



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS
UNIDADE ACADÊMICA DE DIREITO
CURSO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS

ADRIANA CRUZ DOS REIS

A RESPONSABILIDADE CIVIL DO VENDEDOR NOS CONTRATOS
ELETRÔNICOS

SOUSA - PB
2010

ADRIANA CRUZ DOS REIS

A RESPONSABILIDADE CIVIL DO VENDEDOR NOS CONTRATOS
ELETRÔNICOS

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Jurídicas e Sociais do CCJS da Universidade Federal de Campina Grande, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharela em Ciências Jurídicas e Sociais.

Orientador: Professor Me. Eduardo Jorge Pereira de Oliveira.

SOUSA - PB
2010

ADRIANA CRUZ DOS REIS

A RESPONSABILIDADE CIVIL DO VENDEDOR NOS CONTRATOS
ELETRÔNICOS

Trabalho monográfico apresentado ao Centro de Ciências Jurídicas e Sociais da Universidade Federal de Campina Grande, como exigência necessária para obtenção do título de Bacharel em ciências jurídicas e sociais.

Orientador: Esp. Professor Eduardo Jorge Pereira de Oliveira

Banca Examinadora:

Data de aprovação: _____

Orientador: Prof. Esp. Eduardo Jorge Pereira de Oliveira

Examinador interno

Examinador externo

A Deus ao qual sempre fui fiel e que sempre foi o meu companheiro; aos meus pais Francival e Iranita pelo amor incondicional; aos meus irmãos Fabiana e Fabrício, amigos de sempre. Enfim, à minha família, dedico.

AGRADECIMENTOS

Ao meu senhor Jesus Cristo, que me deu forças para não fracassar no meio do caminho, obrigado Jesus, serei fiel a ti sempre.

Aos meus pais, Francival e Iranita, que foram os responsáveis por me proporcionar tudo que tenho, fazendo com que eu chegasse até aqui.

Aos meus irmãos Fabiana e Fabrício, valeu cada esforço, obrigada por tudo.

A minha sobrinha Renata, que sempre me fez feliz com seu jeitinho inocente de criança.

Aos meus amigos que sempre me deram apoio mesmo de longe: Kayron, Natália, Elma, Ítala, Adriana Lopes e Sália.

Aos colegas de sala e as meninas do futebol, sentirei saudades.

Aos amigos que Sousa me concedeu: Marise, Jordelly, Thaisy, Alana Ramos, Rossana, Rafael, Josiele e Erich e Raul.

Aos mestres do CCJS/UFCG, em especial aos professores Eduardo Jorge, Francivaldo Gomes e Zélia Ribeiro.

Aos funcionários do campus, sentirei saudades.

Por fim, agradeço a todos que de forma direta ou indireta contribuíram para a realização desse trabalho.

“O mundo está se movendo tão rápido ultimamente, que aquele que diz que algo não pode ser feito é geralmente interrompido por alguém fazendo-o”
(Elbert Hubbard)

RESUMO

O presente trabalho aborda a responsabilidade civil do vendedor nos contratos eletrônicos. Com o advento da era moderna surgiu o computador, tecnologia essa que encurtou as barreiras até então existentes entre as relações comerciais, começando assim a era digital. A internet passou a ser utilizada como um instrumento de manifestação de vontade, para a realização dos pactos contratuais. Por sua vez, os contratos eletrônicos devem ser pautados de normas que de fato possibilitem a defesa do direito do consumidor, haja vista que esse tipo de comércio tomou uma grande dimensão, não podendo distinguir as classes sociais que as utilizam, pois esse comércio virtual é usado em todo o mundo. Muitas são as pessoas que usam de má fé nesse tipo de comércio para obter vantagens ilícitas através do consumidor, por isso a necessidade de uma legislação específica que possa garantir ao internauta consumidor uma maior garantia no ato de efetuar a sua compra. A assinatura digital é um meio tecnológico que busca conferir segurança ao ambiente virtual, de modo que se possa ter maior credibilidade, confiabilidade e validade das relações contratuais eletrônicas. Sabe-se que existe a responsabilidade civil do vendedor para com o consumidor que efetua uma compra por contrato eletrônico, haja vista que o vendedor não pode se eximir da responsabilidade, essa é independente de culpa, exceto se o mesmo provar existir alguma exclusão de culpabilidade. No referente trabalho, utilizou-se dos métodos dedutivo, comparativo e exegético-jurídico, no exame das problemáticas advindas das contratações efetuadas através da internet, tendo como parte passiva da relação, o consumidor em sua vulnerabilidade. Logo, o presente estudo pautou-se na análise doutrinária e jurisprudencial. A técnica bibliográfica é desenvolvida porventura pela relevância e pela questão da atualidade da temática. Nesse diapasão, o consumidor não deve ficar a mercê do poderio tecnológico, nem deve ser sobrestado o avanço científico. A despeito de ser uma forma nova de contratação e gerar grandes problemáticas, a internet não deve ser obstada, ocorrendo o seu caminhar *pari passu* com o ordenamento jurídico pátrio.

Palavras-chave: Responsabilidade civil. Vendedor. Contratos Eletrônicos.

ABSTRACT

This work broach liability of the seller for electronic contracts. With the advent of the modern age the computer appeared, technology this that reduce the barriers by that time existing between the commercial relations, thus beginning the digital age. The Internet started to be used as an instrument of manifestation of will, so they could perform the contractual pacts. Though, the electronic contracts must be lined of norms that in fact enable the defense of the consumer right, considering that this type of commerce took a great dimension, having no possible to distinguish the social classrooms that uses them, therefore this virtual commerce are used in the whole world. Many are the people who use of bad faith of this type of commerce to get illicit advantages through the consumer, the need for it to have a specific legislation that can ensure to internet user consumer a greater assurance in the act of making your purchase. The digital signature is a technological way that it aims to confer security to the virtual environment, such that we can have greater credibility, reliability and validity of electronic the contractual relations. It is know that there is the civil liability of the salesman with the consumer who effects a purchase for electronic contract, considering that the salesman cannot exempt itself of the responsibility, this is independent of guilt, except if the same proving to exist exclusion of culpability. The referring research was used of the methods deductive, comparative and exegetical-legal, in the examination of the problematics ones happened of the acts of contract effected through the Internet, having as portion passive of the relation, the consumer in its vulnerability. Soon, the present study it was guided in the doctrinal and jurisprudential analysis. The bibliographical technique is developed perhaps for the relevance and the question of the present time of the thematic one. In this diapason, the consumer does not have remain at the mercy of the technological power, nor should it be sobrestado the scientific advance. Despite of to be a new form of contractation and to generate great problematic, the Internet does not have to be hampered, occurring it's to walk *pari passu* with the native legal system.

Key-words: Civil liability. Salesman. Electronic contracts.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CDC - Código de defesa do Consumidor

WWW - World Wide Web

PROCON - Procuradoria de Proteção e Defesa do Consumidor

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 DOS CONTRATOS	13
2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.....	14
2.2 CONCEITO E NOÇÕES GERAIS.....	15
2.3 CARÁTER CONSUMERISTA NAS RELAÇÕES CONTRATUAIS.....	16
2.4 CONCEITO DE CONSUMIDOR E FORNECEDOR	18
2.5 PRODUTOS E SERVIÇOS.....	20
3 DO CONTRATO ELETRÔNICO	21
3.1 CLASSIFICAÇÃO DO CONTRATO ELETRÔNICO.....	23
3.1.1 Contratos Eletrônicos Interativos	24
3.1.2 Contratos Eletrônicos Intersistêmicos.....	25
3.1.3 Contratos Eletrônicos Interpessoais	27
3.2 PRINCÍPIOS PERTINENTES AO CONTRATO ELETRÔNICO.....	27
3.3 A ASSINATURA DIGITAL E A AUTENTICIDADE DOS CONTRATOS ELETRÔNICOS NA EFETIVA APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....	30
3.4 POSSIBILIDADE DE FRAUDE NOS CONTRATOS ELETRÔNICOS E A VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR FRENTE A UMA JUSTIÇA SOCIAL CONTRATUAL.....	31
4 RESPONSABILIDADE CIVIL DO VENDEDOR NOS CONTRATOS ELETRÔNICOS	36
4.1 CONCEITO DE RESPONSABILIDADE CIVIL.....	36
4.2 PRESSUPOSTOS	40
4.2.1 Excludentes da Illicitude	40
4.2.2 Posições Doutrinárias e Jurisprudenciais Acerca da Matéria	41
5 CONCLUSÃO	46
REFERÊNCIAS	49

1 INTRODUÇÃO

A comercialização de mercadorias existe desde as mais remotas civilizações, mas foi com o surgimento da internet, instrumento utilizado nos mais diversos setores, seja cultural, tecnológico, econômico, científico, que essa prática passou a ter uma nova realidade.

As compras feitas através do mundo virtual vêm crescendo muito no Brasil nos últimos anos. Isso se deve a popularização do uso dos computadores. Assim como outros problemas que afetam nossa vida diretamente, surge a necessidade de se estudar essas novas relações jurídicas que surgem no momento em que o internauta realiza sua compra. Enfim, a internet passa de simples invenção militar norte-americana, a ser o mais importante meio de massificação das relações jurídicas.

O comprador e o vendedor vivem nesse mundo denominado virtual, desde que esse mercado surgiu, mas existe a necessidade de uma legislação específica acerca do tema.

A regulamentação se faz necessária para que essa nova modalidade negocial, confira maior garantia jurídica às partes contratantes, atendendo ao princípio da estabilidade da ordem jurídica e social.

Pela falta dessa regulamentação específica, faz-se uso da analogia e dos princípios gerais do direito, de modo que o direito do consumidor seja resguardado, onde os mesmos se mostram como fortes armas jurídicas para combater afrontas aos interesses legítimos das partes envolvidas no contrato.

Esse estudo tem o objetivo de abordar a deficiência do mercado virtual no que concerne à responsabilidade das empresas e do vendedor quanto à garantia do produto que fora vendido, da sua efetiva entrega ao consumidor, bem como pelos defeitos dos produtos e serviços que foram oferecidos.

Não se pode deixar de apontar a questão da fragilidade do comércio on-line, pois ele é muito visado por pessoas de má-fé que pretendem a aplicação de golpes tanto nas empresas que estão comercializando os produtos, como no consumidor, que está ali apenas na intenção de fazer sua compra. Isso se dá através da

utilização indevida de alguns dados, de senhas e de informações restritas, assim como de outros fatos mais particularizados.

O contrato eletrônico gera uma forte insegurança jurídica para quem deseja fazer transação via internet, pois não há legislação própria do meio virtual que assegura juridicamente essa relação de consumo. Nesse aspecto, busca-se averiguar como os contratos eletrônicos devem ser estruturados para que se possa ter validade, confiança e autenticidade nas manifestações de vontade, pois representam acordos entre partes contrapostas, devendo ser representados por documentos que os atestem, os quais são conhecidos como documentos eletrônicos.

Não temos a pretensão de esgotar o assunto, até por que existe uma enorme complexidade sobre a temática, a pretensão é de observar a importância e a necessidade de regulamentação acerca do tema, para que haja um maior debate e reflexão sobre o direito do consumidor no novo ambiente virtual. Deve ser atendida a necessidade da preservação e respeito ao direito do consumidor, lado frágil e hipossuficiente da relação consumerista.

Conforme as peculiaridades anteriormente apresentadas depreendem-se a importância do presente estudo, haja vista que o ordenamento jurídico pátrio deve proporcionar a satisfação das partes contratantes, sem impedir o progresso tecnológico, ou seja, o Direito deve contribuir para o ajuste dos interesses de vontade e, de igual modo, não impedir o avanço das ciências.

Na estruturação dessa pesquisa, utiliza-se o método dedutivo, partindo-se do estudo e análise de teorias e leis mais gerais para a ocorrência de fenômenos particulares, que são os contratos eletrônicos voltados ao consumo. Essa metodologia possibilitará a melhor averiguação dos aspectos intrínsecos dessa nova forma de contratação.

De igual modo, utilizar-se-ão como métodos de procedimentos a análise comparativa e exegético-jurídica dos fatos e eventos. O primeiro se coadunará com o melhor estudo das características contratuais eletrônicas, vislumbrando-se semelhanças e diferenciações. Por sua vez, o segundo se baseará na realização de consultas a doutrina, jurisprudência e sítios jurídicos, tendo o propósito de enriquecer a discussão sobre o tema em questão.

Na materialização da temática proposta, será realizada uma pesquisa bibliográfica que se justifica pela natureza interdisciplinar do presente trabalho e pela

atualidade do tema. E será desenvolvida com base em material já elaborado, constituído precipuamente de livros e artigos científicos. As informações serão averiguadas com rigoroso tratamento técnico-científico.

Por primeiro, fez-se mister traçar um breve panorama da evolução histórica tecnológica e da desmaterialização dos contratos, para, em seguida, analisar o contrato eletrônico na relação de consumo, destacando a responsabilidade civil do vendedor nos contratos eletrônicos como ponto capaz de proteger a parte vulnerável da relação, que é o consumidor, este que se encontra sujeito a problemas como fraude na rede, violações de informações, despersonalização do fornecedor, entre outras.

Portanto, essas questões serão abordadas no presente estudo, a fim de se buscar soluções viáveis e satisfatórias, na tentativa de tornar essa relação de consumo mais atrativa e segura para ambas as partes envolvidas na relação contratual.

Assim, vê-se que a matéria em estudo é pertinente, haja vista a expansão da Internet e o seu uso nas contratações, com vistas aos inúmeros questionamentos jurídicos que os rodeiam, como o vazio normativo do meio virtual. Tendo a presente pesquisa a pretensão de contribuir com uma visão ampla acerca das contratações em meio eletrônico, apontando o progresso tecnológico e científico como ferramentas de satisfação dos indivíduos, e não de transgressão aos direitos e garantias das partes, haja vista que o ordenamento jurídico brasileiro deve propiciar a plena promoção dos direitos dos entes da sociedade diante do progresso, assim como a manutenção do equilíbrio contratual.

2 DOS CONTRATOS

O Direito Contratual destaca-se como o mais importante sub-ramo do Direito Civil por agregar inúmeros aspectos jurídicos e por ser elemento de engrenagem das relações sócio-econômicas em todo o mundo. As relações contratuais expressam manifestações de vontades que possuem a finalidade de gerar efeitos jurídicos às partes na busca pela aquisição de um determinado bem. Essa expressão de vontade constitui um negócio jurídico, no qual se encontra englobado o regime contratual.

Nos primórdios da humanidade, o homem já se empenhava pela cooperação social, tendo em vista a necessidade de contratar, já que as atividades desenvolvidas por uns complementavam as necessidades de outros. A cooperação entre os indivíduos passa a ser de suma importância para o desenvolvimento da comunidade. A sociedade passa a interagir na busca pela plena realização de seus membros.

O contrato surge como o instrumento propulsor dessa interação social, como exteriorização da relação jurídica de cooperação entre os homens. O homem possuía a necessidade de se relacionar com outros povos e isso era demonstrado pela dependência nas suas atividades. Para transformar as relações sociais deveria existir um meio que pudesse unir os indivíduos na busca pela supressão de suas necessidades. O contrato é o elemento ideal para esse aspecto.

Portanto, o contrato, em diferentes épocas da história da humanidade, e assumindo distintas formas e finalidades, sempre esteve presente no cotidiano da vida das pessoas como meio jurídico imprescindível à satisfação de suas necessidades.

Stolze comenta a respeito (2009, p.01):

Desde os primórdios da civilização, quando abandonamos o estágio da barbárie, experimentando certo progresso espiritual e material, o contrato passou a servir, enquanto instrumento por excelência de circulação de riquezas, como a justa medida dos interesses contrapostos.

Compreendendo-se o significado da palavra contrato, o termo deriva da expressão *contratus*, e significa unir, contrair. Assim, percebe-se que o termo é

bastante apropriado já que possui a finalidade de satisfação da vontade das partes, buscando a almejada relação de cooperação existente entre os entes da sociedade. O regime contratual, pois, mostra-se imprescindível nos tempos hodiernos, haja vista as múltiplas interações entre os povos consubstanciados pela globalização das economias.

2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Notadamente nos últimos séculos, a citar os séculos XX e XXI, observa-se uma constante evolução nas relações contratuais. Isso se deve basicamente às transformações históricas que se sucederam, principalmente a partir da Revolução Francesa, datada do século XVIII, bem como da Revolução Industrial no início do século XIX.

A evolução histórica dos contratos se confunde com o surgimento da espécie humana, haja vista que no momento em que o homem surge, já brota com suas relações econômicas, sociais e culturais, isso tudo vinculado a um complexo de situações peculiares no sentido de atender às suas necessidades.

Não se pode afirmar uma data definida do surgimento do contrato, pois fazer isso seria pura formulação de alquimia jurídica sem nenhuma validade jurídica. O que se pode tentar é buscar um período em que se tornou mais nítida sua sistematização jurídica, tornando-se, pois, mais detectável pelos estudiosos do direito ou pelos historiadores.

No direito Romano, atribui-se a GAIO, como bem assevera GAGLIANO (2009, p.03) a catalogação das fontes das obrigações, dentre as quais se incluía o contrato como uma delas. Mas outros afirmam que não é no direito romano que se deve buscar a origem histórica da categoria que hoje se denomina contrato.

Assim, com o advento do sistema capitalista e o avanço tecnológico, surgiu o mundo virtual no cotidiano, onde a tecnologia fez uma grande mudança na rotina das pessoas das mais diferentes classes sociais. O homem se tornou dependente da máquina e a intimidade com os computadores cresce a cada dia. Esse mecanismo de comunicação entre as pessoas fez com que surgisse a

comercialização de produtos e bens através da internet. As distâncias se encurtaram no objetivo de beneficiar o homem moderno.

Nesse contexto surgem os contratos, vinculados à movimentação de bens e produtos, necessários para que as pessoas adquiram a propriedade dessas mercadorias, frutos da comercialização.

Com essas relações advindas do meio eletrônico, surgiu a preocupação no meio jurídico de se abordar esse contexto, haja vista que até então essa relação não era tutelada juridicamente.

2.2 CONCEITO E NOÇÕES GERAIS

No que diz respeito aos contratos de uma forma em geral, sabe da sua fundamental importância na vida dos negócios. Assim é que Diniz (2010) conceitua contrato como sendo "uma espécie de negócio jurídico, de natureza bilateral ou plurilateral, dependendo, para sua formação, do encontro da vontade das partes, por ser ato regulamentador de interesses privados."

Isso se deve por que o contrato é o instituto do direito civil, que confere dinamização às transferências de propriedades e faz com que exista o estabelecimento de vínculos obrigacionais entre particulares. O contrato e as relações jurídicas dele decorrentes, as obrigações, são elementos dinâmicos do direito patrimonial, tendo por objetivo a cooperação social, por meio da prestação de serviços, e a circulação dos bens econômicos.

Para que haja a efetivação de um contrato é preciso que haja, inicialmente, o objeto, que será uma obrigação de caráter patrimonial, sendo que o fundamento ético desse contrato será a vontade humana. Sem essa vontade inicial das partes e o consentimento, esse contrato não poderá ser realizado. Esse acordo de vontade tem a finalidade de adquirir, resguardar, modificar ou extinguir direitos.

Assim, pode-se perceber que para a efetivação de um contrato é preciso que se atenda há alguns requisitos ou condições de validade, de acordo com o art.114 do Código Civil de 2002, que será comum a todos os atos e negócios jurídicos, a

dizer: a capacidade das partes, o objeto lícito possível e determinado ou determinável, a forma prescrita ou não defesa em lei.

A capacidade das partes requer que os sujeitos a contratar, sejam capazes para praticar os atos da vida civil, as quais não devem inserir nos artigos 3º e 4º do Código Civil de 2002, sob pena do contrato ser nulo ou anulável.

O objeto deve ser lícito, não poderá, portanto, ser contrário à lei, à moral, aos princípios da ordem pública e aos bons costumes. Assim, esse objeto, fruto do contrato, deve ser também um objeto físico e possível, de modo que o agente jamais poderá fazer um contrato com objeto não determinado, por contrariar as leis físico-naturais, ir além das forças humanas, configurando hipóteses em que se têm a exoneração do devedor e a invalidade do contrato, pois aquele que se obriga a executar coisa insuscetível de realização a nada se obrigou.

Quanto à forma, Diniz, (2010) acrescenta que é importante ressaltar, que "atualmente, não há rigorismo, é necessário apenas a simples declaração volitiva de estabelecer o liame obrigacional entre os contraentes, gerando efeitos jurídicos independentemente da forma de que se revista, pois a lei excepcionalmente requer obediência aos requisitos formais".

Só para reiterar o conceito para que não haja dúvidas, contrato é um vínculo jurídico entre dois ou mais sujeitos de direito correspondido pela vontade, da responsabilidade do ato firmado, resguardado pela segurança jurídica em seu equilíbrio social, ou seja, é um negócio jurídico bilateral ou plurilateral.

Diniz (2010) ainda observa que "o efeito do direito almejado subordina-se, no espírito de cada uma das partes, ao consenso da outra, de tal maneira que nenhum dos contraentes pode alterar, unilateralmente, o que foi avençado".

2.3 CARÁTER CONSUMERISTA NAS RELAÇÕES CONTRATUAIS

Com o advento da Carta Maior de 1988, veio à tona no ordenamento jurídico brasileiro, uma disposição jurídica acerca da proteção aos consumidores. Assim, em seu artigo 5º, XXXII, dispõe que "O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor". O que se nota, é que essa disposição é uma inovação trazida a partir

dessa Constituição, sendo que até então não havia nenhuma disposição expressa a respeito. Saliente-se que com isso, a defesa do consumidor é erigida à categoria de direito fundamental devido esse respeito e interesse por parte do Estado, fazendo com que deva ser efetivado por um tratamento rígido e eficaz.

Nesse diapasão, o CDC (Código de defesa do Consumidor) surgiu na intenção de tutelar as relações de consumo, com o objetivo de atender às necessidades do consumidor, considerado como parte hipossuficiente da relação contratual, de forma a respeitar a sua dignidade, sua saúde e segurança. Isso faz com que a obrigação do consumidor não seja limitada, mas que ele passe a ser conhecedor dos seus direitos e que possa assim estar protegido de alguma desvantagem que surja dessa relação contratual.

Gonçalves (2009, p.09) assim se manifesta:

Com a evolução das relações sociais e o surgimento do consumo em massa, bem como dos conglomerados econômicos, os princípios tradicionais da nossa legislação privada já não mais bastavam para reger as relações humanas, sob determinados aspectos. E, nesse contexto, surgiu o Código de Defesa do Consumidor atendendo à ordem econômica.

Assim sendo, as relações contratuais assumem o aspecto consumerista quando a parte contratante manifesta sua conduta como ente final, como a última pessoa a adquirir um bem ou um serviço posto em avença. Trata-se de um ponto importantíssimo, pois as disposições que irão reger essa obrigação contratual será o CDC em consonância com a legislação civil.

Na definição de Lisboa (2006), relação de consumo “é o vínculo jurídico por meio do qual se verifica a aquisição pelo consumidor, de um produto ou de um serviço, junto ao fornecedor”. A relação de consumo tem como elementos o fornecedor, o consumidor, o objeto da prestação a dizer o produto ou serviço, e a causa.

Em sua obra, Mattos (2009), assevera que: “A era digital gera uma nova realidade de consumo por propiciar a utilização dos meios informáticos para a realização de negócios, comunicação de informações, transmissão de dados, dentre outros”.

De fato, todos os argumentos só vêm para fundamentar o quão são evidentes e verdadeiras as transformações advindas pelo surgimento da era digital,

da globalização, que fizeram com que o cenário das relações contratuais tivesse uma nova repaginada, uma eclosão mundial.

2.4 CONCEITO DE CONSUMIDOR E FORNECEDOR

Na relação contratual existem duas partes bem distintas. De um lado existe o adquirente do produto ou do serviço que é o consumidor, e do outro lado existe o fornecedor desse serviço ou desse produto que fora adquirido.

Conforme dispõe o art.2º do CDC, consumidor é tido como toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Ainda incrementa este artigo, em seu parágrafo único, que se equipara a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que interveio nas relações de consumo.

Essa coletividade de pessoas a que o parágrafo único menciona é definida por Leite (2008, p.51) que diz:

As coletividades de pessoas indetermináveis, também protegidas pela lei, são aqueles grupos de pessoas em relação aos quais não é possível identificar e particularizar os riscos ou prejuízos a que cada um ficou exposto em razão da imperfeição de produtos ou serviços. Por exemplo, não se podem individualizar as pessoas que ficaram expostas aos riscos gerados por um medicamento defeituoso colocado no mercado nacional.

Para conceituar consumidor, também se faz relevante o ensinamento de Vasconcelos (2008, p.126), que assim dispõe a respeito do assunto:

O consumidor é aquele participe da relação de consumo, seja ativamente, seja quando atingido por suas conseqüências. O consumidor seria, assim, aquele que adquire bens e serviços, no sentido de obter a disponibilidade do produto ou do serviço e deles tirar a melhor utilidade, na condição de usuário final. Não precisa que tenha sido o adquirente direto do produto ou do serviço; basta que deles se tenha utilizado, retirando-lhes a utilidade final.

Assim, o consumidor é o sujeito ativo da relação jurídica de consumo, já que a ele se destinam os meios de proteção e defesa instituídos. Trata-se apenas de dar efetividade aos mandamentos inseridos nos artigos 5º, XXXII, e 170, II, da

Constituição Federal, a fim de resguardar o consumidor das mazelas do mercado, tendo em vista a constatação de que hoje se vive numa sociedade em que apenas o consumo é capaz de satisfazer as necessidades de seus componentes.

Já para Comparato, citado por Filomeno (2007, p.22), consumidores são aqueles que não dispõem de controle sobre bens de produção e, por conseguinte, devem se submeter ao poder dos seus titulares- os empresários.

Hoje, contudo, de acordo com o entendimento dominante, seja ele doutrinário ou jurisprudencial, o consumidor é visto como aquele que utiliza bens de consumo e bens de serviços públicos ou privados para uso próprio, ao término da cadeia de produção.

O conceito jurídico de fornecedor está no CDC em seu *caput* do art. 3º que prevê:

Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

Como se pode perceber, o conceito legal de fornecedor é bastante amplo e abrange todas as pessoas físicas e jurídicas, com ou sem personalidade jurídica, que atuam de qualquer modo no mercado de consumo, de forma a desenvolver atividades desde a produção à comercialização final do produto ou do serviço.

Implica dizer que o fornecedor é aquele que fornece produtos ou serviços, de forma rotineira ou eventual, como uma pessoa que vende determinado produto na escola uma vez na semana, atua como fornecedor, sendo esta uma atividade considerada atípica, bastando esse ato denominado venda, para existir o conceito de fornecedor.

Lisboa (2006, p.147) preleciona que:

Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica que, no exercício da sua atividade profissional econômica, lança produtos ou serviços no mercado de consumo. A atividade profissional da pessoa física ou jurídica deve ser, em qualquer hipótese, o meio para que o consumidor proceda à aquisição do produto ou do serviço.

A citação acima só solidifica de forma bem clara o conceito de fornecedor, haja vista que o mesmo é de tamanha importância dentro na relação consumerista.

2.5 PRODUTOS E SERVIÇOS

No que se refere ao produto e ao serviço, o art. 3º, do CDC, traz dois parágrafos definidores do que seja produto e serviço. Cabe lembrar que trata-se de elementos da relação de consumo.

Para o CDC, serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito, securitária, salvo as decorrentes de relações de caráter trabalhista, isso é o que reza o art.3º,§ 2º.

A questão dos serviços está ligada à idéia de produção de bens, que são disponíveis no mercado de consumo, podendo ser produtos duráveis ou não duráveis, móveis ou imóveis, que sejam fruto de um processo industrial ou artesanal, sejam esses produtos de pessoas físicas ou jurídicas. Para Vasconcelos (2008, p.127), o Código procurou definir o que seja serviço, de tal modo que qualquer atividade prestada no campo profissional, com certa habitualidade, será perfeitamente enquadrável como relação de consumo.

Já o produto é definido no §1º do art. 3º do CDC, como "qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial". Ele pode ser visto como qualquer objeto de interesse em dada relação de consumo, e destinado a satisfazer uma necessidade do adquirente, como destinatário final.

Essa noção segundo Andrade, (2006. p.41) é ampla e abrange todo bem corpóreo ou incorpóreo, de modo que podem ser considerados produtos tanto uma casa como um *software*. A abrangência dada pelo microsistema do consumidor revela a nítida intenção do legislador trazer para o seu sistema protetor toda relação jurídica de fornecimento e consumo.

Além de produto físico, ou seja, de sua composição material, não se pode perder de vista que o consumidor não busca o produto físico, mas sua utilidade e a própria satisfação pessoal.

Logo, os produtos podem ser móveis ou imóveis, materiais ou imateriais, duráveis e não duráveis e gratuitos, mas quaisquer deles, entendidos como um bem é resultado da produção no mercado de consumo, nos dias atuais.

3 DO CONTRATO ELETRÔNICO

O contrato é um dos mais influentes instrumentos jurídicos de desenvolvimento. Exerce função permanente e de destaque na vida dos negócios, nas sociedades que se constroem e evoluem à base da liberdade e da propriedade privada. O contrato eletrônico difere de outros tipos de contratos na sua definição tradicional no que concerne à forma como eles são firmados. Nele há certas peculiaridades, mas no que consiste aos requisitos de validade jurídica, deve ele atender aos requisitos que são considerados vitais para qualquer tipo de contrato.

Nenhum meio de comunicação ou avanço na área tecnológica teve tanto impacto na cultura da humanidade como a internet. A grande rede mundial de computadores tem proporcionado uma mudança econômica mundial.

A respeito dos contratos eletrônicos, dispõe Diniz (2010): “com o advento da informática, no alvorecer do novo milênio, surgem os contratos eletrônicos. Deveras com a expansão da internet e com a *World Wide Web (www)* deu-se o aumento ao acesso à rede de computadores e com isso surgem as contratações virtuais e o comércio eletrônico (*e - commercio*) realizado em estabelecimento virtual”.

O contrato eletrônico é celebrado por meio de transmissão eletrônica de dados e opera-se entre o titular do estabelecimento virtual e o internauta. Deve haver a manifestação de vontade dos contratantes, ou seja, deve existir a oferta e a aceitação das partes, de modo que não se dá nem por documento escrito, nem de forma oral, se realizando, portanto, pelo registro em meio virtual.

O contrato eletrônico ainda é conceituado de forma bem clara por Diniz (2010), afirmando que o mesmo “é uma modalidade de negócio à distância ou entre ausentes, efetivando-se via internet por meio de instrumento eletrônico, no qual está consignado o consenso das partes contratantes”.

As contratações eletrônicas, por não haver norma específica que as regulamente, constituem um enorme desafio para o mundo jurídico.

Ainda explanando acerca da definição desse modo de contratação, Bargalo (2007, p.37) apresenta os contratos eletrônicos como:

Os acordos de vontade entre duas ou mais pessoas para, entre si, constituírem, modificarem ou extinguírem um vínculo jurídico, de natureza

patrimonial, expressando suas respectivas declarações de vontade por computadores interligados entre si.

Em termos genéricos, Cunha Júnior (2008.p. 68) assim se refere:

o contrato eletrônico é aquele avençado ou executado pela via eletrônica. O contrato celebrado mediante meios eletrônicos, ou seja, eletrônico na sua formação, pode ser considerado mais eletrônico do que um contrato avençado por modo tradicional, mas com execução eletrônica.

Segundo dispõe Leal (2009), "a contratação eletrônica é verificada quando, para a celebração das declarações de vontade, é usado o meio eletrônico para se transmitir e receber os dados avençados". Assim, pode-se compreender por contrato eletrônico aquele em que o computador é utilizado como meio de manifestação e instrumentalização da vontade das partes.

O momento de sua formação seria aquele em que o provedor envia o arquivo para seu usuário. Na seara internacional, no que diz respeito ao contrato de formação instantânea por comunicação indireta através de telemática, a aceitação é imediata, operando-se por meio de correio eletrônico ou de computadores interligados, surtindo efeito no instante em que chegar ao proponente.

No contrato de formação *ex intervallo*, realizado por comunicação indireta através da telemática, a recepção da resposta será o momento determinante da formação contratual. No contrato de formação *ex intervallo temporis*, feito por comunicação indireta por meio de telemática², com a expedição da aceitação, conclui-se o negócio. No contrato eletrônico internacional, não há como aplicar a *locus regit atum*, daí prevalecer o comando do art. 9º, §2º da Lei de Introdução ao Código Civil de 2002.

No que diz respeito às características dos contratos celebrados via internet, relevantes são alguns aspectos que os individualizam das demais obrigações contratuais, como: não contato físico entre as partes contratantes, em que se utiliza do meio virtual para se efetivar a contratação e globalização dos dados e informações dispostos pelos contratantes. Ressalte-se que eletrônico é o contrato

² é a comunicação à distância de um conjunto de serviços informáticos fornecidos através de uma rede de telecomunicações.

quanto à forma de celebração ou execução, mas não quanto ao objeto em si mesmo.

Desse modo, como bem assevera Santos (2010), “há que se diferenciar os contratos eletrônicos dos contratos informáticos, pois a contratação eletrônica está ligada ao modo, à forma de se celebrar o acordo de vontades. Já os contratos informáticos devem ser entendidos como manifestações de vontade relacionadas à aquisição de bens produzidos pela informática, ou seja, refere-se ao bem que será pactuado. São exemplos de contratos informáticos os contratos de licença de uso de software, de manutenção de bases de dados, de compra e venda de domínios de internet, de desenvolvimento de *website*. São, portanto, contratos voltados a bens ou serviços na área de informatização”.

3.1 CLASSIFICAÇÃO DO CONTRATO ELETRÔNICO

A classificação dos contratos eletrônicos mostra-se imperiosa no sentido de apontar características que os individualizem, contribuindo para melhor solução dos questionamentos jurídicos que porventura vierem a surgir. Dos aspectos apresentados, conclui-se que, em regra, eles são apontados como contratos celebrados entre ausentes, devendo ser aplicada a Teoria da Expedição, recepcionada pelo Código Civil, no que se refere ao momento da formação da relação contratual. A Teoria da Expedição, conforme visto, considera celebrado o contrato no momento em que ocorre a aceitação, ou seja, no momento em que ela é expedida.

Opta-se pela classificação apresentada por Santos (2010), para o qual os contratos eletrônicos se encontram sintetizados em três espécies: interativos, intersistêmicos e interpessoais. Esta classificação leva em consideração o grau de interligação entre o homem e o meio eletrônico. São categorias contratuais bem diferenciadas umas das outras, as quais nos debruçamos a seguir:

3.1.1 Contratos Eletrônicos Interativos

Os contratos eletrônicos interativos são criados para que se torne possível a obtenção de bens e serviços na internet. É uma das formas mais típicas, mais usuais no campo virtual, tornando-se o mais característico. São, portanto, contratos eletrônicos por excelência, pois toda a contratação se dá em meio eletrônico, sendo estabelecido por causa da presença de um programa computacional, previamente criado para receber e processar as informações que interessam as partes.

Essa interatividade é estabelecida entre um internauta que é o consumidor, e um sistema provido de dados específicos acessíveis, sendo o fornecedor, criado e colocado à disposição por uma empresa ou mesmo por outra pessoa que pode estar conectada ou não. A ciência da contratação pode ser tida depois se o mesmo não tivesse conectado.

Ainda no que diz respeito ao conceito dos contratos interativos, conforme explicação de Leal (2009, p.86), depreende-se que são aqueles nos quais a comunicação entre as partes é obtida através da interação entre um indivíduo e um sistema aplicativo, previamente programado.

São exemplos dessa espécie contratual, os acordos celebrados nos sítios de lojas, como submarino, saraiva, americanas, magazine Luíza².

Esse tipo de contrato é o mais usual, acontecem milhões de vezes durante o dia no mundo inteiro, onde acontece uma pequena interação pessoa/programa, onde se demonstra o interesse de contratação.

Ressalva-se que o sistema aplicativo com o qual a comunicação acontece nada mais é do que um programa de computador com a função de acessar um banco de dados específico. Tal programa normalmente é dotado de funcionalidades capazes de direcionar o internauta a serviços, bens de consumos, produtos, formulários, etc.

Esse tipo de contrato tem como característica um enorme aditivo de generalidade de cláusulas, o que difere dos contratos de adesão. Estes, naturalmente, já possuem cláusulas pré-estabelecidas por uma das partes, sem que essas possam ser modificadas ou pelo menos discutidas.

²<http://www.saraiva.com.br>; <http://www.submarino.com.br>; <http://www.magazineluiza.com.br/>

Já o que acontece nos contratos eletrônicos interativos, segundo Cunha Junior (2008, p.71), é a afinidade intrínseca com as condições gerais dos contratos. Aqui, as condições a que se submetem os contratos interativos, mesmo com a aceitação de ambas as partes, tácita ou expressamente, e também com cláusulas construídas preteritamente, diferenciam-se do contrato de adesão por não possuírem uma rigidez tal quais os interativos.

No entanto uma forma de contrato eletrônico interativo pode se transformar em um contrato de adesão, tudo dependerá do molejo e das possibilidades de fazer alterações nos mesmos.

Diante dessa forma de classificação, a parte contratante interage com um sistema, sabendo-se quem é seu proprietário, fazendo com que assim a vontade seja externada, gerando o vínculo contratual. Portanto, o computador interligado à rede, utilizado desse modo, atua como auxiliar no processo de formação da vontade.

Destarte, Leal (2009, p.87) defende que os contratos eletrônicos interativos são os mais comuns no mercado de consumo, haja vista que:

O usuário, ao conectar-se com o site ou estabelecimento virtual, normalmente, encontra múltiplas funções, tais como: informações completas sobre o produto desejado, com reprodução de sua imagem, modelos, cores e tipos disponíveis, campos para preenchimento de seus dados pessoais e bancários, as opções de pagamento etc. No momento em que tais informações são disponibilizadas na *internet* considera-se feita a oferta ao público e, conseqüentemente, manifestada a vontade do fornecedor.

Com tamanha facilidade, não há razão para não se vislumbrar, fazendo com que os contratantes utilizem-se desse meio de fácil uso, promovam e direcionem suas vontades na busca pela contratação de bens e serviços.

3.1.2 Contratos Eletrônicos Intersistêmicos

Nesse tipo de contrato, não há a interação humana direta, ou seja, vai haver uma pré-programação de manifestação de vontade e formação contratual.

Esses contratos são caracterizados pelo motivo que se utiliza o computador como ponto convergente de vontades preexistentes, ou seja, as partes direcionam

sinteticamente as vontades resultantes de negociação prévia, sem que o equipamento intervenha no campo da vontade, visto que já era pré-existente.

Aqui, o computador vai servir apenas como uma ferramenta que irá possibilitar que as partes expõem a sua vontade em busca da realização de um negócio jurídico válido.

Eles possuem o conteúdo previamente estabelecido pelas partes contratantes, de maneira que as partes utilizam-se dos computadores somente para concluir suas respectivas manifestações de vontade. Logo, o meio eletrônico não interfere na formação dos acordos, mas apenas na aplicação de programas que concluem um acordo prévio existente entre as partes. É a chamada "contratação em rede fechada", segundo expõe Souza (2009, p.103), pois é restrita às partes que pretendem contratar.

O contrato eletrônico intersistêmico conforme Berenguer, (2009) "é aquele que se estabelece sem a presença da ação humana, mas tão-somente entre aplicativos pré-programados, utilizando a internet como ponto convergente de vontades preexistentes, estabelecidas em uma negociação prévia". É um tipo de contratação muito utilizada entre pessoas jurídicas, típica de contrato entre comerciantes, com a finalidade comercial, a exemplo das relações comerciais de atacado para minimizar o trabalho de reposição de estoque

Barbagalo (2007, p.52) esclarece que nos contratos eletrônicos intersistêmicos:

A manifestação de vontade das partes acontece a partir do momento em que os computadores são programados para tanto(...). Nesta forma de contratação, as partes trocam documentos eletrônicos de acordo com suas necessidades; por exemplo, se houver necessidade de se fazer um pedido, os contratantes trocam entre si documentos eletrônicos de compra e venda de produtos, ordens de transporte destes produtos, e outros documentos usuais nesta relação. Essa forma de contratação eletrônica é utilizada normalmente por pessoas jurídicas voltadas às relações comerciais de atacado.

Logo, para que se tenha válido um contrato eletrônico intersistêmico é preciso que haja a manifestação da vontade entre as partes contratantes, de modo que o computador sirva como preponderante, pois sem ele não há como acontecer esse tipo de contrato.

3.1.3 Contratos Eletrônicos Interpessoais

O bacharelado em Direito Berenguer (2009, s/p), num trabalho acadêmico intitulado "Os Contratos Eletrônicos como Relação de Consumo", aduz que na contratação interpessoal, previamente à contratação eletrônica, existe uma comunicação eletrônica (que pode ser feita via *e-mail*, videoconferência, leilão virtual ou salas de conversação), para a formação da vontade e a instrumentalização do contrato. Sua principal característica é a necessidade de uma manifestação ativa das partes, ou seja, é necessária a ação humana tanto para enviar uma proposta através de mensagem, quanto para emitir mensagem de resposta de aceitação. Pode ser celebrado tanto por pessoas físicas quanto por jurídicas e equipara-se à contratação via correspondência, em que o suporte físico do papel é substituído pela comunicação virtual, eletrônica.

Por sua vez, no contrato eletrônico interpessoal, como o próprio nome já denota, é aquele acordo de vontade em que as partes contratantes, utilizando-se de computadores conectados à internet, manifestam sua vontade no mundo virtual, com comunicação entre proponente e oblato. Esta espécie contratual é verificada na contratação por correio eletrônico (*e-mail*), no qual as partes se comunicam entre si e direcionam sua vontade no meio eletrônico na busca pela satisfação de seus interesses, conforme indica Leal (2009, p.85). Há certa semelhança com o correio convencional, mas com a diferença de a comunicação poder ocorrer de maneira simultânea ou não, e no mundo virtual, por meio de todas as ferramentas tecnológicas proporcionadas pela informática.

3.2 PRINCÍPIOS PERTINENTES AO CONTRATO ELETRÔNICO

As contratações eletrônicas se disseminaram por todo o mundo, havendo grandes transformações nos padrões contratuais. Inúmeros debates surgem e estão a surgir. Para bem solucioná-los, princípios específicos foram estabelecidos, de maneira a contribuir com uma justiça contratual efetiva, que confira a plena satisfação das partes contratantes.

Diversos são os princípios que norteiam o contrato eletrônico, assim como vários são os que se relacionam com os diversos tipos de contratos. De uma forma genérica, os princípios são os elencados abaixo. Adiante será relevante também apontar os que são próprios do contrato eletrônico.

Destacam-se:

a) princípio da autonomia da vontade – consiste no poder que as partes têm de estipular como melhor lhes convier, mediante acordo de vontades, a disciplina de seus interesses. Assim, adere ao contrato aquele que entende o que melhor lhe será pertinente;

b) princípio da obrigatoriedade da convenção – conhecido como *pacta sunt servanda*. Nesse as partes devem cumprir o que foi pactuado, sem que haja alterações, exceto se houver concordância de ambos para tal, ou que se trate de caso especial ou extraordinário;

c) princípio do consensualismo – muitas das vezes o mero acordo de vontades é suficiente para validar um contrato, mas existem casos em que a lei prevê o consensualismo, que quer dizer seja cumprido certas formalidades e solenidades para a eficácia do contrato;

d) princípio da boa-fé – requer, aqui, que as partes agem com lealdade, confiança, de modo a uma boa execução do contrato. Ao se interpretar o contrato, deve-se procurar a real intenção das partes celebrantes em detrimento da literalidade do texto contratado.

No caso específico dos contratos pela internet, seguem os princípios pertinentes que irão influenciar diretamente na resolução de problemas no campo virtual:

a) princípio da equivalência funcional entre os atos jurídicos produzidos por meios eletrônicos e os atos jurídicos produzidos por meios tradicionais – o contrato virtual não pode ser tido como inválido por ter sido realizado de forma diferenciada da forma clássica, que possui suporte físico tangível, que é mais precisamente o contrato de papel, pois os contratos com suporte virtual intangível, mediatamente representativo, é o eletrônico que também é válido.

b) princípio da inalterabilidade do direito existente sobre obrigações e contratos – o meio eletrônico é apenas um instrumento para que se constitua o contrato, sendo que as obrigações originadas no ambiente virtual não necessitam para ser válidas

de uma alteração do direito contratual vigente; aqui também é possível sentir a força que nivela os contratos virtuais e os tangíveis.

c) princípio da identificação – para que se evitem futuros conflitos e indagações, deve-se atentar para a existência da devida identificação das partes que celebram um contrato pela internet, de modo que ambas saibam com quem estão lidando, o que pode ser feito por meio de assinatura digital, dentre outras possibilidades;

d) princípio da verificação – por fim, todos os documentos eletrônicos que dizem respeito ao pacto devem ser guardados, para não ser objeto de alegação de sua não existência e possibilitar qualquer eventual verificação futura, preservando-se assim a prova de que houve de fato a efetivação do contrato.

Diante de tudo que fora elencado, nota-se que os contratos eletrônicos seguem as bases e os princípios comuns dos contratos. Assim, conclui-se que seus requisitos subjetivos de validade são os mesmos dos contratos comuns. Portanto, é necessária a existência de duas ou mais pessoas, a manifestação da vontade de forma livre, e a capacidade civil para o ato se perfazer de forma válida.

A mesma idéia surge quando se comenta sobre os requisitos objetivos de validade, como a licitude do objeto, o seu valor econômico, a possibilidade física e jurídica de sua acessibilidade.

Já em relação ao local, o contrato eletrônico se forma no local em que se encontram os contratantes. Entretanto, como localidade é algo difícil de ser efetivamente visualizado no meio eletrônico, inúmeras questões surgem quanto este aspecto. Só para vislumbrar, percebe-se que o local em que se encontra um sítio da internet não é algo efetivamente comprovado pelo que se apresenta. Por exemplo, um domínio pode ser apresentado como sendo hospedado no Brasil, através da sigla *br* em seu endereço eletrônico, mas na verdade está hospedado em um outro país. Não há garantia real quanto ao local onde se encontram as partes contratantes.

3.3 A ASSINATURA DIGITAL E A AUTENTICIDADE DOS CONTRATOS ELETRÔNICOS NA EFETIVA APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

As sociedades se veem atreladas a situações voltadas ao consumo, muitas vezes fictícias, visualizadas tão-somente pelo poderio midiático, voltado a criar situações, eventos, que ensejem o consumo desenfreado por bens e serviços. Os fornecedores utilizam-se de recursos visuais, propagandas, técnicas de marketing e publicidade, comunicações com intenções subliminares, ensejando que o consumidor se direcione a obter bens que lhe oferecerão um bem-estar de vida.

Pensando assim, é que se percebe o quanto as relações de consumo têm se intensificado ao longo dos tempos. As tecnologias são utilizadas na busca da disseminação de produtos e serviços que satisfaçam os interesses dos indivíduos. Vislumbra-se uma comunidade planetária, voltada a um estado de bem-estar social, no qual as pessoas sentem-se atraídas ao consumo, a adquirir produtos que lhes proporcionem conforto e comodidade

Logo, importante se faz o estudo e a observação das peculiaridades dos contratos firmados em espaço cibernético, pois como a internet se trata de um meio pouco conhecido, novo, é permeado por inúmeros questionamentos. Malgrado o uso crescente do meio eletrônico, este ainda suscita grandes problemáticas por se tratar de um ambiente virtual, não palpável aos indivíduos.

Como se sabe, o acordo de vontades de modo tradicional é celebrado e respeitado por meio da utilização de documentos, papéis escritos, pelo contato físico entre os contratantes. No cenário virtual, observado por meio da internet, considerado um meio não físico, esses aspectos não existem.

Os contratos eletrônicos apresentam diversas peculiaridades e para que esses aspectos não venham a emperrar o progresso tecnológico, nem dificultar o desenvolvimento do comércio, instrumentos e métodos protetivos são criados para conferir autenticidade e validade aos contratos eletrônicos, bem como sistemas de segurança, os quais visam, de igual forma, evitar o cometimento de fraudes e de transgressões às garantias das partes contratantes. Nessa esteira, surge a assinatura digital.

A assinatura eletrônica possui o mesmo poder e validade jurídica daquelas que são lançadas a punho próprio nos documentos. A transação eletrônica,

realizada no Brasil, está sujeita aos mesmos princípios e regras aplicáveis aos demais contratos aqui celebrados.

A assinatura digital consiste em uma tecnologia empregada para conferir segurança e validade aos negócios jurídicos contratuais estabelecidos no ambiente virtual. Busca-se coibir e evitar as incertezas e as dúvidas que receiam os indivíduos, contribuindo como uma importante ferramenta na busca pelo respeito contratual.

Com essa assinatura, as contratações eletrônicas se tornam mais seguras, e as partes terão seus direitos melhor assegurados. O consumidor, por exemplo, pode pautar-se por um instrumento que valida a relação de consumo em que está inserido, apresentando valor probante e assegurando a aplicabilidade das normas jurídicas consumeristas no espaço virtual. Assim, o progresso tecnológico caminhará *pari passu* com o ordenamento jurídico, respeitando os direitos do consumidor e assegurando pleno caminho às contratações pelo meio eletrônico.

Para se ter a certeza de que uma dada assinatura procede de uma determinada pessoa, se faz ainda necessário um sistema de certificação, que recebe o nome de Autoridade Certificante, encarregado de fornecer os referidos pares de chaves, após a devida comprovação da identidade do interessado em adquiri-las.

A preocupação com esse tipo de comércio é verificar o direito do consumidor, de tal modo que seja sempre respeitado. Isso se dá pelo fato de que mesmo sendo um meio que não dispõe de subsídios físicos mais propriamente ditos, ainda assim possa existir a autenticação e a credibilidade de se ter uma certificação da assinatura digital.

3.4 POSSIBILIDADE DE FRAUDE NOS CONTRATOS ELETRÔNICOS E A VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR FRENTE A UMA JUSTIÇA SOCIAL CONTRATUAL

Os instrumentos legais brasileiros que estão à disposição, a exemplo do Código Civil, Comercial, e de Defesa do Consumidor não acompanharam a rigidez de evolução eletrônica e, conseqüentemente, já não servem para solucionar os

problemas daí decorrentes. O instituto da responsabilidade civil apresentou evolução significativa, principalmente na segunda metade do século que passou, bem assim os conceitos de dano moral e dano material. Mas, com toda essa carga evolutiva, não acompanharam, nem de longe, o processo de mudança das relações jurídicas decorrentes do uso da internet.

O CDC (Lei nº. 8.078/90) assevera a importância e a necessidade de se regular as relações de consumo. Tal importância adveio de inúmeros questionamentos que envolvem duas partes de uma mesma relação negocial jurídica: o consumidor e o fornecedor.

Surgiu a preocupação de se regular normas voltadas à proteção do consumidor, entendendo-se que as relações de consumo crescem de forma avassaladora, e a inexistência dessas normas jurídicas, preocupadas com a ordem econômica, pautadas nos ditames da justiça social, da dignidade do ser humano e da plena satisfação econômica das pessoas, podiam prejudicar os direitos desses que são tidos como o lado hipossuficiente.

Portanto, o CDC surge com uma codificação voltada a resguardar e proteger as relações de consumo, sendo uma das legislações consumeristas mais avançadas do mundo. Trouxe, pois, embutido em suas regras, novos princípios e institutos jurídicos, assim como os conceitos das figuras integrantes de toda e qualquer relação de consumo.

Tomando-se por base os conceitos legais apresentados e os aplicando aos contratos eletrônicos, pode-se apontar o consumidor virtual como toda pessoa física ou jurídica, ou coletividade de pessoas, que direcionam sua vontade, através do meio eletrônico, na aquisição ou utilização de produto ou serviço ofertado no espaço virtual, como destinatário final, último membro da cadeia produtiva.

Por sua vez, conforme preleciona Leal (2009, p.103), será fornecedor virtual todo aquele que se utiliza do meio eletrônico para apresentar seus bens e serviços. A aquisição desses bens deverá ocorrer por parte dos usuários da rede mundial de computadores, ou seja, o fornecedor virtual utiliza o espaço cibernético para oferecer seus bens e realizar os acordos de vontade.

Nesse diapasão, observa-se que as relações de consumo, quer sejam celebradas por meios convencionais, quer sejam celebradas no ambiente virtual, apresentam uma parte vulnerável, em situação de inferioridade ou de fragilidade contratual. Essa parte contratante é o consumidor.

Conforme dispõe Andrade (2006, p.55), a vulnerabilidade do consumidor está presente em todas as relações de consumo e deve ser entendida como o reconhecimento de que é o elo mais frágil da relação contratual por não apresentar o controle sobre os meios de produção, estando submetido ao poder dos que detêm esses meios. O consumidor é a parte vulnerável porque se encontra em posição debilitada, não apresentando conhecimento tecnológico e obrigando-se a consumir para suprir suas necessidades.

Trata-se, a vulnerabilidade, de um princípio basilar do CDC devendo reger toda e qualquer relação consumerista. Ferreira (2008, p.19) afirma que a vulnerabilidade é “a espinha dorsal da proteção do consumidor nas relações de consumo”. Por meio desse entendimento averigua-se que o princípio da vulnerabilidade é apresentado para sopesar a fragilidade jurídica do consumidor, equilibrando a relação jurídica, pois o mesmo é apresentado como econômica, financeira e tecnicamente mais frágil, de maneira a figurar como parte debilitada de conhecimentos que proporcionem contratação igualitária.

A legislação consumerista possui o fim de harmonizar e tornar justas as relações que envolvam o consumidor e o fornecedor. Quando se consegue atingir esse equilíbrio, é o momento em que, de fato, faz-se existir a chamada justiça contratual, conforme preleciona Sá (2008, p.44). Sendo assim, o CDC é uma codificação voltada a sempre alcançar uma justiça contratual, pois está direcionada a equilibrar os indivíduos da relação contratual.

A fragilidade do consumidor ora apresentada não é minorada quando se tem como pano de fundo a rede mundial de computadores. A internet possibilitou verdadeira revolução na forma de contratação, pois o acesso a rede permite rápida e ampla divulgação de produtos e serviços, os quais são adquiridos com enorme facilidade e rompendo fronteiras geográficas. Os consumidores internautas podem firmar relações de consumo com pessoas em todo o mundo.

Com a divulgação de bens e serviços através da internet, alargaram-se as relações de consumo, e grandes vantagens foram constatadas pelo fornecedor e pelo consumidor. Os fornecedores encontram no meio virtual amplo espaço para divulgação de seus produtos e serviços, majorando-se o mercado de consumo, e com custos bem baixos, de maneira a propiciar vultosos rendimentos. Para o consumidor, a internet fornece maior escolha, podendo selecionar, entre os fornecedores, os que lhe sejam mais atrativos e econômicos, pois a grande rede

oferece o conforto de realizar contratações, bastando tão-somente ter acesso à rede mundial de computadores.

Nessa linha de raciocínio, de igual modo que outros meios tradicionais de contratação, o consumidor que utiliza a internet também apresenta fragilidade e vulnerabilidade. Defende-se até com mais intensidade esse aspecto, pelo fato de a internet ser um espaço não físico, onde o anonimato é algo bastante perceptível e a própria estrutura e arquitetura da rede facilitam a ocorrência de fraudes. Afirma-se, portanto, que a internet alarga a fragilidade do consumidor o qual contrata pela rede mundial de computadores e encontra um vácuo jurídico e os seus direitos e garantias agredidos.

Nesses termos, uma vez aplicado o CDC nas relações jurídicas celebradas através da internet, respeitando-se o interesse das partes contratantes e equilibrando-se a relação de consumo para a não ocorrência de afronta às vontades contrapostas, estar-se-á cumprindo com a finalidade do diploma legal em comento e, conseqüentemente, efetivando a justiça social contratual.

Sabe-se de fato que as pesquisas mostram que houve um grande crescimento das compras feitas através do meio virtual, isso se deve ao crescimento econômico, globalização, busca de modernização das mais diversas camadas da população. Mas, nem por isso, pode-se afirmar e confiar que esse tipo de comércio seja seguro e confiável, isso porque existem milhares de pessoas que usam de má-fé desse meio para obter vantagens ilícitas através desse mercado que se mostra frágil a esse tipo de crime.

O que se vê é que nas relações entre as pessoas, não raras vezes, ocorrem conflitos no que tange às discussões que giram em torno dos contratos, mas, especificamente, sobre as cláusulas neles contidas, capacidades dos agentes, valor probatório do documento eletrônico, foro de competência para as discussões e legislação aplicável.

A par dessa imensa gama de serviços que a rede proporciona, dentre os quais se destaca o comércio, observa-se, com certa tristeza, que a rede mundial de computadores tem-se prestado à ação de pessoas inescrupulosas e sem formação moral coerente que muitas vezes, se utilizam da internet para provocar danos ou para causar prejuízos, às vezes irreparáveis, aos usuários diretos ou indiretos desses benefícios.

É importante salientar que na grande maioria dos casos, os problemas não são por parte dos contratantes, mas sim, por conta da influência de terceiro, denominados *hacker*³ e *cracker*⁴, que vivem no submundo da internet com a finalidade de praticar atos maléficis e também crimes digitais.

Talvez devido a essa explosão da tecnologia da informação, os *hackers* e os *crackers* se aperfeiçoam a cada dia, invadindo sites e endereços eletrônicos, praticando verdadeiros crimes contra a incolumidade, a honra e a intimidade das pessoas. Não se trata apenas dos crimes que afetam a vida e as relações jurídicas das pessoas. Também são praticados, diariamente, danos de natureza civil, traduzidos em prejuízos de ordem material e moral que afetam o comportamento das pessoas que estão, direta ou indiretamente, ligadas ao mundo da informática.

De acordo com uma pesquisa divulgada pelo II Congresso sobre Crimes Eletrônicos (Opice Blum, 2010), realizada em São Paulo, a percepção do consumidor brasileiro em relação à fraude online cresceu entre 2009 e 2010. O estudo também mostrou que o brasileiro adota mais soluções para proteger seu computador, para evitar a captação de senhas, fraudes ou invasão da máquina: passou de 76% no ano passado para 80% em 2010. Quatorze por cento dos respondentes disseram conhecer alguém que foi vítima de crime virtual, contra 11% no ano anterior.

Diante de todos esses fatores vê-se a importância do direito ao regular as relações contratuais eletrônicas, pois o mercado digital, assim como o mercado físico, há a exigência de regras, tendo em vista as questões de proteção ao consumidor, a privacidade de dados, a assinatura digital, bem como outros aspectos de grande relevância no ciberespaço.

Tem-se, então, um panorama inusitado: a mesma tecnologia que transforma o cotidiano do cidadão brasileiro, também serve de suporte para o incremento de possibilidades delituosas, as quais todos estamos expostos. Pelo fato de “velhos gatunos” estarem caçando “novos incautos”, navegar no mundo digital, demanda, sem dúvida, redobradas precauções.

³ Indivíduos que elaboram e modificam software e hardware de computadores, seja desenvolvendo funcionalidades novas, seja adaptando as antigas.

⁴ Termo usado para designar quem pratica a quebra (ou *cracking*) de um sistema de segurança, de forma ilegal ou sem ética.

4 RESPONSABILIDADE CIVIL DO VENDEDOR NOS CONTRATOS ELETRÔNICOS

4.1 CONCEITO DE RESPONSABILIDADE CIVIL

Para se iniciar o estudo acerca da responsabilidade civil do vendedor nos contratos eletrônicos, se faz mister obter o conceito do que seja a responsabilidade civil.

A palavra "responsabilidade" segundo Gonçalves (2009), "origina-se do latim *respondere*, que encerra a idéia de segurança ou garantia da restituição ou compensação do bem sacrificado". Teria, assim, o significado de recomposição, de obrigação de restituir ou ressarcir.

Juridicamente, entende-se que a expressão responsabilidade civil normalmente está ligada ao fato de responder-se pelos atos que se pratica. Assim, revela um dever, um compromisso, uma sanção, uma imposição decorrente de algum ato ou fato.

A análise da acepção atual do termo responsabilidade civil é conceituada por Gonçalves (2009, p.03):

Responsabilidade civil é, assim, um dever jurídico sucessivo que surge para recompor o dano decorrente da violação de um dever jurídico originário. Destarte, toda conduta humana que, violando dever jurídico originário, causa prejuízo a outrem é fonte geradora de responsabilidade civil.

Dessa forma, entende-se pelo conceito supracitado que a responsabilidade civil advém da prática de um ato ilícito civil por determinado agente, tendo este, porém, o dever e a obrigação de reparar o dano patrimonial ou moral causado à vítima, obrigação esta que, se não for mais possível, será convertida no pagamento de uma indenização ou de uma compensação, sendo aquela na possibilidade de uma avaliação pecuniária do dano cometido, e esta na hipótese de não poder estimular patrimonialmente este dano.

“ No CDC, constata-se a existência de duas espécies de responsabilidade civil: a responsabilidade pelo fato do produto e do serviço e a responsabilidade por vícios

do produto ou serviço. Tanto uma como outra são de natureza objetiva, não necessitando da comprovação da culpa para que se obrigue o fornecedor a indenizar pela ocorrência de dano.

A primeira é derivada de danos do produto ou serviço, também chamados de acidentes de consumo. A segunda, relativa ao vício do produto ou serviço, tem sistema assemelhado ao dos vícios redibitórios, ou seja, quando o defeito torna a coisa imprópria ou inadequada para o uso a que se destina, há o dever de indenizar.

Para efeito de indenização, é considerado fato do produto todo e qualquer acidente provocado por produto ou serviço que causar dano ao consumidor, sendo equiparadas a este todas as vítimas do evento.

Os bens ou serviços fornecidos podem ser afetados por vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, é o que assegura o CDC, no art.18, assim como por aqueles decorrentes de disparidade, como as indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária.

Nesse passo, nas palavras de Andrade (2006, p.206), é importante frisar que o parágrafo único do art.7º estabelece, claramente a responsabilidade solidária dos fornecedores, dispondo que tendo mais de um autor na ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo. Portanto, é solidária a responsabilidade dos fornecedores por vício do produto.

O CDC estabelece a responsabilidade solidária de todos aqueles que intervierem no fornecimento dos produtos de consumo e bens duráveis ou não-duráveis, em face do destinatário final.

Ampla é a classificação dos tipos de responsabilidade civil, mas a que cabe analisar-se, é a responsabilidade civil contratual, aquela que surge quando um dos contratantes infringe o contrato, causando prejuízos ao outro, tendo em vista que o tema abordado é a responsabilidade decorrente dos contratos eletrônicos. Vê-se, então, que a responsabilidade contratual é aquela que decorre da celebração ou da execução de um contrato, que poderá ser por ato lícito ou por ato ilícito.

A responsabilidade civil do vendedor no direito brasileiro é objetiva, assim dispondo o art. 931 do Código Civil de 2002 que ressalta: ressalvados outros casos previstos em lei especial, os empresários individuais e as empresas respondem independentemente de culpa pelos danos causados pelos produtos postos em circulação.

A respeito da responsabilidade objetiva, Leite (2002, p.141) assevera que:

A responsabilidade objetiva independe da prova da culpa do lesante, que fica obrigado à reparação do dano causado pela mera caracterização do liame objetivo entre a ação ou omissão por ele cometida e o resultado danoso. Não importa o conteúdo subjetivo da ação ou omissão do lesante; tenha ele agido ou não com culpa, o simples fato da ocorrência dos danos gera a sua obrigação de repará-los.

Essa teoria, da responsabilidade objetiva, no que diz respeito ao CDC, destaca que todo aquele que exerce atividade mercantil cria o risco de dano a terceiros e, se concretizado tal dano, deve repará-lo independentemente da existência de culpa.

Gonçalves (2009, p.08) dispõe sobre a responsabilidade objetiva:

A responsabilidade objetiva funda-se num princípio de equidade, existente desde o direito romano: aquele que lucra com uma situação deve responder pelo risco ou pelas desvantagens dela resultantes (*ubi emolumentum, ibi ônus: ubi commoda, ibi incommoda*). Quem auferir os cômodos (ou lucros), deve suportar os incômodos (ou riscos).

Isso impõe aos empresários individuais e empresas, responsabilidade pelos danos causados por seus produtos postos em circulação. Assim, vê-se que esse artigo, o 931 do Código Civil de 2002, tem a finalidade exclusiva de proteção ao consumidor, lado hipossuficiente na relação consumerista.

Dessa forma, tendo em vista a vulnerabilidade e hipossuficiência do consumidor (ou seja, a falta de conhecimentos técnicos sobre os produtos a venda e de condições monetárias para travar disputa jurídica com as empresas fornecedoras) e a teoria do risco, o CDC passou a utilizar a inversão do ônus da prova, ou seja, o acusado deve provar sua inocência ao invés de o consumidor provar a culpa de quem o lesionou.

O consumidor, em razão da solidariedade passiva, tem direito de endereçar a reclamação ao fornecedor imediato do bem ou serviço, que no caso em questão é o vendedor, podendo ser também o fabricante, o produtor, como também pode, querendo, acionar o comerciante e o fabricante do produto em litisconsórcio passivo.

Se o comerciante, o vendedor, for obrigado a indenizar o consumidor, poderá exercer o direito de regresso contra os demais responsáveis, segundo sua participação no evento danoso, nos termos do art.13, parágrafo único, do CDC.

No momento em que o internauta realiza um contrato eletrônico, contrato esse que adveio da necessidade do consumidor em efetuar uma compra via internet, o que a ele deve ser assegurado é a devida proteção aos seus direitos. A assinatura digital irá conferir ao consumidor autenticidade à sua compra.

Assim, pelo fato da responsabilidade conferida ao vendedor ser objetiva, na medida em que o consumidor efetua a compra, o vendedor estará automaticamente sendo responsável por qualquer dano que o consumidor venha a sofrer. Saliente-se que esse dano não será excludente de ilicitude.

O art.20 do CDC determina que o fornecedor responda pelos vícios de qualidade do serviço. O dispositivo não menciona, claramente, a responsabilidade solidária dos fornecedores que tiverem participado da relação de consumo, todavia, parece que a solidariedade decorre do sistema de responsabilidade civil adotado pelo CDC, para firmar a responsabilidade solidária de todos os fornecedores que participaram da relação de consumo, de modo que, diante de um vício do serviço, o consumidor pode exercitar as alternativas que lhe são colocadas contra qualquer dos fornecedores que se encontrarem na cadeia de fornecimento.

Pode acontecer também que o produto que o consumidor deseja não ser da forma como ele pensa no momento da entrega. Assim, o CDC dispõe acerca do arrependimento, em que o consumidor terá um prazo de 7(sete) dias para desistir do contrato, é o que reza o art.49 do CDC:

Art.49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio. Parágrafo único. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.

O legislador fala que o prazo de reflexão se dá quando o produto chega a sua casa ou local de destino, e o consumidor entende que não era aquilo que imaginava, posto que, na tela do seu computador, o produto parecia ser melhor e mais atrativo. Frustrando-se as expectativas com relação ao produto, o consumidor terá o prazo de 7 dias para se arrepender, não havendo assim, confirmação do negócio.

Isso acontece, exatamente porque o consumidor está do lado mais vulnerável da relação, sendo a parte mais acanhada, não estando preparado para enfrentar o convencimento de todo marketing, cuidadosamente elaborado pelo fornecedor.

De qualquer modo, sugere-se ao consumidor adquirir produtos ou serviços de fornecedores que disponibilizam o seu endereço físico na internet e mantenham canal de comunicações de fácil acesso, para esclarecimento de dúvidas e reclamações.

4.2 PRESSUPOSTOS

4.2.1 Excludentes da Illicitude

As excludentes da responsabilidade objetiva são aquelas aplicadas aos casos de responsabilidade civil pelo fato e pelo vício, salvo na hipótese de responsabilidade subjetiva do profissional liberal pelo acidente causado em desfavor do consumidor usuário, cujas excludentes serão tratadas adiante.

Alguns artifícios de exclusão de responsabilidade dos vendedores, como, por exemplo, a estipulação contratual de cláusula que impossibilite, exonere ou atenua a obrigação de indenizar (art.25 CDC), são estritamente vedados pelo CDC. Além disso, este postula que a ignorância do fornecedor em relação à inadequação de produtos e serviços não caracteriza excludente de responsabilidade.

A excludente de ilicitude do vendedor só será admitida se o mesmo provar algumas questões, que são as elencadas no art.12, §3º do CDC, onde perfaz que só não será responsabilizado quando provar:

- I- que não colocou o produto no mercado;
- II- que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexiste;
- III- a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

A exclusão dessa responsabilidade vai depender de prova a ser produzida pelo acionado a se defender que não tenha introduzido o produto no mercado de consumo com seu consentimento, e que inexiste defeito ou mesmo que a culpa seja exclusivamente do consumidor, ou de terceiro.

No que consiste à culpa exclusiva da vítima, a responsabilidade objetiva do agente é excluída se a vítima agir, positiva ou negativamente, de forma a acarretar o dano, como consequência exclusiva da sua conduta.

Para tanto, torna-se indispensável a existência de culpa do ofendido, que deve, necessariamente, ser demonstrada pelo explorador da atividade, sob pena dele arcar com a reparação do prejuízo. É imperativo, nesse contexto, que seja comprovado o nexo de causalidade entre o comportamento da vítima e o dano, assim como a existência da sua culpa exclusiva.

A exclusividade da culpa da vítima demonstra que a pessoa objetivamente responsabilizada não pode ter concorrido, de qualquer forma, para a causa do resultado danoso. Pelo contrário, a mínima participação do objetivamente responsável em colaborar de qualquer forma, para a ocorrência do prejuízo, ocasiona a sua responsabilidade.

A responsabilidade constitui, assim, uma relação obrigacional, cujo objeto é o ressarcimento. O ato ilícito e responsabilidade não se confundem. A conduta desconforme ao ordenamento jurídico é diferente do dever de reparação do dano causado.

Além desses casos, há exclusão de responsabilidade por causa fortuita ou força maior. Embora não esteja previsto no CDC, a questão da exclusão de responsabilidade por caso fortuito e força maior, a doutrina e a Jurisprudência a acatam como excludente de responsabilidade quando o fato referente à causa fortuita ocorre após a colocação do produto no mercado ou após a execução do serviço.

4.2.2 Posições Doutrinárias e Jurisprudenciais Acerca da Matéria

A partir da segunda metade do Século XX, o foco das reflexões acerca da responsabilidade deslocou-se do centro para a periferia, deixando em segundo plano a preocupação com a ação do culpado para ocupar-se com a proteção dos interesses da vítima, aquela que, apesar de assumir a posição ativa relativa ao

crédito, foi a que sofreu os pesados efeitos dos fatos que deram origem à relação obrigacional concreta.

Várias são as posições doutrinárias e jurisprudenciais sobre a responsabilidade objetiva do vendedor nos contratos eletrônicos. A responsabilidade objetiva é aquela que independe de culpa. Basta para tal que se verifique que não existem causas que excluem a responsabilidade do devedor.

As cautelas, segundo Gonçalves (2009. p.91), devem ser tomadas pelo anunciante e fornecedor dos produtos e serviços, como único responsável pelas informações veiculadas, pois o titular do estabelecimento eletrônico, onde é feito o anúncio, não responde pela regularidade deste nos casos em que atua apenas como veículo.

Do mesmo modo, não responde o provedor de acesso à internet, pois os serviços que presta são apenas instrumentais e não há condições técnicas de avaliar as informações nem o direito de interceptá-las e de obstar qualquer mensagem.

O mencionado acima confirma que a doutrina é majoritária em afirmar que é objetiva a responsabilidade do vendedor nos contratos celebrados via internet.

Assim, é o que também mostra alguns julgados.

COMPRA E VENDA PELA INTERNET. MERCADORIA NÃO ENTREGUE. DANO MATERIAL. FRAUDE QUANTO À VENDA DO PRODUTO. ILEGITIMIDADE AFASTADA. RESPONSABILIDADE DO INTERMEDIÁRIO POR MANTER EM SITE CADASTRO DE VENDEDORES CERTIFICADO, PASSANDO A IMAGEM DE QUE GARANTIA OS NEGÓCIOS POR ESTE REALIZADOS.

Embora atue a demandada Mercado Livre como mera intermediária de negócios, possibilitando aproximação entre compradores e vendedores que ali anunciam seus produtos, no caso concreto se verifica a culpa da intermediária por possibilitar a veiculação de selo de vendedor certificado em favor de estelionatário que, valendo-se de empresa inexistente, ali anunciava a venda de produtos. Sentença confirmada por seus próprios fundamentos. Recurso improvido. (Recurso Cível Nº 71000620278, Primeira Turma Recursal Cível, Turmas Recursais, Relator: Clovis Moacyr Mattana Ramos, Julgado em 24/03/2005).

Esse é um exemplo muito corriqueiro, a citar o Mercado Livre que serve como intermediário de vendedores no seu site, e muitos deles usam de má-fé e causam danos aos consumidores. Logo, mostra-se que a responsabilidade é do Mercado livre, haja vista que o mesmo tem o controle dos vendedores cadastrados no seu site para a realização de vendas.

Abaixo mais julgados que mostram a responsabilidade objetiva do vendedor nos contratos realizados através da internet.

DIREITO CIVIL. DIREITO DO CONSUMIDOR. EMPRESA PRESTADORA DE SERVIÇOS PELA INTERNET. RELAÇÃO DE CONSUMO. INTERMEDIÇÃO DE COMPRA E VENDA. AQUISIÇÃO DE PRODUTO POR MEIO DO SITE. DEPÓSITO EFETUADO. PRODUTO NÃO ENTREGUE. CULPA SOLIDÁRIA DE TERCEIRO. FALHA NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO. RESPONSABILIDADE OBJETIVA DA EMPRESA. DANO MATERIAL CARACTERIZADO. RECURSO IMPROVIDO.

1. DEMONSTRADO ESTÁ O DEFEITO NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO DO RECORRENTE, DIANTE DO FATO INCONTROVERSO DE O RECORRIDO NÃO TER RECEBIDO O PRODUTO ADQUIRIDO, NÃO OBSTANTE TER EFETUADO O DEPÓSITO BANCÁRIO DEVIDO, ALÉM DE TODAS AS TENTATIVAS E CONTATOS MANTIDOS COM O VENDEDOR DO PRODUTO E COM A RECORRENTE.

2. DIANTE DO CONJUNTO PROBATÓRIO E TENDO EM VISTA O PREJUÍZO MATERIAL SUPOSTO PELO RECORRIDO, NO IMPORTE DE R\$ 1.100,00, RELATIVO À AQUISIÇÃO FRUSTRADA DE UM PRODUTO ANUNCIADO PELA RECORRENTE, HÁ QUE SE RECONHECER A OCORRÊNCIA DO DANO E, SENDO OBJETIVA A RESPONSABILIDADE DO RECORRENTE, IMPÕE-SE O DEVER DE INDENIZAR.

DIREITO DO CONSUMIDOR - SÍTIO ESPECIALIZADO NA INTERMEDIÇÃO DE COMPRA E VENDA VIA INTERNET - CONTRATO CELEBRADO PELA INTERNET - MODALIDADE MERCADO PAGO - COLOCAÇÃO DE BEM À VENDA NO SÍTIO E RECEBIMENTO DE COMUNICADO DE DEPÓSITO NA CONTA DA VENDEDORA, COM A REMESSA DO BEM AO SUPOSTO COMPRADOR - INEXISTÊNCIA DE DEPÓSITO - ALEGAÇÃO DA CULPA DE TERCEIRO E INOBSERVÂNCIA DAS REGRAS DE SEGURANÇA - FRAUDE PERPETRADA POR TERCEIRO - DEFEITO DO SERVIÇO - RESPONSABILIDADE OBJETIVA - DANO MATERIAL - FALTA DE SEGURANÇA NAS TRANSAÇÕES EFETUADAS - CARACTERIZAÇÃO DE DEFICIÊNCIA NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO - REJEIÇÃO DAS PRELIMINARES DE INCOMPETÊNCIA ABSOLUTA, DE NULIDADE DA SENTENÇA POR CERCEAMENTO DE DEFESA E DE ILEGITIMIDADE PASSIVA. - RECURSO CONHECIDO E IMPROVIDO - SENTENÇA MANTIDA.

Nesse diapasão, observa-se que o consumidor, visto como o lado vulnerável das relações de consumo tem que usar de algumas cautelas na hora de efetuar a compra através do meio virtual. Deve observar se o site realmente é seguro. O PROCON aconselha também que se faça o pagamento na forma de cheque ou boleto bancário, ou o serviço de sedex a cobrar. A nota fiscal continua sendo essencial, devendo ser exigida. Recomenda-se evitar o uso do cartão de crédito, devendo, sim, vincular o pagamento à entrega do produto ou serviço. Isso se deve ao fato de ser um meio inseguro, como já fora mostrado em tópicos em que falam das pessoas que agem de má-fé para obter vantagens ilícitas.

DIREITO CIVIL. DIREITO DO CONSUMIDOR. EMPRESA PRESTADORA DE SERVIÇOS PELA INTERNET. RELAÇÃO DE CONSUMO. INTERMEDIÇÃO DE COMPRA E VENDA. AQUISIÇÃO DE PRODUTO POR MEIO DO SITE. DEPÓSITO EFETUADO. PRODUTO NÃO ENTREGUE. CULPA SOLIDÁRIA DE TERCEIRO. FALHA NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO. RESPONSABILIDADE OBJETIVA DA EMPRESA. DANO MATERIAL CARACTERIZADO. RECURSO IMPROVIDO.

1. DEMONSTRADO ESTÁ O DEFEITO NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO DO RECORRENTE, DIANTE DO FATO INCONTROVERSO DE O RECORRIDO NÃO TER RECEBIDO O PRODUTO ADQUIRIDO, NÃO OBSTANTE TER EFETUADO O DEPÓSITO BANCÁRIO DEVIDO, ALÉM DE TODAS AS TENTATIVAS E CONTATOS MANTIDOS COM O VENDEDOR DO PRODUTO E COM A RECORRENTE.

2. DIANTE DO CONJUNTO PROBATÓRIO E TENDO EM VISTA O PREJUÍZO MATERIAL SUPOSTO PELO RECORRIDO, NO IMPORTE DE R\$ 1.100,00, RELATIVO À AQUISIÇÃO FRUSTRADA DE UM PRODUTO ANUNCIADO PELA RECORRENTE, HÁ QUE SE RE CONHECER A OCORRÊNCIA DO DANO E, SENDO OBJETIVA A RESPONSABILIDADE DO RECORRENTE, IMPÕE-SE O DEVER DE INDENIZAR.

Considerando que o sistema de rede é mundial, as páginas hospedadas fora do Brasil seguem as normas estabelecidas em seu país de origem. O consumidor que tiver problemas ao comprar produtos em sites internacionais terá que resolvê-los diretamente com o fornecedor, porque, nesse caso, ele é o próprio importador.

Quanto mais informações o site prestar, melhor. Sendo assim, o consumidor deve ficar atento e solicitar todos os dados do produto que achar necessário para ter uma melhor ideia do que está comprando: especificação, marca, cor, embalagem, e tamanho disponível etc. As informações da empresa também precisam estar claras e, para maior segurança, o usuário pode imprimir a tela do site com os dados da compra. No recebimento da mercadoria, é necessário verificar se tudo está de acordo com o que foi pedido.

O doutrinador Gonçalves (2009, p.88) diz que no estágio atual, a obrigação do empresário brasileiro que dele se vale para vender os seus produtos e serviços, aos consumidores, é a mesma que o referido diploma atribui aos fornecedores em geral.

Entende-se assim, que a transação eletrônica realizada entre brasileiros está, assim, sujeita aos mesmos princípios e regras aplicáveis aos demais contratos aqui celebrados.

No sistema codificado, tanto a responsabilidade pelo fato do produto ou serviço como a oriunda do vício do produto são de natureza objetiva, prescindindo

do elemento culpa a obrigação de indenizar atribuída ao fornecedor. De maneira análoga, o vendedor de produto pela internet será também tido como o fornecedor, porque ele é quem estará pactuando a contrato com o consumidor virtual.

5 CONCLUSÃO

Reconhecendo a importância inerente ao direito contratual presente nas relações de consumo, teceu-se algumas ideias a respeito desta temática, não a fim de esgotar o tema, mas sim observá-la sob uma ótica interpretativa e de aplicações variadas do CDC e da legislação civil.

Com o surgimento da produção, comercialização e consumo em massa, observou-se a formação de uma nova sociedade de consumo, onde rápidas e complexas relações jurídicas passaram a orientar o fabrico e a oferta de bens, além da prestação de serviços. Surgiram novos modelos de contratos, com as partes contratantes atuando no anonimato, seja pela velocidade das comunicações, seja pela complexidade de nova forma de aquisição de bens. Daí surgiu a necessidade de intervenção do Estado para promover a defesa do consumidor, editando leis atuais e condizentes com o equilíbrio desejado nas relações fornecedor/consumidor.

A utilização da tecnologia vem aumentando cada vez mais e infiltrando-se em diversas áreas, criando novas formas de interação entre os indivíduos. Trata-se de um novo e variado fenômeno que age em inúmeras áreas, dentre elas o comércio, a realização de contratações, as quais fazem circular a riqueza através do mundo virtual.

A evolução tecnológica proporcionou também, aos integrantes do setor de serviços, novos conhecimentos, proporcionadores de excelente atualização e notória especialização, impulsionando um novo entendimento no caso, de que essa prestação de serviços possa gerar obrigações de resultado e não de meio, como outrora se propalava.

Os profissionais da atualidade dispõem de melhores condições técnicas para informar o consumidor e aquilatar as reais possibilidades de sucesso na empreitada. Porém, a utilização de instrumentos mais modernos e tecnológicos traz alguns problemas que devem ser estudados, de forma que não atente a garantia da satisfação pessoal dos usuários da rede, visto como consumidor.

O vendedor é visto como fornecedor dos produtos que comercializa, dessa forma, qualquer consumidor que seja lesado, ao adquirir um bem por meio do

contrato eletrônico, terá amparo legal para ajuizar uma ação cível diante do poder judiciário, de modo a requerer do vendedor o ressarcimento dos prejuízos sofridos.

Os contratos formados na Internet são contratos à distância e sendo assim, apresentam maiores problemas ao consumidor, principalmente no que tange à insegurança destas relações.

Com essa expansão da Internet, massificaram-se as contratações eletrônicas, sobretudo àquelas relações jurídicas que interagem, em partes contrapostas, o consumidor e o fornecedor, os quais se utilizam da internet para firmar acordos de vontade voltados ao consumo. São verdadeiras relações consumeristas, que inovam somente quanto à forma de estabelecer os contratos, ditos eletrônicos que não são novas espécies contratuais, novos tipos de contratos, pois são tradicionais quanto a sua natureza jurídica, mas estabelecidos em um universo não físico, em ambiente virtual.

O fato de essas compras terem sido realizadas em estabelecimentos virtuais, e não em estabelecimentos físicos como de costume, em nada altera os direitos garantidos aos consumidores pelo CDC, quando cabível, estando o comércio eletrônico de bens e serviços sujeitos a este diploma legal, aplicando-se, portanto, a estas relações todas as disposições contidas nesta legislação.

Ante a lacuna existente na legislação sobre os contratos eletrônicos e as relações de consumo na internet, é adequada a aplicação de toda a legislação vigente, posto que, conforme analisado, os contratos eletrônicos diferem-se dos tradicionais somente no que diz respeito à sua formação, que se dá em meio eletrônico. Porém, é inegável que esta falta de normalização específica causa um grande desconforto nestas contratações, uma vez que fica por conta da interpretação doutrinária e dos Tribunais a resolução de possíveis demandas envolvendo tais questões.

Assim, colocou em evidência que a atividade empresarial, além do objetivo imediato do lucro, tem o objetivo mediato do bem-estar social, e que, a par da obrigação principal de fornecer bens e serviços, envolve os deveres anexos de conduta ética.

Ao operador do direito compete acompanhar a evolução social e tecnológica para que, desta forma, busque a correta aplicação do direito às novas situações, seja interpretando uma lei já existente para aplicar-lhe a um novo instituto, ou ainda,

buscando novas soluções para estas mudanças sociais, adequando-se as necessidades que surgem no cotidiano.

No presente estudo buscou-se fazer passo a passo a análise da responsabilidade civil do vendedor nos contratos eletrônicos, de forma a mostrar que caso um internauta opte por realizar um contrato eletrônico, diante de qualquer evento que interrompa a tranquilidade da realização da compra, desde que prove não existir excludente de ilicitude, o vendedor será responsabilizado civilmente pelos danos que por ventura vier a sofrer o consumidor.

Tem-se, daí, que o direito não pode ficar alheio à evolução tecnológica, mas convir como mecanismo de fomento ao desenvolvimento das relações contratuais na internet.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Ronaldo Alves de. **Curso de direito do consumidor**. Barueri, São Paulo: Manole, 2006.

BARBAGALO, Érica Brandini. **Contratos eletrônicos**. São Paulo: Saraiva, 2007.

BERENGUER, Alexandre Vianna. **Os contratos eletrônicos como relação de consumo**. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=13164>>. Acesso em: 4 mar. 2010.

BRASIL. **Lei n. 8.078/90. Código de Proteção e Defesa do Consumidor**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm>. Acesso em: 06 mai. 2010.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal, 2010.

_____. **Lei n. 10.406/2002 Código Civil**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/2002/L10406.htm>. Acesso em: 6 mai. 2010.

CUNHA JUNIOR, Eurípedes Brito. **Os contratos eletrônicos e o novo código civil**. Disponível em: <<http://www.cjf.jus.br/revista/numero19/artigo7.pdf>>. Acesso em: 5 abr. 2010.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de direito civil brasileiro**. vol. 3: Teoria das obrigações contratuais e extracontratuais. São Paulo: Saraiva, 2010.

FERREIRA, Deusimar Pires. **A inversão do ônus da prova no Código de Defesa do Consumidor e sua aplicação nas ações revisionais dos contratos bancários**. Trabalho de Conclusão de Curso. Centro de Ciências Jurídicas e Sociais. Universidade Federal de Campina Grande. Sousa, 2008.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direitos do Consumidor**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GAGLIANO, Pablo Stolze. Rodolfo Pamplona Filho. **Novo curso de direito civil, volume IV: contratos, tomo1: teoria geral**. 4.ed.e atual. São Paulo: Saraiva, 2009.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito civil brasileiro**. V. IV: Responsabilidade Civil. São Paulo: Saraiva, 2009.

LEAL, Sheila do Rocio Cercal Santos. **Contratos Eletrônicos: Validade Jurídica dos Contratos via Internet**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LEITE, Roberto Basilone. **Introdução ao direito do consumidor: os direitos do consumidor e a aplicação do código de defesa do consumidor**. São Paulo: LTr, 2008.

LISBOA, Roberto Senise. **Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo**. 2.ed. rev. e atual. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2006.

MATTOS, Analice Castor de. **Aspectos Relevantes dos Contratos de Consumo Eletrônicos**. Curitiba: Juruá, 2009.

SÁ, Diana Maria Cavalcante de. **A função social do contrato na efetivação da justiça contratual**. Trabalho de Conclusão de Curso. Centro de Ciências Jurídicas e Sociais. Universidade Federal de Campina Grande. Sousa, 2008.

SANTOS, Manoel J. Pereira dos. **Contratos Eletrônicos**. In: ROVER, Aires José (Org.) **Direito, sociedade e informática: limites e perspectivas da vida digital**. Florianópolis: Boiteux, 2010.

SOUZA, Vinicius Roberto Prioli de. **Contratos eletrônicos e validade da assinatura digital**. Curitiba: Juruá, 2009.

VASCONCELOS, Fernando Antônio de. **Responsabilidade do profissional liberal nas relações de consumo**. Curitiba: Juruá, 2008.