

# DA APLICABILIDADE DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR NOS CONTRATOS ELETRÔNICOS

*\*Fernanda Dias Franco  
Rogério Martins de Paula  
Simone Vinhas de Oliveira  
Yeza Bozo Tonin  
Renata Silveira de Paiva  
Carlos Francisco Borges Ferreira Pires  
\* \* Valkíria Aparecida Lopes Ferraro*

## RESUMO

O trabalho aqui divulgado, pretende mostrar que as normas dispostas no Código de Defesa do Consumidor são aplicáveis aos contratos celebrados através da Internet, nos quais uma das partes é o fornecedor estrangeiro, e a outra, o consumidor domiciliado no território brasileiro, tendo em vista a falta de legislação específica no ordenamento jurídico nacional.

**Palavras-chave:** Código de Defesa do Consumidor; Contratos Virtuais de Consumo.

## ABSTRACT

The following work intends to show that the rules of the Consumer Defense Code are applicable to contracts celebrated through the Internet, in which one of the parts is a foreign supplier, and the other a consumer living in the Brazilian territory, due to the lack of specific legislation in the national legal system.

**Key-words:** Consumer Defense Code; Consumer's Virtual Contract.

86

## INTRODUÇÃO

Com o advento da Internet, facilitou-se o comércio internacional, abolindo-se os limites territoriais, e, conseqüentemente, aumentaram as relações de consumo entre nacionais, e, entre nacionais e estrangeiros. Tal como os contratos escritos, os contratos virtuais de consumo também necessitam de uma regulamentação, ou seja, de um ordenamento jurídico aplicável para garantir-lhe legalidade, segurança, proteção ao consumidor, bem como para sanar conflitos que deles poderá surgir.

Muita discussão surge quando a contratação, via eletrônica, é realizada entre consumidor domiciliado no Brasil e fornecedor estrangeiro, já que, no Brasil, não há uma legislação específica que regule as transações realizadas no ambiente virtual, tendo-se que recorrer às legislações já existentes e então adaptando-as a estas inovações trazidas pela era da informação.

\* Acadêmicos(as) do Curso de Direito da UEL

\*\* Docente do Centro Universitário Filadélfia - UniFil.

Mestre em Direito das Relações Sociais pela Universidade Estadual de Londrina - UEL.

Doutora em Direito das Relações Sociais pela PUC-SP.

Professora Adjunto-B de Direito Civil nos Cursos de Graduação em Direito e Mestrado em Direito Negocial da UEL.

E-mail: valkiria@sercomtel.com.br

## 1 - APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR NOS CONTRATOS ELETRÔNICOS

Em função da Constituição Federal em seu art. 5º, inc. XXXII, que prevê a proteção do consumidor por lei ordinária, em 1990, entrou em vigor o Código de Defesa do Consumidor, Lei nº 8.078/90, com a finalidade de dar guarida à parte hipossuficiente na relação consumerista, disciplinando sobre os direitos do consumidor, obrigações e responsabilidades dos fornecedores, bem como a reparação dos danos que sobrevierem para o consumidor.

Como o Código de Defesa do Consumidor não especifica, e muito menos restringe os tipos de contratos; é possível sua aplicação nos contratos virtuais de consumo, posto que um dos contratantes seja consumidor, e o outro, fornecedor, incidindo assim em qualquer tipo de oferta.

De acordo com o art. 2º do CDC, consumidor "...é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto de serviço como destinatário final, e já o art. 3º do mesmo *Codex*, diz que fornecedor "...é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços". Desse modo, entende-se que para a aplicação do referido diploma legal, é necessário verificar as características dos contratantes.

Quanto à verificação da regularidade do estabelecimento virtual, este deverá cumprir os requisitos exigidos do art. 31 do CDC: "A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras e precisas, ostensivas e em língua portuguesa, sobre suas características, qualidade, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados; bem como, sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores"; e também cumprir os requisitos do art. 33, o qual obriga a constar o nome do fabricante e endereço na embalagem, nas publicidades e em todos os impressos utilizados na transação comercial, considerando o comércio eletrônico, como sendo apenas um outro meio qualquer de venda e oferta, assim como o telefone.

É próprio também do comércio eletrônico de consumo, como qualquer compra realizada à distância, uma vez que o consumidor adquire o produto ou serviço fora do estabelecimento físico comercial do fornecedor, possui este o direito de arrependimento, conforme o disposto no artigo 49 do diploma consumerista, podendo desistir da contratação no prazo de 07 (sete) dias, contando-se a partir do dia da conclusão do negócio ou da entrega do produto, ou ainda dos serviços contratados, devendo requerer a devolução da quantia paga e devolver o produto adquirido.

Grande polêmica é identificar em que momento começa a contar o prazo: quando há a recepção da mensagem pelo provedor ou no momento em que o provedor descarrega a mensagem no *e-mail* do consumidor. O melhor entendimento é quando ocorre a descarga do arquivo no computador para onde o *e-mail* foi enviado e recebido. Assim, se o negócio ocorreu no dia 1º, terá o consumidor 07 (sete) dias para efetivar a sua desistência, enviando *e-mail* ao fornecedor, mesmo que este só tome conhecimento posteriormente, pois o direito de arrependimento ocorreu dentro do prazo legal.

O consumidor também é protegido quando recebe correspondência eletrônica não autorizada, lotando a sua caixa postal, como propagandas de serviços ou produtos, apresentando atraentes vantagens, convidando-o a aderir aos mais variados planos, produtos, grupos, jogos, serviços, conhecidos como *SPAM*, fa-

zendo com que o receptor perca tempo abrindo, lendo, e apagando mensagens de serviços ou produtos que não solicitou. Tais atitudes invadem o espaço virtual do usuário, configurando-se como abusos praticados pelos emitentes. O CDC considera estas condutas desrespeitosas, coibindo-as, bem como protegendo o consumidor, conforme se depreende do seu art. 39, mais especificamente no seu inciso III, o qual proíbe o fornecedor de produtos e serviços de enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço.

Contudo, as práticas abusivas elencadas em seu texto não são exaustivas, mas, exemplificativas, podendo qualquer conduta que seja ilegal ser enquadrada em sua sistemática. Além do mais, este mesmo diploma legal não podia especificar estas condutas, tendo em vista que o mercado de consumo sofre alterações constantes e de modo veloz, ficando inviável uma regulamentação detalhada. Poderão, ainda, aqueles que enviam *SPAM*, sofrer sanções, como reparação pelos danos causados, inclusive os morais (art. 6º do CDC)<sup>1</sup>, ter suas licenças cassadas (art. 84 do CDC), entre outras sanções, eventualmente determinadas pelo juiz.

Os produtos e serviços obtidos, via Internet, também podem apresentar vícios ou defeitos, como, por exemplo, não corresponder às informações que foram prestadas pelo “vendedor”, prejudicando consideravelmente o consumidor. Prevendo este tipo situação, o CDC em seu art. 18, § 1º<sup>2</sup>, dispõe: “...em relação aos produtos, caberá ao consumidor exigir o saneamento desses vícios, e se não for solucionado, poderá escolher, alternativamente a substituição do produto por outro da mesma espécie, ou restituição imediata da quantia paga, ou o abatimento proporcional do preço”. Já quanto aos vícios de serviços (art. 20 do CDC)<sup>3</sup>, o consumidor poderá optar, alternativamente, a reexecução dos serviços, ou a restituição da quantia paga, ou o abatimento proporcional do preço.

1 Art 6º do CDC: “São direitos básicos do consumidor:

- I – a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;
- II – a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, assegurados a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;
- III – a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentam;
- IV – a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;
- V – a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;
- VI – a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;
- VII – o acesso aos órgãos judiciários e administrativos, com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos, ou difusos, assegurada a proteção jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;
- VIII – a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação, ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências;
- IX – (vetado);
- X – a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.”

2 Art. 18 do CDC: “Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como respondem também por aqueles decorrentes da disparidade, com as indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.”  
§ 1º Não sendo o vício sanado no prazo máximo de trinta dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

- I – a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;
- II – a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;
- III – o abatimento proporcional do preço.

3 Art. 20 do CDC: “O fornecedor de serviços responde pelos vícios de qualidade que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente, e à sua escolha:

- I – a reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível;
- II – a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;
- III – o abatimento proporcional do preço.”

## 2 - FORO COMPETENTE

Após ter sido certificado que a relação concretizada virtualmente se enquadra no Código de Defesa do Consumidor, é relevante verificar o lugar competente para propositura de eventual demanda. Primeiramente, deve-se verificar o *locus* do estabelecimento físico do fornecedor, pois será onde prevalecerá a fixação da competência.

Por outro lado, sendo o consumidor a parte mais vulnerável frente ao fornecedor, o CDC, em seu art. 101, inciso I, deixa expresso a possibilidade de opção, pelo consumidor, de sua ação ser proposta onde situar seu domicílio.

Portanto, se uma compra for realizada sendo o ofertante estrangeiro e o adquirente com sede no território brasileiro, terá este dois caminhos, quais sejam, mover a ação judicial no país sede da empresa, ou propô-la no Brasil, conforme assegurado por aquele código.

## 3 - RESPONSABILIDADE DO PROVEDOR

O provedor, também, como qualquer anunciante ou intermediário, terá sua responsabilidade perante o contratante, de acordo com a quantidade e intensidade de violações às regras básicas de venda de produtos e fornecimento de serviços, ou seja, responde por qualquer vício ou defeito, como o gerenciamento da caixa postal, o fornecimento de programas, a lentidão nos acessos, a venda direta de *softwares* por parte do provedor, etc., aplicando-se os dispositivos do Código de Defesa do Consumidor anteriormente expostos.

## CONCLUSÕES

Assim, fica evidente que não se pode escusar a aplicação do Código de Defesa do Consumidor às relações virtuais consumeristas, por falta de legislação específica, e muito menos deixar o consumidor desprotegido na relação jurídica de consumo estabelecida no ambiente virtual, enquanto não houver regulamentação legal.

O Código de Defesa do Consumidor é perfeitamente aplicável, uma vez que não exaure todas as formas de contratação, bem como devido ao fato de possuir descrições genéricas que se adequam às constantes alterações eletrônicas, trazidas pela informática. Além disso, como se depreende do exposto anteriormente, ele também consagra relevantes princípios como o da boa-fé e o dever de informação.

Cabe agora, aos julgadores, adaptarem estes tipos de contratação aos dispositivos do diploma consumerista, para que haja a efetiva proteção e segurança à parte hipossuficiente, visto que a criação do Código de Defesa do Consumidor é, ainda, considerada uma grande inovação na legislação brasileira.

## REFERÊNCIAS

BRUNO, Marcos Gomes da Silva. *Aplicação do Código do Consumidor aos contratos eletrônicos nacionais e internacionais*. Disponível em: <http://www.ibpbrasil.com.br/comercioeletronico/com002.htm>. Acesso em: 10/03/2004.

GICO JÚNIOR, Ivo Teixeira. *Direito do consumidor: mercado global, responsabilidade*. Disponível em: [http://www.procon.goias.gov.br/artigodoutrinario/artigo\\_dout\\_91.htm](http://www.procon.goias.gov.br/artigodoutrinario/artigo_dout_91.htm). Acesso em: 14/03/2004.

HAYASHI, Felipe Eduardo Hideo. *Aplicabilidade do ordenamento jurídico brasileiro face aos contratos eletrônicos*. Disponível em: <http://www.mundojuridico.adv.br/html/artigos/documento/textos.439.htm>>. Acesso em : 14/03/2004.

RELVAS, Marcos. *O contrato eletrônico nas relações comerciais e de consumo*. Disponível em: <http://www.foreense.com.br/Atualidad/Artigos DCOM/contrato.htm>>. Acesso em: 13/03/04.

SANTOS, Jonábio Barbosa dos. *Comércio Eletrônico e as Relações de Consumo*. Disponível em: [http://www.met.gov.br/legis/consultoria\\_juridica/artigos/e\\_comercio\\_relacoes\\_consumo.htm](http://www.met.gov.br/legis/consultoria_juridica/artigos/e_comercio_relacoes_consumo.htm)>. Acesso em: 10/03/2004.