

AS NOVAS TECNOLOGIAS E A RELEVÂNCIA DOS CONTRATOS ELETRÔNICOS PARA A SOCIEDADE DESTE MILÊNIO*

Hildeliza Lacerda Tinoco Boechat Cabral (UENF)

Ieda Tinoco Boechat (UENF)

Ari Gonçalves Neto (UNIG)

Raquel Veggi Moreira (UENF)

Carlos Henrique Medeiros de Souza (UENF)

RESUMO: A sociedade se ampliou e se desenvolveu, evoluindo na criação e utilização de novas tecnologias, tornando quase impossível sua interação sem que se esteja conectado à rede, sem acesso aos bens de consumo disponíveis no ciberespaço. A contratação por meio da internet é uma realidade cada vez mais presente na vida dos brasileiros, chegando a ser indispensável ante os reclamos de rapidez e segurança nas contratações, a fim de satisfazer o consumidor que exige contratos céleres e efetivos. O presente artigo busca destacar a indispensabilidade dos contratos eletrônicos para a sociedade deste milênio, passando por dois marcos legislativos que pretenderam regulamentar pelo menos em parte o assunto, com o propósito de tornar o contrato à distância mais seguro para os consumidores que, diuturnamente, adquirem produtos e contratam serviços, no ciberespaço. A metodologia empregada foi qualitativa, consistente em pesquisa bibliográfica, fundamentada em autores estudiosos do assunto.

PALAVRAS-CHAVE: Legislação. Rapidez. Segurança.

INTRODUÇÃO

As tecnologias digitais têm revolucionado a vida da sociedade contemporânea, podendo-se afirmar que se tornou imprescindível a utilização dos recursos tecnológicos às pessoas para que tenham uma existência interativa com seus semelhantes. Aqueles que se conservam sem utilização da internet se tornam isolados, à margem de certas realidades e sem acesso à maioria dos produtos e serviços disponibilizados no ciberespaço. Nesse contexto, os contratos eletrônicos, entendidos como uma forma de contratação à distância que se realiza mediante utilização da internet, têm se tornado essenciais à vida cotidiana dos brasileiros que cada dia mais se valem dessa espécie contratual para adquirirem produtos e contratarem serviços no mercado de consumo virtual, também denominado *e-commerce*. Esses contratos se diversificam e se ampliam a cada dia, pois proporcionam conforto, rapidez e comodidade ao consumidor (usuário da internet) para realizá-los sem sair de casa e serem atendidos em data futura em seu endereço.

Esses contratos, carentes de disciplina jurídica, valiam-se da teoria contratual do Código Civil Brasileiro (CCB) e das normas de proteção ao consumidor contidas no Código de Defesa do Consumidor (CDC), mas recentemente passaram a ter um certo tratamento ainda não muito específico, mas que passou a coibir certos abusos dos fornecedores, por meio do Decreto nº 7.962/2013 e da Lei nº 12.965 (denominada “Marco Civil da Internet”).

Dessa forma, a contratação por meio da internet tem-se tornado mais segura e o consumidor tem seus direitos respeitados de forma mais efetiva, ampliando a utilização dos

* XIV EVIDOSOL e XI CILTEC-Online - junho/2017 - <http://evidosol.textolivre.org>

contratos eletrônicos pela sociedade, de modo a torná-los imprescindíveis na sociedade contemporânea, em que a contratação rápida e efetiva tem sido grandemente valorizada.

Este artigo objetiva destacar a relevância dos contratos eletrônicos na sociedade contemporânea, abordando alguns pontos importantes da legislação que tem disciplinado a matéria, visando torná-lo mais seguro e efetivo para o consumidor. A metodologia empregada é qualitativa, por meio de pesquisa bibliográfica em autores especialistas do assunto.

DESENVOLVIMENTO

A partir da ampliação e utilização intensa dos recursos tecnológicos, os negócios realizados via internet têm aumentado consideravelmente. Assim, os contratos eletrônicos, também denominados *e-commerce*, têm aumentado de forma significativa. Tratam-se de contratos que se realizam à distância, entre partes não presenciais, ocorrendo da seguinte forma: o fornecedor disponibiliza os produtos no mercado de consumo virtual e o consumidor acessa e compra diretamente, por meio da internet.

O Código de Defesa do Consumidor apresenta múltiplas “medidas assecuratórias ao consumidor, que devem ser aplicadas às relações de consumo eletrônicas [...] devendo o consumidor que opta por se utilizar desta modalidade, ter o mesmo amparo que teria em uma loja física, daí a importância de se estudar os contratos eletrônicos” (CABRAL, 2016, p. 161).

Claudia Lima Marques define o contrato eletrônico numa acepção estrita como uma modalidade contratual não presencial ou à distância pela qual se opera a aquisição de produtos e serviços, por via eletrônica (MARQUES apud EMERIM, 2014). O comércio eletrônico cresce vertiginosamente e as compras via internet têm sido cada vez mais procuradas, não sendo ainda mais elevadas em razão de certas dificuldades que os usuários encontram para finalizarem a compra (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 304).

Esses contratos apresentavam desvantagens como, por exemplo, a insegurança, pois os fornecedores não disponibilizavam informações suficientes e, como consequência, na tentativa de disciplinar o comércio eletrônico, foi promulgado o Decreto nº 7.962/13, que objetiva complementar a Lei nº 8.078/90, o Código de Defesa do Consumidor (CDC), quanto ao contrato eletrônico com a finalidade de garantir segurança e efetividade à contratação virtual. A regulamentação pelo Decreto supra garante o direito de o consumidor obter informações claras e precisas a respeito do produto, do serviço e do fornecedor, *in verbis*:

Art. 1º Este Decreto regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico, abrangendo os seguintes aspectos:

- I - informações claras a respeito do produto, serviço e do fornecedor;
- II - atendimento facilitado ao consumidor;
- III - respeito ao direito de arrependimento.

Art. 2º Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para oferta ou conclusão de contrato de consumo devem disponibilizar, em local de destaque e de fácil visualização, as seguintes informações:

[...]

- VI - informações claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições à fruição da oferta (BRASIL, 2013).

Ademais, o aludido Decreto estabeleceu normas específicas para os sites de compras coletivas, ao atuar preventivamente nos casos que ensejavam críticas e reclamações dos consumidores, na medida em que obriga à disponibilização em local de fácil visualização,

a quantidade mínima de compradores necessários para efetivar uma oferta, os dados da empresa que oferta o produto e o prazo de que dispõe o consumidor para utilizar o cupom adquirido, conforme estabelece o artigo 3º:

Art. 3º Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para ofertas de compras coletivas ou modalidades análogas de contratação deverão conter, além das informações previstas no art. 2º, as seguintes:

- I – quantidade mínima de consumidores para a efetivação do contrato;
- II – prazo para utilização da oferta pelo consumidor; e
- III – identificação do fornecedor responsável pelo sítio eletrônico e do fornecedor do produto ou serviço ofertado, nos termos dos incisos I e II do art. 2º (BRASIL, 2013).

Além desse artigo trazer regramentos relacionados às compras coletivas, o art. 4º determinou que seja garantido ao consumidor atendimento facilitado por meios eletrônicos, pois o referido dispositivo está intrinsecamente ligado à boa-fé objetiva, dado que busca simplificar, auxiliar e facilitar o atendimento do consumidor, no comércio eletrônico. (EMERIM, 2014). Nesse sentido, observe-se a redação do referido art. 4º do Decreto nº 7962/13, a saber:

Art. 4º Para garantir o atendimento facilitado ao consumidor no comércio eletrônico, o fornecedor deverá:

- I – apresentar sumário do contrato antes da contratação, com as informações necessárias ao pleno exercício do direito de escolha do consumidor, enfatizadas as cláusulas que limitem direitos;
- II – fornecer ferramentas eficazes ao consumidor para identificação e correção imediata de erros ocorridos nas etapas anteriores à finalização da contratação;
- III – confirmar imediatamente o recebimento da aceitação da oferta;
- IV – disponibilizar o contrato ao consumidor em meio que permita sua conservação e reprodução, imediatamente após a contratação;
- V – manter serviço adequado e eficaz de atendimento em meio eletrônico, que possibilite ao consumidor a resolução de demandas referentes à informação, dúvida, reclamação, suspensão ou cancelamento do contrato;
- VI – confirmar imediatamente o recebimento das demandas do consumidor referidas no inciso, pelo mesmo meio empregado pelo consumidor; e
- VII – utilizar mecanismos de segurança eficazes para pagamento e para tratamento de dados do consumidor (BRASIL, 2013).

A partir do Decreto, as empresas são obrigadas a responderem qualquer solicitação do consumidor, no que diz respeito às dúvidas, informações, reclamações etc, de forma satisfatória dentro de até 5 (cinco) dias, além de deveres específicos que demandam a confirmação individual, a manutenção do serviço, a eficácia no atendimento, a continuação da oferta e do contrato, bem como o dever de cooperação na comunicação.

O art. 5º do Decreto em comento efetiva o direito de arrependimento, contido no art. 49 do CDC, facultando ao consumidor devolver a mercadoria no prazo de 7 (sete) dias, a partir da assinatura do contrato ou do ato de recebimento do produto ou serviço. Diante disso, efetiva também o recebimento do valor pago de volta, criando mecanismos facilitadores para que ao consumidor seja garantido um atendimento facilitado quando da desistência da contratação realizada, liberando-o das obrigações assumidas, conforme reza o artigo abaixo:

Art. 5º O fornecedor deve informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados e eficazes para o exercício do direito de arrependimento pelo consumidor.

[...]

§ 2º O exercício do direito de arrependimento implica a rescisão dos contratos acessórios, sem qualquer ônus para o consumidor (BRASIL, 2013).

O referido Decreto estabelece ainda que a política de troca e devolução deve figurar em local facilmente identificável no site, o que antes não acontecia. Ele realizou alterações importantes na contratação online, assegurando certos direitos que até então não eram efetivados pelo CDC.

Em consonância, necessário observar o Marco Civil da Internet - Lei nº 12.965/2014, uma norma que estabeleceu parâmetros atinentes aos direitos, deveres e princípios para a utilização da internet. Ao tratar sobre o tema, Teixeira (2015) menciona que a referida lei estabelece diversas diretrizes a serem adotadas pelo Poder Público, criando regras para os agentes operadores da internet, fazendo menção aos provedores de acesso e de conteúdo.

No entanto, numa análise mais detida, as regras do Marco Civil são dotadas de aplicação em tudo que acontece no âmbito virtual nacional, incluindo assim, o alcunhado *E-commerce* em seu rol de aplicabilidade. Nesse sentido, Teixeira leciona que “[...] entretanto, suas regras e princípios têm implicação direta em tudo o que ocorre na internet em âmbito brasileiro, inclusive o *E-commerce*, enquanto operações envolvendo a produção e a circulação de bens e serviços” (TEIXEIRA, 2015, p. 91).

Neste diapasão, a Lei nº 12.965/2015, em seu art. 3º, inciso IV, determina a “preservação e garantia da neutralidade de rede”, ao contemplar o princípio da neutralidade de rede (BRASIL, 2015), que determina que o usuário deverá não ser submetido a quaisquer sofrimentos decorrentes das formas como usa sua conexão, podendo utilizá-la da forma que entender. Teixeira corrobora as argumentações acima, ao entender que:

[...] o tratamento deve ser neutro, não podendo haver diferenciação em razão do uso realizado pelo internauta, sendo possível apenas serem oferecidos pacotes com valores diversos para fins da velocidade na navegação. Dessa forma, o usuário pode usar a conexão à internet para o fim que desejar (*e-mails, blogs* etc.) sem precisar pagar valores distintos para tanto e sem estar sujeito à fiscalização do provedor (TEIXEIRA, 2015, p. 91).

Registra-se, por oportuno, que os incisos V e VII, do seu art. 5º, tratam respectivamente dos provedores de acesso e de conteúdo da internet, denominado pela lei como “provedor de aplicações da internet” (BRASIL, 2015), que consiste em provedores que disponibilizam e armazenam conteúdo criado por terceiros – os usuários.

Não obstante, a lei ao tratar de “aplicações da internet” no parágrafo anterior, no que tange aos seus provedores, utiliza a expressão “funcionalidades”, sendo justamente por ser considerada genérica, uma forma de permitir que o conceito abordado seja adequado ao alcunhado, repita-se, *E-commerce*.

O art. 7º, inciso XIII, do Marco Civil da Internet ainda traz uma importante afirmação no que diz respeito à aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor nas relações consumeristas realizadas pela internet. Esse dispositivo contém a afirmação de que haverá “aplicação das normas de proteção e defesa do consumidor nas relações de consumo realizadas na internet” (BRASIL, 2015). Por outro lado, Teixeira adverte que:

Cabe explicar que a Lei n. 12.965/2014 (art. 7º, XIII) procurou salientar, o que já é pacífico na doutrina e na jurisprudência, acerca da aplicação das normas de defesa do consumidor, especialmente o CDC, nas relações firmadas pela internet, desde que configurada uma relação de consumo (TEIXEIRA, 2015, p. 96).

Há que se registrar, ainda, a disciplina da relação entre usuário e provedor de internet como uma relação de consumo pela referida lei, o que acarreta a aplicação do CDC e, ao se enquadrá-la na categoria de consumerista, as normas previstas podem não ser mais benéficas ao consumidor, na condição de usuário, como preconiza o CDC.

Nesse tipo de abordagem, as novas disposições são vistas como prejudiciais ao usuário como consumidor, uma vez que a mudança na responsabilização dos provedores aumentaria a vulnerabilidade. As plataformas de internet passam a ter um caráter de prestadores de serviço e a questão da responsabilidade objetiva seria advinda do risco do negócio, no qual o provedor deveria ser obrigado a arcar com tais ônus para viabilizar o exercício de sua atividade respeitando os direitos dos usuários. Nesse sentido, com o Marco Civil, o provedor ficaria isento de suas responsabilidades como prestador de serviço e como poder econômico perante os demais (MARQUES et al., 2015, p. 23).

Mesmo que o Marco Civil da Internet não se apresente como uma norma específica que regulamenta o *e-commerce*, deve ser aplicada, no que couber, à relação consumerista no ciberespaço, já que regulamenta a internet, no âmbito nacional.

CONCLUSÃO

Os contratos eletrônicos no ciberespaço têm sido realizados, a cada dia, com maior frequência, imprimindo rapidez, eficiência e comodidade à aquisição de bens e contratação de serviços, por meio da internet, em um mercado de consumo cada vez mais amplo e diversificado.

Esses contratos online careciam de uma normativa específica, pois não eram disciplinados por leis próprias. Nesse sentido, o Decreto nº 7.962/13 veio preencher uma lacuna, protegendo o consumidor em vários aspectos, como o direito à informação clara e precisa, direito de arrependimento operacionalizado de forma eficaz, ao disciplinar também as compras coletivas, além da exigência de resposta ao consumidor no prazo de cinco dias, a disponibilidade de política de troca e devolução de forma ostensiva para facilitar o exercício desses direitos pelo consumidor.

Também a Lei nº 12.965, denominada “Marco Civil da Internet” estabeleceu parâmetros atinentes aos direitos, deveres e princípios para a utilização da internet. A lei disciplina, conforme dito alhures, a própria relação entre usuário e provedor de internet como uma relação de consumo, o que acarreta a aplicação do CDC. Ressalta-se, ainda, que trata dos provedores de acesso e de conteúdo da internet, denominado pela lei de “provedor de aplicações da internet”, que consiste em provedores que disponibilizam e armazenam conteúdo criado pelos usuários. Assim sendo, a legislação que trata do denominado Marco Civil da Internet não é uma norma específica que regulamenta o *e-commerce*, mas aplicável já que regulamenta a utilização da internet em âmbito nacional.

É importante salientar que, a toda evidência, os contratos online são tendentes a crescerem e se expandirem, devido a sua importância e utilidade para a sociedade, que exige cada vez mais comodidade para realizar compras e contratos, no ciberespaço. Acredita-se que virão normas mais específicas que a Lei nº 12.965, pois existem especificidades das relações de consumo online que necessitam de disciplina adequada e própria às relações que se estabelecem entre consumidor e fornecedor. Aguarda-se a reforma do CDC, que deverá trazer normatização compatível com esse mercado em franca expansão.

REFERÊNCIAS

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil*. URL www.planalto.gov.br. Acesso em: 16 jun. 2014.

_____. *Código de Defesa do Consumidor*. URL http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm. Acesso em: 17 jun. 2014.

_____. *Decreto 7962*, de 2013. URL http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7962.htm. Acesso em: 03 jun. 2014.

_____. *Lei 12965*, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil. URL http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm. Acesso em: 29 mar. 2017.

CABRAL, Hideliza Lacerda Tinoco Boechat. *Síntese de Direito do Consumidor*. Campos dos Goytacazes: Brasil Multicultural, 2.ed, 2016.

CAVALIERI FILHO, Sergio. *Programa de Direito do Consumidor*. São Paulo: Editora Atlas, 2014.

EMERIM, Camila Candido. Contratos Eletrônicos de consumo: panorama doutrinário, legislativo e jurisprudencial atual. *Revista de Direito do Consumidor*. Jan-fev/2014.

IORIO, Pedro; MARQUES, Camila; PERIN FILHO, Luiz Alberto; RIELLI, Mariana; TRESKA, Laura. *Análise “Marco Civil da Internet: seis meses depois, em que pé que estamos?”*. Artigo 19, 23 de janeiro de 2015. URL <http://artigo19.org/blog/2015/01/23/analise-marco-civil-da-internet-seis-meses-depois-em-que-pe-que-estamos/>. Acesso em: 17 mai. 2016.

MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 6. ed. rev., atual., ampl. São Paulo: Ed. RT, 2007.

TEIXEIRA, Tarcísio. *Comércio Eletrônico: Conforme o Marco Civil da Internet e a regulamentação do e-commerce no Brasil*. São Paulo: Editora Saraiva, 2015.