um novo discurso social, já não basta mais a igualdade formal, busca-se a igualdade material com aceitação do diferente e valorização de direitos fundamentais. “Pós-moderno é o direito a ser (e continuar) diferente, é o direito à

---

<sup>38</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O novo regime das relações contratuais**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011, p. 268-269.

<sup>39</sup> ADCT art. 48 – O Congresso Nacional, dentro de 120 dias da promulgação da Constituição, elaborará Código de Defesa do Consumidor.

<sup>40</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O novo regime das relações contratuais**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011, p. 270.

igualdade material (e tópica) reconstruída por ações positivas do Estado em prol do indivíduo identificado com determinado grupo”<sup>41</sup>. No mesmo sentido: “Para Erik Jayme, o *Leitmotiv*, isto é, o fio condutor do direito na pós-modernidade, do direito do século XXI, serão os direitos humanos”.

O *revival* dos direitos humanos é o proposto como elemento guia, como novos e únicos valores seguros a utilizar neste caos legislativo e desregulador, de codificações e microssistemas, de leis especiais privilegiadoras e de leis gerais ultrapassadas, de *soft law* e da procura de uma equidade cada vez mais discursiva do que real. Os direitos fundamentais seriam as novas “normas fundamentais”, e estes direitos constitucionais influenciariam o novo direito privado, a ponto de o direito civil assumir um novo papel social, como limite, como protetor do indivíduo e como inibidor de abusos<sup>42</sup>.

Sensível às transformações tecnológicas e econômicas sofridas, principalmente pós-meados do século passado, com a massificação das relações de consumo e marketing agressivo, a Constituição estabeleceu a proteção do consumidor como um direito fundamental<sup>43</sup>. Assim, notando que o Código Civil e o Código Comercial não satisfaziam as necessidades geradas por uma nova realidade econômico-social, o Constituinte se preocupou com a massa populacional bombardeada por propagandas vinculadas pelas rádios e televisores, com potencial para atingir quase a totalidade da população brasileira, vez que, hoje, segundo dados do IBGE, 87% da população brasileira possuem televisores em seus lares<sup>44</sup>. Buscou-se com a criação do CDC e intervenção estatal, estabelecer-se a o equilíbrio da equação econômico-financeira.

Há negócios jurídicos que, em virtude das características da relação jurídica formada, não sofrem a incidência do Código Civil ou do Código Comercial, senão de forma subsidiária e no que não for incompatível, pois a lei específica que os regula é a que trata das relações de consumo. São os contratos de consumo, cuja elaboração se submete ao Código de defesa do Consumidor (Lei 8.078/90) e às leis extravagantes, que disciplinam a matéria. Aludido diploma legislativo estabeleceu

---

<sup>41</sup> *Ibidem*, p. 266-267.

<sup>42</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O novo regime das relações contratuais**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011, p. 265.

<sup>43</sup> Art. 5º, XXXII – o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

<sup>44</sup> **IBGE**. Vamos conhecer o Brasil? Nosso povo: famílias e domicílios. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/7a12/conhecer\\_brasil/default.php?id\\_tema\\_menu=2&id\\_tema\\_submenu=>](http://www.ibge.gov.br/7a12/conhecer_brasil/default.php?id_tema_menu=2&id_tema_submenu=>)>. Acesso em: 18 nov. 2012.

um microssistema de normas jurídicas de ordem pública que acaba por limitar consideravelmente o campo da autonomia da vontade dos contratantes<sup>45</sup>.

Quanto se afirma que o CDC “estabeleceu um microssistema de normas jurídicas de ordem pública que acaba por limitar consideravelmente o campo da autonomia da vontade dos contratantes”<sup>46</sup>, há que se lembrar de que, segundo José Afonso, os direitos fundamentais, podem ser classificados em cinco grupos levando por base o “critério de seu conteúdo, que, ao mesmo tempo, se refere à natureza do bem protegido e do objeto de tutela”<sup>47</sup>. Classifica, assim, em direitos fundamentais do homem-indivíduo como aquele que reconhece a autonomia dos particulares garantindo a iniciativa e independência dos indivíduos diante dos demais membros da sociedade política e do Estado; outro grupo de direitos fundamentais são os inerentes ao homem-nacional, cujo conteúdo e objeto se encontram na definição de nacionalidade e suas faculdades; o terceiro grupo se refere ao direito fundamental do homem-cidadão, que são os direitos políticos; o quarto grupo se classifica como direito fundamental do homem-social, que constituem os direitos assegurados ao homem em suas relações sociais e culturais; por fim, o quinto e derradeiro grupo é constituído pelo direito fundamental do homem-membro de uma coletividade, que a Constituição adotou como direito-coletivo.

Nota-se assim, que o homem não perdeu sua autonomia, pois essa é reconhecida ao *homem-indivíduo*. O que ocorreu foi uma interferência estatal, com vistas a equilibrar a relação entre o consumidor e fornecedor, utilizando-se para isso de uma relativização da autonomia da vontade nos “direitos fundamentais do homem-membro de uma coletividade, que a Constituição adotou como direitos-coletivos”<sup>48</sup>, pertinentes às relações de consumo.

No campo dos direitos fundamentais, a CF/88 inovou ao relacionar direitos coletivos no campo de direitos fundamentais:

A Constituição, agora, fundamenta o entendimento de que as categorias de direitos humanos fundamentais, nela previstos, integram-se num todo harmônico, mediante influências recíprocas, até porque os direitos individuais, consubstanciados no seu art. 5º, estão contaminados de dimensão social, de tal sorte que a previsão dos direitos sociais, entre eles, e os direitos de nacionalidade e políticos, lhes quebra o

---

<sup>45</sup> SENISE LISBOA, Roberto. **Contratos Difusos e Coletivos: Consumidor, Meio Ambiente, Trabalho, Agrário, Locação, Autor**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2000, p. 292-293.

<sup>46</sup> *Ibidem*.

<sup>47</sup> SILVA, José Afonso da. **Curso de Direito Constitucional Positivo**. 23. ed. São Paulo: Malheiros, 2004, p. 182.

<sup>48</sup> *Ibidem*, p. 183.

formalismo e o sentido abstrato. Com isso, transita-se de uma democracia de conteúdo basicamente político-formal para a democracia de conteúdo social, se não de tendência socializante<sup>49</sup>.

Nas relações de consumo, observa-se a preocupação do legislador com o social, deixando-se prevalecer ao liberalismo. Isto se mostra necessário na medida em que, nas relações de consumo, não se trata mais de um direito estabelecido entre partes iguais, mas sim, uma relação estabelecida entre um indivíduo (em meio de incontáveis indivíduos) que foi capturado por uma série de anúncios atrativos, e um fornecedor (ou grupos de fornecedores), que lançam seus produtos ou serviços para toda uma coletividade, pelos meios de comunicação em massa (de uma forma geral).

Quanto mais precisos e eficazes se tornem os direitos econômicos, sociais e culturais, mais se inclina do liberalismo para o socialismo. Transforma-se a pauta de valores: o liberalismo exalta a *liberdade individual*, formalmente reconhecida, mas, em verdade, auferida por pequeno grupo dominante; o socialismo realça a *igualdade material* de todos como a única base sólida em que o efetivo e geral gozo dos direitos individuais de liberdade encontra respaldo seguro. A antítese inicial entre direitos individuais e direitos sociais tende a resolver-se numa síntese de autêntica garantia para a democracia, na medida em que os últimos forem enriquecendo-se de conteúdo e eficácia<sup>50</sup>.

Segundo as palavras de José Afonso, acima mencionadas, “a Constituição agasalhou ainda os postulados do liberalismo econômico, com intervenção estatal”. Esta inovação da pós-modernidade se deu também nas relações de consumo, conforme podemos observar no artigo 170<sup>51</sup>, onde se demonstra juntamente como o artigo 1º, inciso IV, da CF<sup>52</sup>, que a Carta Magna adotou o sistema capitalista. Contudo, trata-se de um capitalismo moderado com a observância de princípios, como a defesa do consumidor. Assim, apesar da legitimidade e constitucionalidade da busca do lucro, pois constituímos um país capitalista, o lucro tem seus

---

<sup>49</sup> *Ibidem*. p. 183-184.

<sup>50</sup> SILVA, José Afonso da. **Curso de Direito Constitucional Positivo**. ed. 23. São Paulo: Malheiros, 2004, p. 184.

<sup>51</sup> Art. 170 da CF – A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: (...) V- defesa do consumidor;

<sup>52</sup> Art. 1º da CF – A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos: (...) IV – os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa;

freios estabelecidos em princípios fundamentais, como: a existência digna da coletividade; justiça social e defesa do consumidor.

### 1.3. Sociedade da Informação como instrumento de fomentação de bens e serviços

A sociedade pós-moderna mudou sensivelmente a forma de praticar o comércio. Hoje as relações mercantis já não possuem caráter de pessoalidade havendo publicidade e instrumentos jurídicos destinados a toda uma classe populacional, como se pôde observar acima em estudo que tratou dos contratos em massa. Surge assim, a comercialização de imóveis na planta se utilizando em larga escala de meios de comunicação como a *internet*. Hoje empresas do ramo imobiliário depositam em seus *sites* seu cadastro de imóveis contendo fotos, valores e localização, podendo os interessados interagir *on line* com corretores de plantão que se oferecem para levar o consumidor até o imóvel, se o desejarem, ou, havendo a oferta de informações suficientes para se fechar o negócio, disponibilizam a minuta do contrato de locação, ou venda e compra do imóvel via endereço eletrônico, que poderá ser validado por meio de assinatura digital se perfazendo, assim, o negócio jurídico, utilizando-se apenas dos instrumentos eletrônicos sem filas, esperas ou deslocamentos desnecessários ou até mesmo, sem que a imobiliária disponha de local físico, tudo ocorrendo em meios virtuais.

Segundo publicação vinculada pelo O Globo<sup>53</sup>, em 17/02/2011, o portal de imóveis FipeZap, uma parceria entre O GLOBO e o jornal “O Estado de São Paulo”, constituiu a maior base de anúncios imobiliários do país, onde seus usuários podem pesquisar a evolução dos preços dos imóveis, detalhando as variações de acordo com o número de dormitórios dos imóveis e conferindo a taxa de alteração dos aluguéis. O site *PR Newswire*<sup>54</sup> publicou em 18/jul/2012 a seguinte notícia:

---

<sup>53</sup> **O Globo Economia.** Fipe e portal Zap lançam indicador de preços de imóveis Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/imoveis/fipe-portal-zap-lancam-indicador-de-precos-de-imoveis-2823106>>. Acesso em 20 out. 2012.

<sup>54</sup> **PR Newswire: United Business Media.** A PR Newswire é líder global em serviços de distribuição de notícias e informações para profissionais da comunicação. Disponível em: <<http://www2.prnewswire.com.br/portal/pt/Institucional>>. Acesso em: 20 out. 2012.

O ZAP Imóveis<sup>55</sup>, o maior portal imobiliário do Brasil, bateu recorde de 27,5 milhões de buscas/mês em suas mais de 273 mil ofertas registradas. A média mensal de visitantes únicos é de cerca de 3 milhões de usuários, uma quantidade quase duas vezes maior que o segundo e o terceiro concorrentes juntos no ranking da maior audiência virtual deste setor. Para 2012, o ZAP Imóveis tem como meta chegar a 56 milhões de visitas, consolidando a liderança entre os classificados on line do País<sup>56</sup>.

O crescimento da utilização de meios eletrônicos para a comercialização de imóveis, leva ao aperfeiçoamento de estruturas que possibilitam o acompanhamento dessa crescente procura dos consumidores de mecanismos eletrônicos para satisfação das necessidades de consumo. Nesse sentido, em 31 de outubro de 2012, a *PR Newswire* publicou sobre o lançamento de um aplicativo pelo Zap imóveis.

O ZAP Imóveis, (...), acaba de lançar um aplicativo para o Windows 8, o novo sistema operacional da Microsoft, considerado a atualização mais radical do software desde o lançamento do Windows 95, há quase duas décadas. Baixar o aplicativo é muito fácil: o app está disponível na loja do Windows, montada diretamente no Windows 8, e pode ser acessado de tablets e em computadores... O novo sistema operacional da Microsoft ainda permitirá ao usuário armazenar e compartilhar informações entre vários dispositivos, graças ao serviço em nuvem SkyDrive. O novo software também terá uma versão otimizada para aparelhos com tela touchscreen<sup>57</sup>.

O portal imobiliário, ZAP Imóveis, disponibiliza a localização por mapa de mais de 200 mil imóveis em todo Brasil contando também com aplicativos para iPhones e iPads, sendo que, apenas nessas duas modalidades, já ocorreram desde o seu lançamento, que se deu no início de 2012, mais de 19 mil downloads, demonstrando a influência da tecnologia no setor econômico imobiliário:

---

<sup>55</sup> **PR Newswire: United Business Media.** ZAP Imóveis cria aplicativo para Windows 8. **Sobre o ZAP Imóveis** - O ZAP Imóveis é o maior portal imobiliário do Brasil. Empresa dos jornais *O Estado de S. Paulo* e *O Globo*, o site se destaca por reunir o maior e mais qualificado número de ofertas, além de soluções e informações para quem quer alugar, comprar ou vender. Com uma base de dados atual e confiável, o ZAP Imóveis também fornece informações estratégicas para analistas do Brasil e do exterior sobre as relações entre a oferta e a demanda de imóveis em todo o País. Em parceria com a Fipe, produz o Índice FIPE ZAP de Preços de Imóveis Anunciados - o principal termômetro dos preços dos imóveis no mercado brasileiro. Disponível em: <<http://www2.prnewswire.com.br/releases/pt/zap-imoveis-cria-aplicativo-para-windows-8/31462>>. Acesso em: 02 nov. 2012.

<sup>56</sup> **PR Newswire: United Business Media.** ZAP bate recorde de buscas e mantém liderança folgada como o maior portal de imóveis do Brasil. Disponível em: <<http://www2.prnewswire.com.br/releases/pt/ZAP%20bate%20recorde%20de%20buscas%20e%20mant%C3%A9m%20lideran%C3%A7a%20folgada%20como%20o%20maior%20portal%20de%20im%C3%B3veis%20do%20Brasil/27314#>>>. Acesso em 20 out. 2012.

<sup>57</sup> **PR Newswire: United Business Media.** ZAP Imóveis cria aplicativo para Windows 8. Disponível em: <<http://www2.prnewswire.com.br/releases/pt/zap-imoveis-cria-aplicativo-para-windows-8/31462>>. Acesso em: 02 nov. 2012.

O app<sup>58</sup> do ZAP é uma ferramenta de busca por mapa baseada em imóveis, que traz ofertas de apartamentos, casas, flats e salas comerciais. É muito simples utilizá-lo: basta abrir o app e identificar todos os imóveis que estão localizados ao redor de um endereço desejado ou fazer uma busca. Hoje, o ZAP disponibiliza a localização por mapa de mais de 200 mil imóveis em todo o Brasil... No início do ano, o ZAP criou um aplicativo para iPhone e iPads, disponível na App Store. Desde o lançamento da sua primeira versão, já foram feitos mais de 19 mil downloads... Para Eduardo Schaeffer, diretor-presidente do ZAP, "o novo aplicativo é mais uma demonstração de que o ZAP está atualizado e preocupado em ser uma plataforma completa para os usuários"<sup>59</sup>.

O desenvolvimento de portais que disponibilizam imóveis para comercialização se faz na proporção e rapidez com que se dá o aumento da procura desses instrumentos da vida moderna, caracterizado pelo *e-commerce*, que se traduz no comércio realizado através de meios eletrônicos, que proporcionam aos consumidores o conforto na aquisição de bens e serviços sem que esses necessitem se deslocar de seus lares, escritórios e demais locais de suas escolhas, gozando de ampla gama de opções dentre os bens oferecidos, que rapidamente se revelam através de filtros onde se canaliza a opção desejada, possibilitando uma varredura e seleção entre as melhores oportunidades e preços.

A *internet* passou a determinar as relações interpessoais quotidianas, tais como, o modo de comercializar os imóveis, principalmente o imóvel vendido na planta, posto que, não existe ainda no mundo real, mas apenas no mundo jurídico podendo ter sua visualização e comercialização em um mundo virtual. As empresas passam a se utilizar da internet como instrumento de vendas por diversos fatores tal como, a redução de custos, uma vez que, não necessitam de um espaço físico para atuarem, por vezes existindo de forma virtual; alcançarem um número ilimitado de interessados na obtenção de seus serviços que são prestados de forma rápida, prática, ampla e confortável; se transformando em uma importante ferramenta de desempenho da mercancia.

## Conclusão

---

<sup>58</sup> *App*: Abreviatura de *application*. Aplicativo instalado em um *smartphone* viabilizando o acesso direto aos serviços disponibilizados pela *internet* como: jogos; notícias, mapas etc. A autora.

<sup>59</sup> *Ibidem*.

Conclui-se com o estudo realizado que as relações imobiliárias incidentes na sociedade hodierna gozam de institutos próprios, como o contrato de adesão e os contratos conexos, que possibilitam o atendimento em massa, caracterizado pela impessoalidade do trato ao consumidor. Pôde-se observar uma estreita relação entre o desenvolvimento dos negócios imobiliários e as profundas modificações na maneira de se comercializar os imóveis na Sociedade da Informação, que não se resume ao grande avanço tecnológico sentido nos séculos XX e XXI, mas a todo um complexo sistema social advindo da valorização econômica da informação que integra uma nova sociedade consistente em um sistema modificativo de relações existentes no ramo tecnológico, econômico, laboral, espacial e cultural. Há uma modificação social tão ampla, que deu nome a uma era. A informação passa a ter influência na forma em que vivemos, modificando comportamentos sociais e adquirindo valor econômico. Webster dispôs que, na ordem econômica, a informação pode materializar-se na forma de publicidade. Observa-se que, são nas relações de consumo que se concentram o foco publicitário. Pratica-se a publicidade para se vender algo, bens ou serviços. No aspecto cultural, podemos observar a difusão da publicidade por meio da utilização de rádio e TV e *internet*, instrumentos inegavelmente relacionados a SI.

Claudia Lima Marques, por sua vez, é clara ao expor que o contrato de adesão é próprio da sociedade industrializada pós-moderna. Em contrapartida, a CF/88 inovou ao dispor que a proteção do consumidor constitui em um direito fundamental, com vistas a uma nova realidade social onde o consumidor sofre grande desvantagem em relação ao fornecedor de uma sociedade capitalista, onde as padronizações dos contratos de adesão aumentam a eficiência do contratante profissional, mas em compensação, diminuem a informação do contratado. José Afonso da Silva afirma que a proteção dos consumidores apresenta duas razões: econômicas derivadas das formas como se desenvolvem o tráfico mercantil e da adaptação da técnica constitucional ao estado de coisas que se vive atualmente, imersos na sociedade de consumo, onde se ambiciona mais o ter que o ser, onde a satisfação é alcançada mediante o consumo. Assim, a Constituição, sensível às novidades do mercado econômico, dotou a defesa do consumidor de proteção estatal, elevando-se ao nível de direito fundamental, incluindo a defesa do consumidor no princípio que deve ser respeitado nas relações econômicas.

## Referências Bibliográficas

BELL, D. **O Advento da Sociedade Pós-Industrial: uma tentativa de previsão social.** São Paulo: Ed. Cultrix, 1977.

BOBBIO, Norberto. **Dicionário de Política**, v. 2. 5. ed. São Paulo: UNB, 2004.

CASTELLS, M.. **A Sociedade em Rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura**, v.1. 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

DAVID, Lyon. **Pós Modernidade.** Trad. Euclides Luiz Calloni. São Paulo: Paulus, 1998.

DINIZ, Maria Helena – **Tratado Teórico e Prático dos Contratos**, v. 4, 2. ed. São Paulo: Saraiva, 1996.

GRINOVER, Ada Pellegrini et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor.** 9. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2007.

JUNIOR, Nelson Nery. NERY, Rosa Maria de Andrade. **Constituição Federal Comentada e Legislação Constitucional.** 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009.

LYOTARD, Jean-François. **A Condição Pós-Moderna.** Rio de Janeiro: José Olympio, 2009.

MARQUES, Claudia Lima. BENJAMIN, Antonio Herman V. MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor.** 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O Novo Regime das Relações Contratuais.** Apresentação: Antonio Herman Benjamin. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

MORAES, Alexandre de. **Constituição do Brasil Interpretada: e Legislação Constitucional.** 8. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

NUNES, Rizzatto. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor.** 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

SCAVONI, Luiz Antonio Junior. **Direito Imobiliário: Teoria e Prática**. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2012.

SENISE LISBOA, Roberto. **Manual de Direito Civil: Contratos**. v. 3. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

SENISE LISBOA, Roberto. **Responsabilidade civil nas relações de consumo**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

SILVA, José Afonso da. **Curso de Direito Constitucional Positivo**. 23. ed. São Paulo: Malheiros, 2004.

WEBSTER, Frank. **Theories of the Information Society**. 2. ed. London: Routledge, 2002.

ZANETTI, C. S. . **Direito contratual contemporâneo: a liberdade contratual e sua fragmentação**. São Paulo: Método, 2008.

### **Artigos Jurídicos**

LISBOA, Roberto Senise. **Direito da Sociedade da Informação**. Revista dos Tribunais, ano 95, v. 847, maio de 2006. São Paulo: 2006, p. 85.

MARTINS-COSTA, Judith Hofmeister Martins. **A Incidência do princípio da boa-fé no período pré-negocial: Reflexões em Torno de uma Notícia Jornalística**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, n.º 4, p.140-172.

MEIRA, Fabio Bittencourt . **A Ética Empresarial em Movimento: As (DE) Limitações do Campo**. Gestão & Planejamento (Salvador), v. 11 (1), p. 119-138, 2010.

MELLO, Heloísa Carpena Vieira de. **Responsabilidade civil no Código de Defesa do Consumidor**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, n.º 28, p. 59-67.

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

SIMÃO FILHO, Adalberto. **A Nova Empresarialidade**. Revista do Curso de Direito do Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas – FMU. Ano: XVII, nº 25, 2003.

ZANETTI, C. S. . **A relatividade dos efeitos contratuais e a autonomia da pessoa jurídica.** Revista dos Tribunais (São Paulo. Impresso), v. 905, p. 119-135, 2011.

ZANETTI, C. S. . **Os papéis da forma no direito contratual brasileiro. Roma e America.** Diritto Romano Comune, v. 30, p. 149-177, 2012.

## **Documentos Eletrônicos**

**BRASIL. Livro Verde.** Disponível em:  
<<http://www.mct.gov.br/index.php/content/view/18878.html>>. Acesso em 10 mai. 2012.

**E-Consumidor.** Disponível em: <[http://www.e-consumidor.com.br/Artigos/autor-Equipe-E-consumidor/6/Compra-e-Venda-pela-Internet.html?gclid=CLnUiPWK\\_a8CFQda7AodTBzSWQ](http://www.e-consumidor.com.br/Artigos/autor-Equipe-E-consumidor/6/Compra-e-Venda-pela-Internet.html?gclid=CLnUiPWK_a8CFQda7AodTBzSWQ)>. Acesso em 13 mai. 2012.

**Folha de São Paulo.** Entenda o que é Web 2.0. Disponível em:  
<<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u20173.shtml>>. Acesso em: 16 nov. 2012.

GOUVEIA. Luis Manuel Borges. **Sociedade da Informação: Notas de Contribuição para uma definição Operacional.** Disponível em:  
<[http://www2.ufp.pt/~lmbg/reserva/lbg\\_socinformacao04.pdf](http://www2.ufp.pt/~lmbg/reserva/lbg_socinformacao04.pdf)>. Acesso em: 27 abr. 2012.

**IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.** Disponível em:  
<<http://www.ibge.gov.br/home/>>. Acesso em: 10 mai. 2012.

**INFO EXAME.** DNS público do Google tem 70 bilhões de acessos diários. Disponível em:  
<<http://info.abril.com.br/noticias/ti/dns-publico-do-google-tem-70-bilhoes-de-acessos-diarios-16022012-35.shl>>. Acesso em: 13 nov. 2012.

LYON David. **Ciberespaço: Além da Sociedade da Informação?** Disponível em:  
<[http://members.fortunecity.com/cibercultura/vol11/vol11\\_davidlyon.htm](http://members.fortunecity.com/cibercultura/vol11/vol11_davidlyon.htm)>. Acesso em: 28 abr. 2012.

OLIVEIRA. Antonio Francisco Maia; BASI. Rogério Eduardo Rodrigues. **Sociedade da Informação, Transformação e Inclusão Social: A Questão da Produção de Conteúdos.** Disponível em:  
<[http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/index.php/sbu\\_rci/article/viewFile/385/261](http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/index.php/sbu_rci/article/viewFile/385/261)>. Acesso em: 27 abr. 2012.

PROCONRJ. **Compra de Imóveis na Planta.** Disponível em:  
<<http://www.procon.rj.gov.br/compraimoveisplanta.html>>. Acesso em 11 abr. 2012.

REALE, Miguel. **Função Social do Contrato.** Disponível em:  
<<http://www.miguelreale.com.br/artigos/funsoccont.htm>>. Acesso em: 25 nov. 2012.

SUPERINTERESSANTE. **Alan Turing: Perfil e biografia do inventor do computador.**  
Disponível em: <[http://super.abril.com.br/superarquivo/2000/conteudo\\_119009.shtml](http://super.abril.com.br/superarquivo/2000/conteudo_119009.shtml)>.  
Acesso em: 27 abr. 2012.