

O ESTABELECIMENTO EMPRESARIAL NA ATUALIDADE: O COMÉRCIO ELETRÔNICO E A NORMATIZAÇÃO DA INTERNET

**BUSINESS ESTABLISHMENT IN TODAY: ELECTRONIC COM-
MERCE AND INTERNET NORMATIZATION**

**Victor da Rocha VENEZIANO¹
Fábio Garcia Leal FERRAZ²**

RESUMO

O presente artigo busca demonstrar a necessidade do estudo do fenômeno "internet" nas atuais relações mercantis, uma vez que com o crescimento do comércio realizado na rede mundial de computadores, o nascimento de celeumas judiciais possuindo o estabelecimento virtual como objeto tende

¹ Graduando em Direito na Faculdade de Direito de Franca.

² Possui graduação em Ciências Contábeis pela Universidade de São Paulo (USP) e graduação em Direito pela Faculdade de Direito de Franca (FDF). Possui especialização em Gestão Jurídica da Empresa pela UNESP. É mestre na área de direito empresarial pela UNESP. Atualmente é professor universitário na UNESP e, ainda, é advogado-sócio do escritório Bernardini & Advogados, atuante na região de Ribeirão Preto/SP e São Paulo/SP.

a crescer em sintonia, fazendo questionar se a legislação civil atual, aplicável perfeitamente ao estabelecimento físico, também o é ao estabelecimento virtual. Uma análise superficial do assunto dará abertura para diversas contradições e inaplicabilidades que, com o tempo e com a ascensão do e-commerce, incomodarão os tribunais pátrios com celeumas de difícil resolução, justamente devido à carência de normatização do ambiente cibernético.

Palavras-chave: Comércio eletrônico. Estabelecimento empresarial. Normatização da internet.

ABSTRACT

The present paper seeks to demonstrate the necessity of studying the "internet" phenomenon within modern commercial relations. Along with the growth of exchanges made through the world wide web, comes the emergence of judicial stirs regarding virtual commercial establishments, raising questions on whether the current civil laws, perfectly applicable when it comes to physical establishments, could also be applied on matters involving virtual establishments. It soon becomes clear that even a superficial analysis of the matter will lead to inapplicability and several contradictions that, over time and ascension of the e-commerce, will trouble national courts with hard problems to resolve, given the lack of regulations in the cyber space.

Keywords: E-commerce. Commercial Establishment. Internet Regulations.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho busca analisar o fenômeno causado pela ascensão da internet na forma do ser humano realizar a atividade mercantil, de forma a questionar como a modernização, as imposições sociais e a comodidade influenciam na forma de comercializar dos povos, formando um panorama que demonstre, desde os tempos mais remotos até a era dos computadores, a forma em que a sociedade se adequa aos diversos instrumentos que lhe são disponibilizados, chegando objetivamente à era do Comércio

Eletrônico, ativamente presente em nossas vidas, que desqualifica fatores nos quais outrora caracterizavam a atividade comercial.

Apesar de abstrata, a problemática reside necessariamente na forma em que o Direito, como fenômeno social, modifica-se com o fim de adequar-se à modernização da atividade comercial.

Como fatores subjetivos presentes no contexto jurídico do comércio, dentre eles a existência do ponto comercial, do aviamento, da cláusula de não-restabelecimento e até a alienação do estabelecimento empresarial podem ser aplicados a um comércio que ocorre em um ambiente extremamente subjetivo e não passível de delimitações, como a rede mundial de computadores por meio do Comércio Eletrônico, buscando ainda expressar casos práticos de possível ocorrência no plano social, sem amparo normativo específico que possibilite sua solução, assim como, localizar de que maneira, no atual contexto social, se dão as transações comerciais que outrora ocorriam nas vias entre feudos.

Portanto, com o fim de verificar a adequação e a eventual necessidade de uma normatização específica em razão do sucesso do comércio eletrônico, buscou-se demonstrar, por meio de artigos e obras doutrinárias, a inaplicabilidade da lei vigente a situações já presentes em nosso contexto mercantil atual, cada vez mais presente na virtualidade e adequado às modernas necessidades do homem.

1 A MODERNIZAÇÃO DO LOCAL DE REALIZAÇÃO DAS TRANSAÇÕES COMERCIAIS

O Direito Comercial obteve durante a Idade Média, posição protagonista perante a sociedade, ainda que a atividade mercantil de forma mais apurada em si remonte aos séculos XVI e XV a.C. por meio do Direito Comercial Marítimo.³

Em um contexto de tentativas de autossuficiência em mercadorias, tentada internamente pelos feudos estabelecidos na época, surgiu a necessidade da troca de bens em prol da sobrevivência da população, uma vez que, como é conhecido de forma notória, nenhum grupo coletivo

³ BORGES, João Eunápio. *Curso de direito comercial terrestre*. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1967. p 18.

conseguia produzir todos os insumos necessários ao atendimento de suas necessidades. Dessa forma, durante o renascimento cultural e urbano na Europa do século XI, a necessidade de exteriorizar o contexto mercantil limitado aos feudos fez surgir grandes feiras comerciais estabelecidas nas estradas e exercidas por mercadores que viajavam com o propósito de trocar e comercializar bens com pessoas de outros lugares, algo que, depois de não muito tempo, deu origem a grandes feiras que atendiam até mesmo os lugares mais remotos do continente Europeu⁴.

Naquele momento, a ideia de um documento destinado a gerir a ascensão que o comércio obteve a partir de então ainda era primitiva, mesmo que servisse de objeto para diversas compilações que previam regras a essas relações. Contudo, este fator só demonstra que o Direito Comercial, como o Direito em si de uma forma geral, é por natureza um fato social, em razão de surgir no mundo tendo por base os costumes de determinado contexto social em determinada época. Desta forma, fica claro que o Direito Comercial a princípio, nunca foi objeto do trabalho de juristas, parlamentares ou estudiosos, mas sim, nasceu da prática e da realidade social dos comerciantes, fato que transmite a realidade dos dias modernos.⁵

2 O DIREITO EMPRESARIAL E A DEFINIÇÃO DE ESTABELECIMENTO

O texto legal pátrio traz em sua lei civil na letra do artigo 966, a definição de empresário como sendo aquele que exerce a empresa, ou seja, a atividade mercantil de forma organizada e profissionalizada, para a produção ou circulação de bens ou de serviços. Essa atividade é organizada e destinada ao consumidor para dispor a ele determinado bem ou serviço. O complexo organizado leva o nome de estabelecimento. Marlon Tomazette traz a definição mais adequada ao termo, baseada no artigo 1142 do Código Civil:

⁴ CARVALHO, Leandro. **Feiras medievais**. Disponível em: <<http://www.mundoeducacao.com/historiageral/feiras-medievais.htm>>. Acesso em: 28. Out. 2016

⁵ BORGES, João Eunápio. **Curso de direito comercial terrestre**. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1967. p. 30

O estabelecimento é um complexo de bens organizados pelo empresário e não apenas o imóvel utilizado para o exercício da atividade. O estabelecimento não se confunde com a coisa comercial, com o local físico de exercício da atividade.⁶

Desta forma, o entendimento moderno é o de que o estabelecimento não se confunde com o empresário, com a atividade mercantil e nem com o imóvel utilizado para exercer a empresa. Mas sim, trata-se de todo o complexo de bens que o empresário destinou ao exercício da empresa, bens materiais ou não, que ao serem agrupados, viabilizam o exercício da atividade em questão.

Quando se aborda a materialidade dos elementos do estabelecimento, entende-se que os mesmos poderão ser concretos, palpáveis, ou inexistentes no mundo físico, imateriais.

Na primeira categoria, estão inclusos as mercadorias, mobiliários, equipamentos e maquinaria. Pode-se generalizar que nesta parte, unem-se todos os bens móveis e imóveis que compõem o Estabelecimento. Na segunda categoria, frisa-se o nome empresarial e eventual acessório, propriedade industrial, ponto comercial, marcas registradas e o título do estabelecimento⁷. Além desses, quando o assunto é estabelecimento virtual, adicionam-se os nomes de domínio, que são sinais distintivos característicos dessa modalidade de estabelecimento, necessários ao acesso às lojas virtuais, via endereço eletrônico.

3 ESTABELECIMENTO COMO OBJETO DE NEGOCIAÇÕES

O Código Civil de 2002, em seu artigo 1.143, prevê a possibilidade do estabelecimento comercial ser objeto de negociações a depender da vontade do empresário que o organizou, desde que tais negociações sejam compatíveis com sua natureza. Em um primeiro momento, o

⁶ TOMAZETTE, Marlon. **Curso de direito empresarial**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2014. p. 94.

⁷ TOMAZETTE, Marlon. **Curso de direito empresarial**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2014. p. 105.

dispositivo trata o estabelecimento como um objeto unitário, ou seja, o empresário pode optar por alienar o complexo como um todo. Contudo, o mesmo dispositivo silencia a respeito de negociações singulares, o que, *a contrario sensu*, entende-se por permitida.

Para Tomazette, "a unidade do estabelecimento se encontra na destinação comum de seus vários componentes"⁸ e, portanto, não necessariamente na impossibilidade de destacar um de seus componentes do todo. Este pensamento, conseqüentemente, resulta na conclusão sobre a natureza jurídica do estabelecimento empresarial. Se o complexo unitário organizado pelo empresário não subentende a impossibilidade de destacar um elemento do outro, o mesmo autor chega à seguinte conclusão:

As universalidades de fato são "o conjunto de coisas singulares, simples ou compostas, agrupadas pela vontade da pessoa, tendo destinação comum", identificando exatamente a noção de estabelecimento, pois se trata de conjunto de bens, ligados pela vontade do empresário, a uma finalidade comum, o exercício da empresa. Esse mesmo conceito decorre hoje do artigo 90 do Código Civil de 2002, que menciona o conjunto de bens com destinação unitária.⁹

Portanto, o estabelecimento comercial possui natureza jurídica de universalidade de fato, justamente em razão da possibilidade de negociar seus elementos de forma separada do todo que o compõe.

A lei civil no artigo que trata do estabelecimento de forma específica, artigo 1142, considera o estabelecimento o complexo de bens organizados para o exercício da empresa. Ao utilizar o termo "bens", a mesma lei não diferencia bens materiais e imateriais, restando concluir que da mesma forma que um estabelecimento poderá ser formado somente por bens materiais, concretos e existentes no mundo físico, a mesma possibilidade se abre ao contrário, um estabelecimento formado somente por bens virtuais, inexistentes no mundo físico. Neste momento é alcançada a

⁸ TOMAZETTE, Marlon. **Curso de direito empresarial**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2014. p. 102

⁹ *Ibidem*.

definição de estabelecimento virtual, utilizado para a viabilização do comércio eletrônico¹⁰.

Portanto, verifica-se que até mesmo em razão da lei, não existem diferenciações entre o estabelecimento material ou imaterial, ambos possibilitados pelo código civil e sendo passíveis de aplicação das regras de alienação que serão estudadas. O fato de a natureza jurídica de "universalidade de fato" ser comum a ambos, também reforça essa aplicação legal, o que, verificando as peculiaridades existentes no comércio realizado virtualmente, não impede a possibilidade de surgimento de uma natureza jurídica específica ao estabelecimento virtual, seguida pela exigência de normatização específica, em razão das contradições que a aplicação da lei vigente poderá apresentar entre um e outro¹¹.

4 O ESTABELECIMENTO VIRTUAL E OS PONTOS CONFLITANTES

As ideias inerentes ao estabelecimento empresarial, como já verificado, mantêm diversas similaridades que viabilizam a aplicação da lei vigente ao estabelecimento virtual. A definição deste se faz sem maiores problemas tendo em mente os esclarecimentos pertinentes àquele, como leciona Fabio Ulhôa:

Comércio eletrônico, assim, significa os atos de circulação de bens, prestação ou intermediação de serviços em que as tratativas pré contratuais e a celebração do contrato se fazem por transmissão E

¹⁰ BALAN JUNIOR, Osvaldo. **Estabelecimento virtual**: Uma nova fonte de estudos. Franca. Disponível em: <<http://www.viajus.com.br/viajus.php?pagina=artigos&id=1173&idAreaSel=12&seeArt=yes>>. Acesso em: 29 out. 2016.

¹¹ BALAN JUNIOR, Osvaldo. **Estabelecimento virtual**: Uma nova fonte de estudos. Franca. Disponível em: <<http://www.viajus.com.br/viajus.php?pagina=artigos&id=1173&idAreaSel=12&seeArt=yes>>. Acesso em: 29 out. 2016.

RECEBIMENTO de dados por via eletrônica, normalmente no ambiente da internet.¹²

Desta forma, o estabelecimento virtual nada mais é que o local na rede mundial de computadores em que ocorre o comércio virtual. Importante mencionar que a virtualidade do estabelecimento reside no fato de o mesmo localizar-se no ambiente virtual, nada se relacionando com o objeto a ser comercializado, como já se pregou doutrinariamente outrora¹³.

Havendo tamanha diferenciação entre os ambientes em que ocorre a atividade mercantil entre o estabelecimento físico e virtual, é compreensivo o fato de que nem tudo relacionado a um encontra-se perfeitamente aplicável ao outro. A principal diferença que se faz, utilizada para qualificar um estabelecimento virtual com excelência, é a forma de acesso. Enquanto no estabelecimento físico, o deslocamento geográfico é necessário para locomover-se até a casa comercial, o estabelecimento virtual é acessível via transmissão eletrônica de dados na rede mundial de computadores¹⁴, e deste fator decorre uma série de controvérsias que colocam um e outro em choque.

A primeira grande diferenciação a ser feita relaciona-se aos sinais distintivos de um e de outro. Os sinais distintivos são extremamente úteis na atividade mercantil com a finalidade de diferenciar determinada empresa das demais que com ela compartilham um segmento. Dentro da livre concorrência, é um importante artifício de destaque ao empresário. E no comércio virtual tal posição é assumida pelos nomes de domínio.

Os nomes de domínio, principal sinal distintivo do estabelecimento virtual, identificam a página na rede mundial de computadores onde determinada loja virtual poderá ser visitada. É seu endereço eletrônico, que poderá ou não existir em um ponto geográfico, levando em conta que, como visto, é perfeitamente viável a existência de uma loja puramente virtual¹⁵.

Contudo, esse quadro deve ser analisado com delicadeza. Transmitindo a ideia do nome de domínio ao estabelecimento físico, teremos o

¹² COELHO, Fabio Ulhôa. **Manual de direito comercial**. 14. ed. São Paulo: Saraiva, 2003. p. 71

¹³ COELHO, Fabio Ulhôa. **Manual de direito comercial**. 14. ed. São Paulo: Saraiva, 2003. p. 30.

¹⁴ *Ibidem*, p. 71

¹⁵ *Ibidem*, p. 73

título do estabelecimento que é o elemento identificador do ponto comercial, que representa o local onde o estabelecimento se encontra, variável que poderá interferir no lucro e no valor de alienação do mesmo¹⁶.

A existência do ponto comercial não é aplicável ao estabelecimento virtual, justamente por este elemento estar estritamente vinculado à casa de comércio existente em um plano concreto e geográfico, algo inexistente no ambiente virtual. Contudo, da mesma forma do ponto comercial, o nome de domínio goza de proteção constitucional e valoração independente, justamente pelo fato de ser um sinal distintivo que poderá agregar valor ao estabelecimento virtual em razão de sua capacidade de captar clientes¹⁷.

Questionamento válido se faz em relação ao aviamento, representante do valor excedente inerente ao estabelecimento e fruto direto de um ponto comercial bem localizado, sobre a possibilidade de sua existência em um estabelecimento virtual¹⁸. A resposta não poderia ser outra se não positiva, até mesmo em decorrência do já analisado fator que demonstra a possibilidade de valoração de elementos imateriais inerentes ao estabelecimento virtual, incluindo o nome de domínio, tecnologia digital, modelo da plataforma de negócios, sistema de segurança das informações e Softwares¹⁹ capazes de atingir um extenso grupo de clientes cativos, o que viabiliza a cobrança do aviamento no estabelecimento digital ainda que inexistente o ponto comercial nesta forma de comercializar.

Desta forma, ainda que contraditórios e inexistentes alguns pontos no estabelecimento virtual, as regras relativas à alienação, proteção constitucional aos sinais distintivos e existência de aviamento, originalmente destinadas ao estabelecimento físico, são perfeitamente aplicáveis ao ambiente virtual quando observadas as devidas peculiaridades e os elementos particulares desta modalidade, não impedindo o empresário de

¹⁶ TOMAZETTE, Marlon. **Curso de direito empresarial**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2014. p. 107.

¹⁷ CAMPOS, Fernando Jucá Vieira de. **Nomes de domínio: conflitos com marcas, nomes comerciais e outros direitos**. In: ROCHA FILHO, Valdir de Oliveira (coord.). **O direito e a internet**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002. p. 298.

¹⁸ TOMAZETTE, Marlon. **Curso de direito empresarial**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2014. p. 109

¹⁹ FIGUEIREDO, Ivanildo. **O estabelecimento virtual**. Disponível em: <<http://slideplayer.com.br/slide/282812/>>. Acesso em: 01 nov. 2016.

fazer jus um valor adicional ao seu estabelecimento em razão da organização harmônica por ele implantada que eventualmente venha resultar em uma clientela fiel e cativa via internet.

5 AS DIFICULDADES DE NORMATIZAÇÃO DO ESPAÇO VIRTUAL

Como demonstrado, ainda que viabilizada a aplicação da legislação vigente ao estabelecimento virtual, a legislação pátria carece de dispositivos que abordem a situação exposta no presente artigo de forma objetiva, inexistindo lei específica que aborde o estabelecimento virtual por si só. Contudo, a simples normatização do espaço virtual não garante a efetividade do exercício de direitos de forma democrática no espaço virtual, justamente pelo mesmo ser um espaço livre e abrangente por natureza. Ana Cristina Azevedo Carvalho leciona sobre a problemática:

A inexistência de limites territoriais no espaço virtual fomenta problemas de jurisdição, pois a diluição das fronteiras no processo de comunicação informática requer a definição da lei aplicável e do tribunal competente para resolver os conflitos ali ocorridos. Na questão da jurisdição na internet, tal qual expõe Reinaldo Filho, desafia os esquemas e sistemas jurídicos estabelecidos, exigindo a necessidade de definição e construção de novos parâmetros teóricos para a resolução do problema, o que talvez só possa ser alcançado por meio de tratados e convenções internacionais. Isso por que as leis possuem eficácia espacial limitada, sendo elaboradas para vigerem dentro de cada Estado, enquanto a internet propicia a interligação entre as pessoas sem barreiras geográficas.²⁰

Como observado pela autora, a mera existência de um espaço livre e mundial coloca em risco a própria existência da Jurisdição de um

²⁰ AZEVEDO, Ana. **Marco civil da internet no Brasil**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014. p. 94

Estado que, diferente da rede, poderá sofrer as consequências da negociação ocorrente em uma terra sem lei como a internet se propõe ser.

Diversas soluções doutrinárias foram propostas com o fim de viabilizar um sistema efetivo de regulamentação do espaço virtual para atividades mercantis. Os mais frequentes pregam a possibilidade de um sistema internacional de regulação em razão da inexistência de fronteiras neste espaço. O raciocínio é lógico. Sendo o ciberespaço um local no qual inexistem Estados e fronteiras, a sua normatização não poderia se dar por apenas um Estado e aplicado a todo este ambiente. O correto seria uma regulamentação internacional espontaneamente adotada pelos Estados nas relações entre si. A mesma autora citada é uma das defensoras de tal possibilidade:

Na realidade, a criação de normas para disciplinar o espaço virtual constitui um grande desafio, ante as especificidades técnicas e a inexistência da delimitação geográfica desse espaço virtual, o que conduz à análise da necessidade e emergência de normas internacionais disciplinando o espaço virtual²¹.

Ainda que, aparentemente, seja a solução mais adequada, a internacionalização das normas destinadas a gerir o espaço virtual e suas relações de consumo não é a única proposta. Há quem defenda que não cabe envolvimento estatal e normatização da Internet, mas que o ambiente deveria se autorregulamentar, como defendido por Volpi:

A autorregulamentação tem sido a forma mais recomendada por ser mais flexível que a regulamentação (estatal). Todos sabemos que as relações comerciais são cada dia mais dinâmicas, e que, conseqüentemente, os governos têm dificuldade de acompanhá-las. Da mesma forma é mais barata para a sociedade

²¹ AZEVEDO, Ana. **Marco civil da internet no Brasil**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014. p. 90.

porque os custos de seu desenvolvimento e execução são absorvidos pelas próprias partes.²²

E ainda, no grupo dos que pregam a impossibilidade de normatização da internet, há quem lecione a necessidade de procedimentos extrajudiciais para resolver eventuais conflitos, mantendo a aplicação análoga da lei vigente destinada ao estabelecimento físico, sem abrangência do comércio eletrônico:

Não obstante sermos da opinião de que a legislação atualmente existente para a proteção de marcas e nomes comerciais é suficiente para reprimir o uso não autorizado de marcas e nomes comerciais na internet, inclusive para que o titular desses direitos violados possa cancelar o registro de nome de domínio concedido em violação a essas disposições legais, parece-nos fundamental a criação de um procedimento extrajudicial para a solução de conflitos relacionados a nomes de domínio, procedimento esse que poderia ser instaurado dentro do próprio órgão regulador ou mediante procedimento arbitral.²³

Desta forma, as dificuldades de algo desta dimensão não são ignoradas, motivo pelo qual se tenta a aplicação da lei vigente ao estabelecimento virtual, ainda que eventualmente inaplicável, em razão da imaturidade jurídica local para lidar com tais conflitos, o que inviabiliza a autorregulamentação, e lida com a impossibilidade de uma regulamentação mundial que seria adequada em razão do caráter livre e sem fronteiras reinante na internet.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

²² VOLPI NETO, Ângelo. **Comércio Eletrônico: direito e segurança**. Curitiba: Juruá, 2001. p. 44.

²³ ROCHA FILHO, Valdir de Oliveira. (Coord.). **O direito e a internet**. 1. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002. p. 119.

De forma exemplificada, ficou demonstrado como o direito comercial é uma construção social posteriormente normatizada, nunca tendo sido, portanto, fruto do trabalho de legisladores e pensadores. O fato social surge e posteriormente é abordado.

Desta forma, atualmente não poderia ser diferente. Após o surgimento da moeda, o comércio deixou de ser à base de troca de mercadorias e se profissionalizou. A atividade comercial passou a acontecer por meio de feiras, dando origem aos estabelecimentos comerciais, ou "casas de comércio", que representam o local físico de realização das atividades mercantis, composta pela organização dos elementos de tal estabelecimento, feita pelo empresário que exerce a atividade mercantil, com o fim de obter lucro representado pelo fruto de tal organização.

Esta ordem é de fácil compreensão se pensada em um ambiente físico bem definido. Contudo, em outra demonstração do Direito Comercial como fato social, verifica-se o fenômeno iniciado pela internet de forma posterior a todo um sistema legal pensado ao ambiente físico. Na virtualidade inexistem fronteiras, localização determinada e até mesmo o destaque de um indivíduo em relação aos demais se encontra dificultado. Alguns arriscam dizer que é um ambiente não passível de normatização. Porém, ainda que inexistentes regras para gerir tal ambiente, a atividade comercial se faz mais presente do que nunca, nascendo o questionamento se as normas existentes que regem a atividade mercantil e as casas comerciais físicas são aplicáveis a tal ambiente de abrangência mundial.

Expostos tais questionamentos que circundam a pesquisa como um todo, conclui-se que sim, em um primeiro momento a legislação vigente e destinada ao comércio realizado no ambiente físico é aplicável à virtualidade do comércio eletrônico. Contudo, o ideal seria a existência de um sistema internacional destinado a reger o comércio eletrônico, justamente em razão da natureza isenta de fronteiras desta forma de atividade mercantil. Além disso, em um plano também idealizado, propõe-se a autorregulamentação na rede mundial de computadores, em razão da inaplicabilidade de regras feitas por um Estado a um ambiente onde Estados não existem, assim como fronteiras não existem, de forma a tornar inviável a normatização do ciberespaço por um único Estado.

Por fim, as dificuldades em razão da normatização da internet já iniciaram seu processo de incomodar os tribunais pátrios em razão da impossibilidade de aplicação imediata das soluções propostas e da inexistência de normatização específica. Contudo, medidas bem-sucedidas vêm

sendo aplicadas em contextos menos complexos presentes na Europa e nos Estados Unidos, por exemplo, de unificação de regras comuns e aplicação da autorregulamentação em determinados casos. Algo que, possivelmente, enquadra-se como o princípio do que se tornará a gerência do espaço virtual para fins comerciais no futuro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AQUINO, Leonardo Gomes de. **Website é estabelecimento empresarial?** Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=8607>. Acesso em: 29 out. 2016.
- AZEVEDO, Ana. **Marco civil da internet no Brasil**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.
- BALAN JUNIOR, Osvaldo. **Estabelecimento virtual**. Uma nova fonte de estudos. Franca. Disponível em: <<http://www.viajus.com.br/viajus.php?pagina=artigos&id=1173&idAreaSe1=12&seeArt=yes>>. Acesso em: 29 out. 2016.
- BARRETO FILHO, Oscar. **Teoria do estabelecimento comercial**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 1988.
- BORGES, João Eunápio. **Curso de direito comercial terrestre**. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1967.
- BRASIL. **LEI No 8.245, de 18 de outubro de 1991**. Dispõe sobre as locações dos imóveis urbanos e os procedimentos a elas pertinentes. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18245.htm>. Acesso em: 29 out. 2016.
- CARVALHO, Leandro. **Feiras medievais**. Disponível em: <<http://www.mundoeducacao.com/historiageral/feiras-medievais.htm>>. Acesso em: 28. Out. 2016.
- COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito comercial**. 10. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.
- _____. **Manual de direito comercial**. 14. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.
- _____. **O estabelecimento virtual e o endereço eletrônico**. Tribuna do direito de novembro de 1999.
- Dicionário Online de Português**. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/categoria/>>. Acesso em: 29 out. 2016.
- FÉRES, Marcelo Andrade. **Estabelecimento empresarial: trespasse e efeitos obrigacionais**. São Paulo: Saraiva, 2007.

- FIGUEIREDO, Ivanildo. **O estabelecimento virtual**. Disponível em: <<http://slideplayer.com.br /slide/282812/>>. Acesso em: 01 nov. 2016.
- MAMEDE, Gladston. **Direito empresarial brasileiro: empresa e atuação empresarial**. São Paulo: Atlas, 2004. v. 1.
- MIGALHAS. **Publicados os 57 enunciados da Jornada de Direito Comercial**. Disponível em: <<http://www.migalhas.com.br/Quentes/17,MI166870,101048-Publicados+os+57+enunciados+da+Jornada+de+Direito+Comercial>>. Acesso em: 28. Out. 2016.
- REQUIÃO, Rubens. **Curso de Direito Comercial**. 26. ed. São Paulo: Saraiva, 2005. v. 1^o.
- RIDOLFO, José Olinto de Toledo. **Aspectos da valoração do estabelecimento comercial de empresas na nova economia in direito e internet**. São Paulo: Quartier latin, 2006.
- ROCHA FILHO, Valdir de Oliveira. (Coord.). **O direito e a internet**. 1. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.
- TOMAZETTE, Marlon. **Curso de direito empresarial**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2014.
- VALVERDE, Trajano Miranda. **Comentários à lei de falência**. 4. ed. São Paulo, 2001.
- VOLPI NETO, Ângelo. **Comércio eletrônico: direito e segurança**. Curitiba: Juruá, 2001.