

O COMÉRCIO ELETRÔNICO, AS RELAÇÕES DE CONSUMO E A APLICABILIDADE DO CDC

Por **Adelino Silva Neto**

RESUMO

Trataremos neste trabalho sobre o desenvolvimento da tecnologia e o comércio eletrônico, comércio este que hoje em dia alavanca e muito a nossa economia. Tal tipo de transação trouxe muitas modificações nas relações de consumo. Por causa disso o Direito precisou se acomodar e muito a essas novas transações. O objetivo deste artigo é tratar justamente dessa relação de consumo via internet e como se aplica o CDC nesses casos no Direito brasileiro. A metodologia utilizada será de cunho qualitativo com a realização de uma pesquisa bibliográfica exploratória e descritiva com base nas premissas teóricas de autores acerca do tema.

Palavras Chave: Relações de consumo; contratos; eletrônicos; CDC

Sumário: 1. Introdução. 2. Referencial Teórico. 2.1. Comércio Eletrônico. 2.2. Elementos das relações de consumo no Comércio Eletrônico. 2.3. Os Contratos Eletrônicos e o CDC. 2.4. Sobre a lesão nos Contratos Eletrônicos. 3. Conclusão. 4. Referências.

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento da tecnologia mudou o transcorrer do modo de consumo, pois a internet se transformou em um grande aliado de compra e venda dos mais variados produtos e serviços. Para tal, foi extremamente necessário que essas transações seguissem um novo processo regulatório.

O momento capitalista faz com que o comércio eletrônico alcançasse cada vez mais altos índices de crescimento e assim alavancasse e muito a economia local e global. Com as modificações nas relações de consumo, o direito precisou se acomodar aos novos tempos para que pudesse regulamentar o processo de compras, com atenção às novas formas contratuais.

Levando em conta que o crescimento do comércio eletrônico evolui vertiginosamente e a tendência é realmente evoluir cada vez mais e mais, as relações de consumo necessitam estar regulamentadas pelo disposto no Código de Defesa do Consumidor, em virtude de ainda não haver uma legislação específica para as relações consumidoras - fornecedoras firmadas eletronicamente (RODRIGUES, 2016).

O interesse brasileiro na regulamentação do comércio eletrônico por meio de lei específica começou a surgir em 1998, quando a Câmara dos Deputados criou uma comissão de altos estudos para examinar o tema, iniciativa que ficou prejudicada, à época, pelo processo eleitoral.

A proteção ao consumidor está garantida pela Constituição Federal em seu art. 5º, XXXII, bem como no Código de Defesa do Consumidor. E, ao se preocupar com os contratos de fornecimento, os envolvidos estão atuando de modo a proteger o consumidor e fazer seguir o direito constitucional.

Com a chegada do comércio eletrônico foi preciso desenvolver estratégias que pudessem proteger os consumidores. Deste modo os contratos são o mecanismo que garantem a segurança tanto para contratante quanto para contratado.

Sabe-se que tais contratos ainda não possuem uma legislação específica e exclusiva para tal atividade. No entanto, tal proteção vem com precisa vir do próprio Código de Defesa do Consumidor.

É importante lembrar que o comércio eletrônico não esgote o aproveitamento dos princípios e normas vigentes em nosso ordenamento jurídico, porém, para que tudo esteja bem regulamentado é preciso de algo que ainda não tem no Brasil, que é uma legislação adaptada exclusiva ao tema.

O presente artigo irá oferecer um enfoque especial aos Contratos Eletrônicos para que nenhuma das partes sejam lesadas a partir do viés especial do Código de Defesa do Consumidor. A proposição da presente pesquisa se deu pelo pouco conhecimento que se tem, na esfera jurídica sobre este tipo de contrato, e as implicações deste tipo de relação de consumo no mundo jurídico (RODRIGUES, 2016).

Para a execução do presente trabalho, a metodologia utilizada para a pesquisa está orientada pela pesquisa bibliográfica, exploratória e descritiva baseada nas premissas teóricas de autores acerca do tema ao se tratar de um estudo qualitativo e interpretativo. Os procedimentos técnicos utilizados foram a análise de textos, e documentos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 COMÉRCIO ELETRÔNICO

A internet deu os seus primeiros passos em meados de 1969, em um período em que os Estados Unidos passavam por uma Guerra Fria, sendo inicialmente denominada Arpanet, sendo concebida para que facilitasse a comunicação direta entre computadores dos militares norte americanos (STUBER, 1998).

Com o término da Guerra Fria, diversas instituições privadas e também empresas de grande porte perceberam na rede uma possibilidade de criação de novos negócios. No Brasil não foi diferente dos outros países que tinham acesso à rede, tendo como início através da Fundação de Amparo à Pesquisa, no Estado de São Paulo, a FAPESP, que visava o intercâmbio e a interação de informações com diversas instituições educacionais do mundo.

Quase que simultaneamente ao nascimento da internet em território brasileiro, nascia o comércio eletrônico, tendo proporções globais, o que futuramente iria implicar nas relações entre o fornecedor do produto e seu consumidor por meio eletrônico. Assim, o consumidor não precisou mais se deslocar de casa para comprar diversos produtos que estão disponíveis na internet, crescendo também o número de acessos ao Código de Defesa do Consumidor (BRANCO JUNIOR, 2007).

O comércio eletrônico nada mais é do que uma modalidade de compra à distância, na qual são recebidas e transmitidas informações por meio eletrônico (BRUNO, 2001).

O comércio através da internet representa atualmente um meio para transações contratuais convencionais que possui como intermediário um sistema eletrônico que possibilita uma troca simultânea de dados em tempo real (FILHO, 2018).

Sobre o assunto Sampaio (2010) entende que é corretamente aplicável a estes tipos de relações, tudo que se encontra elencado no Código de Defesa do Consumidor, uma vez que as pessoas do fornecedor e consumidor se apresentam de formas incólumes, modificando, somente, a forma de contratação, que necessita do formato escrito, tradicional e acaba por originar propostas e aceitações contemporâneas, alcançadas por meio de clicks e envio de mensagens eletrônicas. Neste cenário, o comércio virtual não distorce de forma alguma a figura de consumidor e fornecedor – ainda que hoje em dia eles sejam chamados de e-consumer e e-seller – modificando

simplesmente o meio e a configuração da contratação, estando intactas as partes envolvidas, o que faz com que seja plenamente aplicável, embora não em sua integral efetividade, o Código de Defesa do Consumidor.

2.2 ELEMENTOS DAS RELAÇÕES DE CONSUMO NO COMÉRCIO ELETRÔNICO

Para que exista uma relação de consumo, dois elementos são de grande importância e nunca deverão mudar, sendo eles: fornecedor e consumidor. Sem esses dois importantes pilares não há o que se tratado em relação ao consumo. Devemos ainda dar uma acentuada atenção a outros importantes elementos como: motivação, oferta, segurança, qualidade, vontade entre as partes e não menos importante o contrato.

Existem importantes elementos para que se estabeleça uma relação de consumo saudável, são eles: como sujeitos: o consumidor e o fornecedor do produto solicitado; como objeto: o produto em si e os serviços prestados; como finalidade: os elementos tecnológicos nas relações de consumo, sempre respeitando o consumidor como destinatário final (FINKELSTEIN, 2016).

As relações de consumo através da internet, podem ser percebidas da mesma maneira do que as relações comerciais existentes nas empresas e seu relacionamento com o produto e o consumidor final (GONÇALVES, 2002).

Segundo assevera Pereira (2014):

O contrato também não sofrerá grandes modificações em relação as formas contratuais convencionais, terá apenas a composição de cláusulas contratuais específicas à comercialização virtual. Mas há um questionamento, se não são tão diferentes, em que irão se assemelhar? A resposta a esta pergunta é bastante simples, pois os contratos eletrônicos irão se ampliar as mesmas regras que são aplicadas aos contratos firmados fisicamente, quanto a sua capacidade, seu objeto, sua causa e seus efeitos (p 13).

Outras implicações podem surgir de codificações legais e leis esparsas, como casos específicos aplicáveis à documentos eletrônicos. Contudo os contratos firmados pela internet podem ter adesão tanto entre ausentes quanto entre presentes, diferindo um do outro apenas o meio utilizado para sua negociação (REINALDO FILHO, 2005).

Entendendo-se então que no contrato entre ausentes, as partes contratantes irão se comunicar e manifestar suas vontades em relação à oferta e aceitação através de e-mails, podendo ocorrer lapso temporal entre o período da oferta e a aceitação. Mas se a compra for realizada diretamente no site do fornecedor, será entendido que o contrato

está sendo realizado entre presentes, caracterizando comunicação imediata da compra por meio do clique do mouse, o que dispensa a figura física dos envolvidos mesmo que toda a comunicação seja virtual.

Como enseja Paesani (2006), mesmo que o contrato virtual seja firmado entre ausentes ou presentes, não seja físico, tem mesmo valor legal e eficácia. Cabe ainda ressaltar que este poderá estar acompanhado das mesmas problemáticas contratuais dos contratos físicos, seja por possuírem cláusulas que podem ser consideradas abusivas, pela falta de confiança e até mesmo vulnerabilidade que persistem em existir nas relações virtuais.

2.3 OS CONTRATOS ELETRÔNICOS E O CDC

Segundo Rodrigues (2016), as mudanças ocorridas durante os anos, acelerou e muito as atividades no comércio virtual e por este motivo, o que aconteceu foi que acabou rapidamente por edificar um novo tipo de consumidor e fornecedor também.

Este mesmo autor salienta que quem fornecia passa a ser alguém que trabalha fazendo ofertas, porém automatizado e sob o comando dos mandos da globalização, que vivem em um encadeamento.

O sujeito consumidor é agora um destinatário final contratante (art. 2º. do CDC), um sujeito que passa a ser identificado por uma senha (PIN), uma assinatura eletrônica (chaves-públicas e privadas), por um número de cartão de crédito ou por impressões biométricas, tudo isso representa na realidade um conjunto de pessoas, que interfere na relação de consumo.

Em contrapartida, o consumidor *online* não deixa de se enquadrar como uma pessoa física e jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final, (art. 2º CDC), assim como o fornecedor virtual também se encaixa no conceito clássico previsto no art. 3º do CDC. Assim, o que se percebe é que as relações oriundas de contrato eletrônico são “relações de consumo”, pelo fato de serem apresentados os três elementos que o caracterizam que são o consumidor, fornecedor e produto.

Dessa forma, é perfeitamente aplicável o Código de Defesa do Consumidor ao Comércio Virtual. Apesar disso, é aparente que a vulnerabilidade do consumidor que utiliza o comércio *online* torna-se extremamente acentuada. Isso se dá justamente, pelo contato limitado com o produto, que por mais bem descrito que esteja, muitas vezes o imaginário do comprador acaba sofrendo deturpações. Ademais, a necessidade que

impulsiona a compra, constantemente resulta em um arrependimento posterior. É também por esse motivo, que os princípios e regras aplicadas as relações de consumo devem ser observadas de forma mais intensa quando aplicadas ao comércio virtual (LORENZONI, 2005).

No que diz respeito ao contrato que é concretizado em ambiente eletrônico é de suma estima que se lembre que eles possuem os mesmos efeitos jurídicos daqueles contratos realizados convencionalmente, pelo simples fato de contemplarem todos os elementos que são asseverados essenciais para a validade do negócio jurídico que é entre tantos o fato de ser capaz; objeto lícito, possível, determinado ou determinável e forma prescrita ou não defesa em lei (art.104, CC).

Dessa forma, não existe diferença em relação ao documento tradicional, isso porque o estabelecimento eletrônico, que no caso é o *site*, possui mesma natureza jurídica que o estabelecimento físico (MACHADO, 2014).

No que diz respeito à ordem principiológica, é imperioso que se observe que incidem sobre os contratos desta natureza os princípios que são legitimamente rotulados pelo CDC e que avalizam a especificidade destes tipos de contratos. O primeiro deles é o princípio da transparência visivelmente presente nos arts. 4º, *caput*, 30 e 40 no novel diploma legal, o qual reitera que as relações entre fornecedor e consumidor sejam pautadas pela veracidade, sinceridade e seriedade tanto na fase pré-contratual quanto na sua execução.

Ao mesmo tempo é imprescindível que o princípio da boa-fé seja destacado á medida que impõem obrigações que são alicerçadas na correção dos negócios entre as partes que fazem parte do contrato, assim como, a fidelidade e a integridade, fatores esses que acabam por garantir a segurança jurídica que é um dos valores mais marcantes ao direito das obrigações (MARQUES, 2014).

Assim, pode-se chegar á conclusão de que o princípio da boa-fé em matéria contratual reflete a tutela civil do consumidor, protegendo-o da publicidade enganosa e das práticas comerciais, quando ainda não contratou, além de permitir o arrependimento mesmo depois de efetivada a contratação.

No que diz respeito ao princípio da equidade é importante defender que existe realmente uma relação de equilíbrio entre direito e deveres dos contratantes com o fato de alcançar a justiça contratual. A partir daí pode-se observar a ‘função social’ que o contrato passou a assumir com a vigência do CDC, porque antes de tudo isso a vontade

do consumidor ficava subjulgada a do fornecedor, e sem nenhuma existência de relação de equilíbrio e isso certamente originava lesões a parte mais fraca desta relação, que vem a ser sempre o consumidor, que acabava sendo obrigado a cumprir o contrato até o fim dele.

Em contrapartida, com o CDC, tais comportamentos foram duramente reprimidos, permitindo ao consumidor a possibilidade de alteração das cláusulas presentes no contrato bem como a sua revisão decorrente da onerosidade excessiva superveniente (art.6º,VI).

A partir do momento que há cláusulas interpretadas em favor do consumidor, mesmo contendo em seu bojo os princípios acima elencados, existe a precisão de formulação de uma legislação que passe a tutelar a relação consumerista no setor da internet, por caracterizar-se o CDC escasso para protegê-lo.

2.4 SOBRE LESÃO NOS CONTRATOS ELETRÔNICOS

Os contratos eletrônicos e os contratos tradicionais são definidos como apenas negócios jurídicos, de natureza bilateral ou plurilateral, que dependem, para sua formação, do encontro de vontades das partes interessadas, gerando, para estas, uma obrigação de natureza patrimonial.

Os requisitos à formação dos contratos eletrônicos são os mesmos aplicáveis a todos as demais espécies contratuais, quais sejam: capacidade das partes, objeto possível, forma prescrita ou não defesa em lei e consentimento (COELHO, 2005).

Mesmo que se verifiquem as semelhanças que existem entre os contratos tradicionais e os eletrônicos, há uma diferença essencial entre essas modalidades de contratação. O que diferencia um contrato tradicional de um contrato eletrônico é puramente a forma como são formados, em palavras mais simples, a forma da apresentação do consentimento, de aperfeiçoamento do negócio, e dessa maneira, a sua prova, independente de serem judicial ou extrajudicial. Esta distinção decorre do meio em que cada contrato é celebrizado.

Na realidade, não se trata de uma modalidade diferente contratual no que diz respeito à teoria geral dos contratos, mas sim de uma modalidade na qual o contrato é notabilizado através do emprego de um meio eletrônico (LIMA, 2007).

A primeira coisa que deve ser avaliada diante da existência da lesão é um item diagnosticado como subjetivo, constatado pela necessidade urgente do negociante que

sofreu dolo, que influencia de maneira decisiva no desejo da parte contratante, o que pode ocasionar na anulação do negócio.

Conforme Diniz (2017), a lesão é um elemento de natureza subjetiva, uma vez que possui conexão com a formação de desejos de cada indivíduo negociante, precisando ser avaliado a partir do que é apresentado pelo caso concreto e no instante da formação do negócio jurídico.

Com o intuito de que os negócios jurídicos sejam estabelecidos entre os envolvidos sem maiores problemas que possam ocasionar consequências para a segurança jurídica, a legislação civil criou um sistema de proteção ao elemento primordial para a existência de tais práticas, não importa se de acordo com a livre manifestação de vontade, guiando-se ainda pelo indispensável equilíbrio nas relações civis, mesmo aquelas pautadas através de meio eletrônico (SAAD · 2018).

Com esse objetivo, o Direito Civil envolve diversas situações dispostas a tornar aptas ao vício a vontade do sujeito dentro da relação jurídica, causando transtornos ao negócio jurídico e, uma vez constatado o problema, há a anulação do fato jurídico, como uma forma de sistema protetivo com o objetivo de que as relações sejam pautadas de acordo com a lei.

É deveras importante salientar que da mesma forma que os contratos em geral, a doutrina divide a formação dos contratos eletrônicos em etapas, que são as negociações preliminares; a oferta ou a policitação; a aceitação ou oblação (MACHADO, 2014).

O momento das negociações preliminares diz respeito à pesquisas sobre a aleatória celebração do negócio jurídico, não havendo, de forma alguma uma oferta concreta, dessa maneira não há em regra geral, obrigações entre as partes.

Assim, como quando uma das partes cria uma expectativa de que o negócio jurídico será concretizado, levando-o a despesas, a não contratar com terceiros ou alterar planos de sua atividade imediata, este terá sem dúvidas o direito a ser ressarcido de todos os danos pela outra parte (MARQUES, 2014).

É preciso validar a existência do negócio, e, finalmente, contemplá-lo como eficaz, para que seja possível promover, de forma regular, todos os seus efeitos no âmbito jurídico e no que diz respeito aos requisitos de existência do negócio jurídico, é preciso que faça parte de sua existência: vontades em comum, em outras palavras, uma manifestação autêntica por parte dos envolvidos, que busque em comum acordo

estabelecer a relação jurídica; que o objetivo seja negocial; e ainda um objeto apto, que esteja em dia com as obrigações que se busca estabelecer. É possível perceber que uma provável condição suspensiva não gera interferência sobre a existência ou validade do negócio, contudo, pode causar privação da eficácia até começar a vigorar o evento futuro e improvável.

Theodoro Junior (2008) reitera que a lesão é o problema de concessão onde o desejo de um dos envolvidos é constrangido devido à alguma necessidade urgente, ou seja não é de livre e espontânea vontade, ou devido à inexperiência, deixando de lado a consciência plena, o que resulta em um negócio jurídico que delimita a obrigação desproporcional a um dos envolvidos.

A lesão, ainda conforme Theodoro Junior, é considerada o prejuízo que um dos envolvidos carrega diante da conclusão de um negócio, advindo da desproporcionalidade presente entre as prestações das partes, sendo que um indivíduo, devido à necessidade ou inexperiência de um, assegura lucro excessivo ou desproporcional ao proveito resultante do negócio.

Ainda sobre o tema Venosa (2012) aponta que a lesão é caracterizada como uma maneira de proteger o contratante que está em situação de inferioridade.

3 CONCLUSÃO

Como foi dito desde o início da pesquisa, as relações de consumo mudaram e muito, dando ênfase à internet e assim, necessariamente os contratos acabaram passando também por intensa transformação, por conta da crescente utilização das tecnologias da informação.

A falta de uma legislação específica acabou por forçar os juristas a recorrerem ao Código de Defesa do Consumidor (CDC), evocando principalmente os princípios da vulnerabilidade e da boa-fé objetiva na tentativa de dirimir os conflitos provenientes dos contratos eletrônicos.

Foi possível verificar que mesmo as adaptações da Lei não foram suficientes para um mercado tão em expansão, que antes estava plenamente adaptado às normas judiciais. Mas tudo mudou com a chegada dos contratos eletrônicos.

A eficácia da Lei vai depender da sociedade também buscar os seus direitos e a segurança no momento da compra, assim como a certeza de estar fechando um contrato de forma segura. É necessário fazer com que o texto das normas jurídicas sejam

conhecidos dos clientes, para que esta parte não seja lesada. Preza-se por um consumidor que seja cuidadoso quando realiza contratações eletrônicas, assim como conhecer a idoneidade do fornecedor, verificar a existência de página ou web site da própria empresa, etc.

É certo que esses procedimentos fazem com que o consumidor demande muito tempo, mas que ajudam e muito enquanto que não existe uma legislação realmente eficaz. Além disso oferece uma grande oportunidade para que o consumidor possa refletir acerca da contratação, para que além de tudo, o consumo se dê de forma consciente. Contudo, mesmo com essa nova fase do comércio, o consumidor agora virtual enfrenta problemas no momento de efetivar a relação de consumo dentro do comércio eletrônico. Como se viu, o CDC é a principal ferramenta para resguardar os Direitos que o consumidor virtual pode ter.

4 REFERÊNCIAS

- BRASIL. **Código Civil**. Diário Oficial da União, Rio de Janeiro,. 11 jan. 2002.
- _____. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília: Senado Federal, 1988.
- _____, Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências**. Brasília: Diário Oficial da República.
- Branco Júnior, S.V. (2007). Direitos autorais na internet e o uso de obras alheias**. Rio de Janeiro: Lúmen Júris.
- Coelho, F.U. (2005). **Curso de direito comercial: direito de empresa – contratos e recuperação de empresas**. São Paulo: Saraiva, v.3.
- Da Silva, B.M.G. Aspectos jurídicos dos contratos eletrônicos. **Jus Navigandi**, Teresina, ano 5, n. 51, out. 2001. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/>> acesso em 15/01/2023
- Diniz. (2017). **Curso de direito civil brasileiro: teoria das obrigações contratuais e extracontratuais**, 17 ed. atual. São Paulo: Saraiva, 3º vol.
- Filho, A.S. (coord.) (2018). **Direito e internet vol. II: Aspectos Jurídicos Relevantes**. São Paulo: Quartier Latin.
- Finkelstein, M.E.. (2016). **Direito do Comércio Eletrônico**. Elsevier Campus.

- Gonçalves, R. A. (2002). **Bancos de dados nas relações de consumo**. São Paulo: Max Limonad.
- Lima, S.R.C.S. (2007). **Contratos Eletrônicos: Validade jurídica dos contratos via internet**. São Paulo: Atlas.
- Lorenzoni, A.P. **O Prazo de Reflexão nas Relações de Consumo via Internet**. Curitiba, 2005. 73p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Direito, Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Disponível em: http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=29869. Acesso em: 12/01/2023
- Machado, U. (2014). **A validade jurídica do documento eletrônico**. Disponível em: <<http://iti.br/twiki/pub/Forum/ArtigoD06/artigoD06-machado.rtf>> Acesso em: 15/01/2023
- Marques, Cláudia Lima (2014). **Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor. Um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico**. São Paulo: RT.
- Paesani, L.M. (2006). **Direito e Internet: liberdade de informação, privacidade e responsabilidade civil**. 3 ed. São Paulo: Atlas.
- Pereira, V.S.V. (2018). **Varejo Virtual: vantagens e desvantagens deste novo paradigma de negócios**. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/varejo-virtual-vantagensedesvantagens-deste-novo-paradigma-de-negocios/32804/> Acesso em 21 de janeiro 2023
- Reinaldo filho, D.R. (2005). **Responsabilidade por publicações na Internet**. Forense. Rio de Janeiro.
- Rodrigues, L.M. (2016). **O Direito na Sociedade da Informação: a evolução do Direito Digital**. Editora Atlas.
- Saad, Eudoro Gabriel. **Comentário ao Código de Defesa do Consumidor**. 5. ed. Ver. e amp. São Paulo: LTr, 2018
- Sampaio, R.P.; Souza, C.A.P. (2010). **Contratos eletrônicos – um novo direito para a sociedade digital? 2010** Disponível em: http://www.puc-rio.br/sobrepuc/depto/direit/pet_ur/cafpatce.html, Data de acesso em 20/01/2023
- Stuber, Walter Douglas. Franco, A.C.P. (1998). A Internet sob a Ótica Jurídica. **Revista dos Tribunais**. nº 749. Ano 87.

Theodoro Júnior, Humberto (2008). **Comentários ao Novo Código Civil**. Rio de Janeiro: Forense.

Venosa, S.S. (2012). **Direito civil: teoria geral das obrigações e teoria geral dos contratos**. 12. ed. São Paulo: Atlas.