



B1

ISSN: 2595-1661

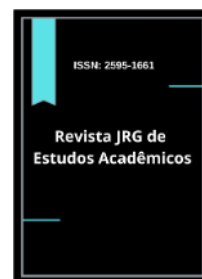
ARTIGO

Listas de conteúdos disponíveis em [Portal de Periódicos CAPES](https://portaldeperiodicos.capes.gov.br/)

Revista JRG de Estudos Acadêmicos

Página da revista:

<https://revistajrg.com/index.php/jrg>



Garantias Jurídicas Consumeristas nos Contratos de Compra e Venda pela Internet no Brasil

Consumer Protection Legal Guarantees in Online Purchase and Sale Contracts in Brazil

DOI: 10.55892/jrg.v8i18.2342

ARK: 57118/JRG.v8i18.2342

Recebido: 25/07/2025 | Aceito: 31/07/2025 | Publicado on-line: 01/08/2025

Luiz Armando Cedro Vilas Boas Neto¹

<https://orcid.org/0009-0007-0944-0108>

<http://lattes.cnpq.br/1061551585969049>

LNVB, BA, Brasil

E-mail: luizvilasboasnt@hotmail.com



Resumo

O presente artigo analisa as especificidades dos contratos eletrônicos consumeristas no contexto jurídico brasileiro, destacando sua formação, características e distinções em relação aos contratos físicos, sem desconsiderar as similitudes entre ambos. A pesquisa adota uma abordagem qualitativa, de caráter exploratório e documental, fundamentada na análise da legislação vigente, doutrina especializada e jurisprudência correlata. São examinados os mecanismos de verificação da legitimidade e titularidade das partes contratantes, bem como os meios de prova admitidos nesse tipo de relação contratual. Discute-se ainda a definição do foro competente para dirimir conflitos e as garantias legais previstas na legislação brasileira aplicáveis às relações de consumo online. Conclui-se que, embora os contratos eletrônicos apresentem peculiaridades decorrentes do ambiente virtual, a legislação brasileira oferece instrumentos eficazes para assegurar a proteção do consumidor e a segurança jurídica dessas transações.

Palavras-chave: Compra e venda. Contrato eletrônico. Internet.

Abstract

This article analyzes the specificities of consumer electronic contracts within the Brazilian legal context, highlighting their formation, characteristics, and distinctions in relation to traditional physical contracts, while also addressing their similarities. The research adopts a qualitative, exploratory, and documentary approach, based on the analysis of current legislation, specialized legal doctrine, and relevant case law. It examines the mechanisms for verifying the legitimacy and identity of the contracting parties, as well as the types of evidence admissible in this contractual modality.

¹ Graduado em Direito pela Faculdade Jorge Amado e Especialista em Direito Imobiliário pela Faculdade CERS.

Furthermore, it discusses the criteria for determining the competent jurisdiction to resolve disputes and the legal guarantees provided by Brazilian legislation applicable to online consumer relations. The study concludes that, although electronic contracts present particularities inherent to the virtual environment, Brazilian law provides effective instruments to ensure consumer protection and the legal security of such transactions.

Keywords: *Purchase and Sale. Electronic Contract. Internet.*

1. Introdução

Este artigo foi desenvolvido durante o meu trabalho de conclusão de curso em Direito, da Faculdade Jorge Amado, Bahia, no ano de 2012. Compreende assim, a interpretação existente até aquela data, nesse sentido o leitor deve considerar a leitura enquanto um instrumento bibliográfico de caráter histórico, mas nem por isso menos importante.

O tema abordado na pesquisa são as garantias dadas pela legislação brasileira com relação à celebração de contrato de compra e venda pela internet. Refere-se à grande necessidade, tanto de pessoas físicas quanto pessoas jurídicas, de realizar negócios jurídicos pela rede mundial de computadores. Paralelo a essa necessidade identifica-se a atuação que o Direito tem exercido sobre esse tema.

Com a grande difusão da internet, nos tempos modernos, é muito mais vantajoso comprar um produto nas lojas eletrônicas do que se deslocar para uma loja física e efetuar compras do mesmo produto, da mesma natureza. Isso em decorrência da dificuldade de se deslocar nos grandes centros urbanos.

A sociedade está em uma nova era, a da tecnologia e rapidez de informação. Por isso, a importante questão da adaptação do mundo jurídico a essas inovações vem à tona para orientar tamanho dinamismo tecnológico.

Vale ressaltar que será tratado, na presente pesquisa, uma modalidade de negócio chamada “contratos eletrônicos”, que nada mais é do que uma forma de contrato como as outras, porém celebrado por intermédio de computadores, celulares e etc. Esse tipo de tratado é também regido pelo novo Código Civil brasileiro e pelo Código de Defesa do Consumidor (quando presentes as suas características).

A despeito dos pontos a serem citados, aponta-se quais são as formas que a legislação brasileira trata sobre o assunto dos contratos de compra e venda eletrônicos. Entre os questionamentos tem-se: como ocorre a constatação tanto da titularidade quanto da legitimidade nos contratos eletrônicos? Qual o Foro competente para julgar tal ação? Como a legislação consumerista brasileira se porta diante de casos em que a internet é o meio que une os contratantes?

A metodologia ora utilizada será o estudo da doutrina relacionada à dogmática contratual, sobre as finalidades e seletividade do Direito contratual. Serão feitos estudos sobre a concepção que os doutrinadores e a jurisprudência têm sobre as garantias dadas pela legislação brasileira aos contratos de compra e venda consumerista por meio da internet. Quanto à dogmática contratual pretende-se ainda estudar as especificidades do contrato eletrônico.

Pela grande difusão dos contratos eletrônicos em meio ao mercado consumidor, tem-se como fundamental, o estudo acerca dos impactos que esse tipo de comércio irá implicar no âmbito dos direitos dos consumidores. Desse modo, as garantias dadas pela legislação brasileira acerca dos contratos de compra e venda consumerista será o objeto norteador o presente artigo.

A importância do tema tratado em questão vem da discussão sobre a necessidade ou não de criação de normas que regulamentem os contratos de compra e venda consumeristas pela internet.

2. Metodologia

A pesquisa foi desenvolvida por meio de uma abordagem qualitativa, de caráter exploratório e documental. Segundo Gil (2008), a pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, tornando-o mais explícito e possibilitando a construção de hipóteses ou o aprimoramento de ideias. Para tanto, realizou-se a análise de legislação brasileira aplicável aos contratos eletrônicos consumeristas, bem como de doutrinas e jurisprudências que tratam do tema. O estudo documental possibilitou a compreensão das garantias jurídicas previstas e dos critérios legais para a celebração, validade e resolução de conflitos oriundos desses contratos, permitindo uma discussão fundamentada acerca da proteção do consumidor nas transações online. Importante aqui salientar que o recorte temporal desta pesquisa abrange até o ano de 2012.

3. Contrato de Compra e Venda

Antes de adentrar o mérito das especificidades dos contratos, é de fundamental importância perceber suas generalidades e características apontando os requisitos de validade que englobam todo tipo de contrato, seja ele virtual, físico ou apenas verbal/gestual e sem nenhum tipo de formalidade.

O contrato, por necessitar da multilateralidade e do acordo volitivo, é um instrumento que serve como meio para que as partes exerçam a sua relativa autonomia de vontade para ver concretizado um negócio.

3.1 Definição

O contrato de compra e venda é um dos tratados de circulação de bens mais usados em nossa sociedade atual.

Segundo Orlando Gomes “compra e venda é o contrato pelo qual umas das partes se obriga a transferir a propriedade de uma coisa à outra, recebendo, em contraprestação, determinada soma de dinheiro...”². Acerca da definição ora estudada, o artigo 481 do Código Civil norteia o referido conceito³.

Desse modo, o real objetivo do contrato de compra e venda, para uma das partes, é a troca de determinado bem por um valor em dinheiro, e pela outra parte do negócio, é assumir a propriedade de determinado bem, pagando em contraprestação um determinado valor em dinheiro.

É pacífico entre os doutrinadores brasileiros que “o contrato de compra e venda é um contrato bilateral, simplesmente consensual, oneroso, comutativo ou aleatório, de execução instantânea, ou diferida”⁴.

É bilateral devido à reciprocidade de vontades que deve haver entre as partes para que o referido contrato se inicie, gerando assim obrigações recíprocas entre os contratantes. Desse modo, a bilateralidade nasce com a obrigação de cada parte do contrato a cumprir o acordado entre eles.

² Orlando Gomes, *Contratos*, Atualização e notas de Humberto Theodoro Júnior. 24 ed. Rio de Janeiro: Editora forense, 2001. pág. 221.

³ Art. 481. Pelo contrato de compra e venda, um dos contratantes se obriga a transferir o domínio de certa coisa, e o outro, a pagar-lhe certo preço em dinheiro.

⁴ Orlando Gomes, *Contratos*, Atualização e notas de Humberto Theodoro Júnior. 24 ed. Rio de Janeiro: Editora forense, 2001. pág. 222.

O contrato de compra e venda é simplesmente consensual pois basta apenas da vontade dos contratantes para que ele se inicie. Não é necessária a tradição para que o contrato se torne perfeito, basta apenas o consenso entre as partes.

Tal contrato tem como característica a onerosidade, pois comprador e vendedor tem em suas atitudes o desfazimento de um bem visando outro.

Outra característica importante é a comutatividade, pois, de pronto, antes que ele seja extinto, as partes podem antever as suas perdas e seus ganhos, tendo por certas todas as prestações que as partes convencionarem. Porém, poderá se tornar aleatório quando o contrato versar sobre coisas futuras e inexistentes, ou ainda coisas que existam, porém correm risco de perecerem.

Assim, o contrato de compra e venda deve ter três elementos que são imprescindíveis à sua existência: o preço; a coisa; e o consentimento.

3.2 Proposta

É cediço que o contrato é o objeto final, alcançado através da manifestação de vontades dos indivíduos contratantes. Essa manifestação de vontade é externada através do ato da proposta e da aceitação das partes contratantes.

A proposta caracteriza-se pela exteriorização da vontade de uma das partes do futuro contrato, dirigida à outra parte, a fim de que essa segunda aceite os seus termos contratuais e só assim, convencionarem o tratado. Desse modo, a proposta “é uma declaração receptícia de vontade, dirigida por uma pessoa à outra (com quem pretende celebrar um contrato), por força da qual a primeira manifesta a sua intenção de se considerar vinculada, se a outra parte aceitar”⁵.

Também conhecida por oferta, a proposta é o ato inicial para se chegar até a celebração de um contrato, tendo, por sua vez, a natureza de declaração de vontade definitiva. Acarreta, portanto, a obrigatoriedade do proponente em cumprir minuciosamente com a sua oferta. Caso contrário, o peticitante deverá arcar com todas as perdas em que o oblato incidir, por conta da sua desistência, já que, na expectativa de uma contratação iminente, o aceitante poderá ter despesas para se preparar para o negócio jurídico que está por vir ou poderá recusar/liquidar contratos posteriores. Em outras palavras, “Cuida-se, no caso, do denominado princípio da vinculação ou da obrigatoriedade da proposta, diretriz normativa umbilicalmente ligada ao dogma da segurança jurídica”.⁶

Devido à importância que a oferta carrega a mesma deve conter elementos necessários para o desenrolar do contrato que está nascendo. Como exemplos, pode-se citar o preço da coisa; quantidade; descrição; tempo de entrega, etc.

3.2.1 Exceções à obrigatoriedade da proposta

Legalmente, o proponente deve se vincular à sua proposta, estando impossibilitado de trilhar caminho diverso daquele em que se propôs a fazer em sua oferta. Porém, a lei também aponta exceções em que o peticitante tem a possibilidade de não cumprir à risca com a sua oferta inicial conforme preceitua o artigo 427⁷ do Código Civil.

⁵ Carlos Roberto Gonçalves, *Direito Civil Brasileiro, contratos e atos unilaterais*. 8 ed. São Paulo: Saraiva, 2011. Vol. 3. pág. 75.

⁶ Pablo Stolze Gagliano e Rodolfo Pamplona Filho. *Novo Curso de Direito Civil, Contratos: Teoria Geral*. 5 ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2009, vol. 4. pág. 93.

⁷ Art. 427. A proposta de contrato obriga o proponente, se o contrário não resultar dos termos dela, da natureza do negócio, ou das circunstâncias do caso.

O primeiro caso é se *contiver cláusula expressa a respeito*. Ocorre quando o ofertante aponta que se reserva ao direito de modificar ou retirar a oferta que foi feita, modificando ou arrependendo-se do negócio. Nesse caso, no momento da proposta, o solicitante informa ao oblato que aquela oferta poderá ser modificada ou extinta, após prévia avaliação de ambas as partes. Sendo assim, ocorrendo a convenção entre as partes de tal cláusula, esta torna-se perfeitamente possível, à luz do ordenamento jurídico brasileiro.

O segundo caso é se *o contrário resultar a natureza do negócio*. Está desobrigado o ofertante que, por conta da natureza do contrato, está impossibilitado de cumprir com a sua proposta. A título exemplificativo, pode-se dizer que: um moto-taxista, que tem em sua moto uma placa ofertando o seu serviço, porém está com um passageiro no momento em que outro cliente solicita os seus serviços.

A terceira hipótese é se *o contrário resultar das circunstâncias do caso*. Nesse ponto, existe conflito entre doutrinadores. Pablo Stolze e Pamplona Filho⁸, atribuem a circunstância do ponto ora trabalhado como uma questão “*ope iudice*”, indicando que, o juiz deverá avaliar cada caso, e, de acordo com o seu entendimento, debruçado no princípio da razoabilidade, decidir de acordo com o caso específico. Já Carlos Roberto Gonçalves⁹ e Cristiano Chaves e Nelson Rosenvald¹⁰, concordam em tratar desse ponto como uma questão “*ope legis*”, indicado que, o art. 428 do CC e seus incisos prelecionam as hipóteses em que a proposta deixa de ser obrigatória.

A hipótese está prevista no inciso I do art. 428 do CC, indica que, se a proposta foi feita para pessoa presente, sem estipular prazo para resposta e o oblato não respondeu àquela proposta indevidamente, a mesma não mais estará em vigor, logo, o solicitante não estará obrigado a cumprir com a oferta.

O inciso II informa que se a proposta foi “feita sem prazo a pessoa ausente, tenha decorrido tempo suficiente para chegar à resposta ao conhecimento do proponente...”. Este estaria desobrigado a cumprir com o quanto exposto na oferta. Por exemplo, João envia uma proposta pelo correio para Pedro, se se passar tempo suficiente para que Pedro receba a correspondência e a responda, e João não receber a resposta, este estará desobrigado do quanto estipulado na proposta.

A hipótese prevista no inciso III informa sobre a estipulação do prazo para que o oblato responda à oferta, e se esse não o fez no tempo devido.

O inciso IV permite ao ofertante a retratação da proposta feita, mesmo sem nada constar sobre a retratação na proposta, porém a retratação deve chegar ao conhecimento do oblato antes ou ao mesmo tempo da oferta.

3.2.2 Diferença entre ausentes e presentes

O Código Civil brasileiro estipulou a classificação, quanto à negociação com ausentes e com presentes. O primeiro ponto a se destacar acerca desse assunto é se existe a comunicação simultânea entre as partes, ou seja, se ofertante e oblato estão negociando e se comunicando ao mesmo tempo. Caso essa comunicação simultânea exista, as partes estão presentes, caso contrário, as partes estão ausentes. Não precisa haver, necessariamente, presença física entre as partes. Sobre o assunto, lecionam Cristiano Chaves de Farias e Nelson Rosenvald:

⁸ Pablo Stolze Gagliano e Rodolfo Pamplona Filho. *Novo Curso de Direito Civil, Contratos: Teoria Geral*. 5 ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2009, vol. 4. pág. 93.

⁹ Carlos Roberto Gonçalves, *Direito Civil Brasileiro, contratos e atos unilaterais*. 8 ed. São Paulo: Saraiva, 2011. Vol. 3. pág. 75.

¹⁰ Cristiano Chaves de Farias e Nelson Rosenvald, *Direito dos Contratos*, Rio de Janeiro: Lumem juris, 2011. pág. 66.

A proposta à pessoa presente é aquela em que existem plenas condições materiais de imediata resposta pelo aceitante ao proponente. Dispensa-se, todavia, a presença física das partes, basta a interlocução. Destarte, o conceito jurídico de pessoa presente é uma simulação. Assim não há a necessidade de um encontro “*face a face*”. Quando o inciso I dispõe sobre “*meio de comunicação semelhante*” ao telefone, exprime a presença da aceitação pela internet e outros meios de comunicação em tempo real.¹¹

Desse modo, sendo a proposta feita por telefone, chat de mensagens, Skype, ou qualquer outro meio em que seja possível às partes se comunicarem imediatamente e simultaneamente, será considerado, à luz da legislação civil brasileira, como presentes. Porém, se essa comunicação ocorrer por cartas, telegramas, e-mail ou qualquer outro tipo de meio de comunicação em que não seja viável a troca de informações ao mesmo tempo entre as partes, considerar-se-ão ausentes.

3.3 Aceitação

A aceitação constitui-se do ato em que o destinatário da proposta expressa a sua intenção de contratar com o ofertante. Desse modo, curial asseverar que a aceitação por parte do oblato, dá a vida ao negócio jurídico que estava para ser consumado, constituindo assim, uma nova relação obrigacional entre os contratantes, portanto:

Aceitação ou oblação é a concordância com os termos da proposta. É manifestação de vontade imprescindível para que se repute concluído o contrato, pois somente quando o oblato se converte em aceitante e faz aderir a sua vontade à do proponente, a oferta se transforma em contrato.¹²

Importante frisar que, para que a aceitação seja pura e simples, ela deve ocorrer de um modo em que o aceitante acolha todos os termos da proposta, não podendo refutar nenhum ponto da oferta inicial. Ponto interessante acerca do tema é que, segundo a maior parte da doutrina brasileira, em ocorrendo ressalvas na aceitação da proposta, refutando ou afastando alguma das cláusulas apresentadas pelo ofertante, a resposta do oblato não mais será a aceitação, e sim, terá natureza de uma nova proposta ou contraproposta.

O ordenamento jurídico pátrio estabelece que existem duas possibilidades em que o oblato pode exercer a aceitação: *a aceitação expressa e a aceitação tácita*. A primeira é decorrente da manifestação do aceitante por meio físico, gestual, verbal, etc., de maneira que o oblato, expressamente declara a sua vontade em aderir à proposta. Já a aceitação tácita ocorre quando o oblato se mantém inerte no que respeita à aceitação de fato, porém age de maneira com que a sua conduta exteriorize o seu consentimento.

Duas são as formas da aceitação tácita admitidas no Código Civil de 2002, previstas art. 432: I- se o negócio for aquele em que não seja costume a aceitação expressa; II- ou quando o proponente a tiver dispensado. O primeiro caso, diz respeito às hipóteses em que comumente, inexistente a prática da aceitação expressa, desse modo é lícita a aceitação tácita. O segundo caso caracteriza-se com a dispensa do

¹¹ Cristiano Chaves de Farias e Nelson Rosendal, *Direito dos Contratos*, Rio de Janeiro: Lumem juris, 2011. pág. 68.

¹² Carlos Roberto Gonçalves, *Direito Civil Brasileiro, contratos e atos unilaterais*. 8 ed. São Paulo: Saraiva, 2011. Vol. 3. pág. 80.

aceite expresso por parte do ofertante, de modo que, em matéria da aceitação, basta o oblato não tomar atitudes referentes à negativa da proposta.

3.3.1 Da força vinculante da aceitação

Dispõe ainda o Código Civil de duas possibilidades em que a aceitação não se encontra com a força vinculante que lhe é peculiar, ou seja, ainda existindo a aceitação, o contrato não tem força à luz do Direito.

A primeira parte do art. 430 do CC dispõe sobre a possibilidade da aceitação, embora tenha sido respondida dentro do prazo, por motivo inerente à ambas as partes, só chegou ao conhecimento do proponente após o transcurso do prazo para a resposta do oblato. Nesse caso, a aceitação não tem força vinculante, logo, inexistente o contrato. Não obstante, caso o proponente tenha firmado contrato com terceiro, e só depois do contrato firmado a aceitação do oblato tenha chegado ao seu conhecimento, o ofertante tem o dever de comunicar ao oblato acerca do ocorrido, sob pena de se responsabilizar pelas perdas e danos sofridos pelo aceitante.

Por exemplo: João, por meio de carta, propõe negócio a Pedro. Este por sua vez, também por meio de carta, responde positivamente a João dentro do prazo estipulado pelo ofertante. Ocorre que a carta enviada por Pedro a João demorou 2 (dois) meses para chegar à casa de João (portanto, fora do prazo para a resposta do aceitante), por conta de uma greve nos correios, e nesse meio tempo, João já havia contratado o mesmo objeto que ofereceu a Pedro para um terceiro. Nesse caso, João tem o dever de avisar a Pedro que a sua resposta só chegou ao seu conhecimento naquela data, e que objeto que lhe foi oferecido já foi contratado com um terceiro. Caso João não tome essa atitude, poderá ser responsável por possíveis perdas e danos que atingirem a Pedro por conta do negócio em comento.

Em outras linhas, o art. 433 do CC dispõe que se antes da aceitação, ou simultânea a ela chegar a retratação do oblato, despir-se-á, a aceitação, de força vinculante. Nesse diapasão, cuidou o legislador em dar igual tratamento ao aceitante e ao proponente, de modo que, em ambos os casos existe o direito de arrependimento, porém com a ressalva de que a retratação chegue antes, ou ao mesmo tempo da aceitação, para que a resposta à proposta não venha carregada de força vinculante.

3.4 Momento da conclusão

Como já tratado no ponto 1.2.2 do presente estudo, é de suma importância a distinção entre os contratantes quando ausentes e quando presentes. Principalmente se o assunto em comento for o momento em que o contrato, que estava sob tratativa, foi concluído.

Importante se faz a possibilidade em determinar em que tempo deve-se caracterizar o contrato como um tratado concluído, pois, a partir desse momento, é que as partes contratantes se obrigam entre si e se dispõem a executar o negócio, sob pena em responderem pelas perdas e danos que ocasionalmente causarem.

Nos contratos entre presentes, a determinação do momento em que o contrato se torna concluído se faz com a resposta do oblato quanto à proposta do ofertante, haja vista que as partes estão interagindo simultaneamente. A partir do momento em que o oblato aceita a proposta, inicia-se a reciprocidade de obrigações *inter partes*.

Mister se faz uma discussão mais prolongada quanto aos contratos entre ausentes, haja vista que suas tratativas são feitas por correspondência epistolar ou outros tipos de mensagens não-instantâneas e/ou simultâneas. Não obstante, no que respeita aos contratos celebrados *inter absentes*, o tempo em que o tratado se torna

formado é também o momento da aceitação do oblato¹³. Ocorre que, pelo fato das duas partes não estarem se comunicando instantaneamente, leva um tempo para que a oferta chegue ao conhecimento do oblato e a aceitação chegue ao conhecimento do polícitante, logo, é totalmente pertinente o estudo acerca desse tema. Existem duas teorias que orbitam em torno do assunto.

A teoria da *cognição* informa que está concluído o contrato no momento em que o proponente toma conhecimento da resposta do aceitante. Não basta que a resposta chegue em mão do proponente por meio de correspondência, ele tem que abri-la e tomar conhecimento da mesma. A partir desse momento está concluído o contrato¹⁴.

A teoria da *agnição* é formada por três subteorias. A teoria da declaração propriamente dita; a teoria da expedição; e a teoria da recepção¹⁵.

Para a primeira das subteorias, considera-se o momento da conclusão do contrato coincidente com o momento em que o aceitante redigiu ou digitou a sua resposta, ou seja, no momento em que o aceitante externou a sua vontade fisicamente, mesmo sem ter alcançado ao conhecimento do proponente, essa teoria entende que o contrato fez-se concluído¹⁶.

A teoria da expedição aponta como o momento da conclusão do contrato, aquele em que o oblato expediu a sua resposta ao polícitante, ou seja, o aceitante redigiu a sua resposta e a enviou ao ofertante, o momento do envio, segundo essa teoria, corresponde ao tempo em que se concluiu o contrato¹⁷.

A teoria da recepção considera o momento da conclusão do contrato coincidente com o momento em que a resposta do oblato chega às mãos do proponente. Diferencia-se da teoria da cognição, pois, no que respeita a teoria da recepção, a resposta do aceitante basta chegar nas mãos do ofertante, já na teoria da cognição, além da resposta chegar às mãos do ofertante, o mesmo tem que ter a ciência do teor da resposta, abrindo-a e lendo-a¹⁸.

A teoria da expedição é expressamente acolhida no Código Civil de 2002. Tendo em vista que o próprio dispositivo legal, em seu art. 434 a introduziu ao apontar que “os contratos entre ausentes tornam-se perfeitos desde que a aceitação é expedida”. Ocorre que, o mesmo artigo em seus incisos I; II; III, (que tratam das exceções à regra de que o aperfeiçoamento do contrato se dá com a expedição da resposta) acabam descaracterizando a teoria da expedição. Em relação ao tema, leciona Carlos Roberto Gonçalves:

Na realidade, recusando efeito à expedição se tiver havido retratação oportuna, ou se a resposta não chegar ao conhecimento do proponente no prazo, desfigurou ele a teoria da expedição. Ora, se sempre é permitida a retratação antes de a resposta chegar às mão do proponente, e se, ainda, não se reputava concluído o contrato na hipótese de a resposta não chegar

¹³ Carlos Roberto Gonçalves, *Direito Civil Brasileiro, contratos e atos unilaterais*. 8 ed. São Paulo: Saraiva, 2011. Vol. 3. pág. 80.

¹⁴ Pablo Stolze Gagliano e Rodolfo Pamplona Filho. *Novo Curso de Direito Civil, Contratos: Teoria Geral*. 5 ed. São Paulo: Editora saraiva, 2009, vol. 4., pág. 100.

¹⁵ Carlos Roberto Gonçalves, *Direito Civil Brasileiro, contratos e atos unilaterais*. 8 ed. São Paulo: Saraiva, 2011. Vol. 3. pág. 81.

¹⁶ *Idem*, pág. 81.

¹⁷ *Idem*, pág. 81.

¹⁸ Carlos Roberto Gonçalves, *Direito Civil Brasileiro, contratos e atos unilaterais*. 8 ed. São Paulo: Saraiva, 2011. Vol. 3. pág. 81.

no prazo convencionado, na realidade o referido diploma filiou-se à teoria da recepção e não à da expedição.¹⁹

3.5 Local da conclusão

Quanto à celebração do contrato, pertinente se faz o fomento à discussão acerca do local da sua conclusão. Tal pertinência encontra amparo nos momentos em que será decidida a competência do foro, em que eventuais lides provenientes dos negócios jurídicos serão dirimidas (obviamente, se tal competência não estiver expressamente em contrato).

Segundo o art. 435 do Código Civil, o contrato reputa-se celebrado no lugar em que foi proposto. Desse modo, inexistindo cláusula que determine um foro competente, ou for necessária a análise, por parte do magistrado, quanto aos usos e costumes do local onde o negócio fora pactuado, ou inexistir dispositivo específico (como o Código de Defesa do Consumidor²⁰, ou casos em que envolva compra e venda de bens imóveis²¹), far-se-á imprescindível a análise ao aludido dispositivo legal.

Por outro ponto, no entender de Ronaldo Alves de Andrade “o regramento do dispositivo citado apresenta-se incoerente com a teoria da expedição no tocante à formação do contrato, uma vez que se o contrato é formado com a expedição da aceitação, logicamente no lugar desta é que se formou e não naquele onde foi proposto”²².

4. Compra e Venda Virtual

Aplicadas as considerações sobre o contrato de compra e venda, necessário se faz a tratativa sobre o comércio eletrônico sendo uma modalidade específica de contrato. São esses os contratos celebrados por meio virtual ou eletrônico. Apontando ainda, as implicações dos contratos eletrônicos na esfera consumerista.

4.1 Noções introdutórias

O comércio eletrônico tem natureza de atividade mercantil por via virtual, ou seja, o ato de vender e comprar produtos e/ou prestação de serviços provenientes de ambiente e estabelecimento virtual. Nesse diapasão indispensável se faz a contextualização dada ao tema por Fábio Ulhôa Coelho, a saber:

Comércio eletrônico é a venda de produtos (virtuais ou físicos) ou a prestação de serviços realizadas em estabelecimento virtual. A oferta e o contrato são feitos por transmissão e recepção eletrônica de dados. O comércio eletrônico pode realizar-se por meio da rede mundial de computadores (comércio internetenático) ou fora dela.²³

Do conceito supratranscrito, pode-se concluir por analogia alguns conceitos importantes sobre comércio eletrônico e suas vertentes.

¹⁹ *Idem*, pág. 84.

²⁰ Art. 101 - Na ação de responsabilidade civil do fornecedor de produtos e serviços, sem prejuízo do disposto nos Capítulos I e II deste Título, serão observadas as seguintes normas:

I - a ação pode ser proposta no domicílio do autor;

²¹ Art. 95 - Nas ações fundadas em direito real sobre imóveis é competente o foro da situação da coisa. Pode o autor, entretanto, optar pelo foro do domicílio ou de eleição, não recaiando o litígio sobre direito de propriedade, vizinhança, servidão, posse, divisão e demarcação de terras e nunciação de obra nova.

²² Ronaldo Alves de Andrade, *Contrato Eletrônico*. 4. Ed. São Paulo: Editora Manole, 2004. vol. 1. pág. 47.

²³ Fábio Ulhôa Coelho, *Curso de Direito Comercial*. 6. ed. São Paulo: Saraiva 2006. vol. 3. pág. 48.

Em primeiro plano pode-se analisar uma característica presente no comércio eletrônico, que é a não obrigatoriedade de o produto ter uma natureza virtual ou especificamente subjetiva, ou seja, independe da essência do produto, se ele for acordado nas dependências da realidade virtual, o comércio é eletrônico.

A partir daí conclui-se que o fator preponderante para a caracterização do comércio eletrônico é o ambiente (se virtual ou físico) que a transação foi feita, e não o produto em si. Independente se o produto for físico ou virtual, o que faz diferença é onde a transação comercial foi feita.

Outro fator preponderante que se pode concluir diante do conceito de contratos eletrônicos é a não singularidade de meios e ambientes para a caracterização do tipo de comércio ora estudado, ou seja, o comércio eletrônico faz-se presente não só em transações comerciais por meio da internet, caracteriza-se também por transações feitas via aparelho de comunicação à distância, transações feitas por celular ou telefone, entre outros.

O acesso, no comércio eletrônico, é de fundamental importância. Deverá ser entendido no sentido literal da palavra, ou seja, a importância de como o consumidor irá chegar ao local onde efetuará a compra do produto ou da prestação de serviço. A imaterialidade, nesse ponto, é determinante para identificar o caráter (se virtual ou físico) que o negócio se revestirá.

Para tanto, basta que se faça a seguinte distinção: se o acesso do futuro consumidor até o empresário que lhe oferecerá o produto, se faz por meio de deslocamento ou movimentação geográfica, o acesso é físico; se por outro lado, o acesso do futuro consumidor até o empresário que oferecerá o produto se faz por meio eletrônico, tomando como ambiente de aproximação dos agentes a transmissão de dados, o acesso será por meio virtual. Acerca do assunto, pode-se apontar os ensinamentos doutrinários mais presentes²⁴.

Em razão do quanto exposto, vale a pena chamar a atenção para o ponto comercial do estabelecimento, já que é um aspecto tão importante no mundo comercial. O ponto é elemento muito comum no comércio físico, porém inexistente no virtual. Importante se faz o esclarecimento de que, mesmo sendo por um meio de comércio eletrônico e sendo o ponto empresarial um ambiente virtual, o empresário desse ramo não deixa de ser empresário, por conta dessa diferença material ou imaterial, física ou virtual, debruçando-se sobre o mesmo as legalidades da atividade.

Porém vale ressaltar que a imaterialidade é preponderante não ao ponto ou estabelecimento virtual, ou aos bens que o compõe, mas sim diz respeito à acessibilidade do local onde será feita a compra e venda.

Levando em consideração o grande número de produtos disponibilizados virtualmente (tanto com auxílio da internet, quanto do telefone ou televisão), toda vez que um consumidor se utiliza desse meio virtual para adquirir um produto, está celebrando um contrato por via eletrônica. A especificidade do contrato eletrônico não o exime de sua natureza contratual, em respeito ao que já foi apontado anteriormente²⁵.

Os contratos eletrônicos se fazem por meio de transmissão eletrônica de dados. Acerca disso, necessário se faz o ato de conceituar a transmissão eletrônica:

²⁴Fábio Ulhôa Coelho, *Curso de Direito Comercial*. 6. ed. São Paulo: Saraiva 2006. vol. 3. pág. 50.

²⁵Fábio Ulhôa Coelho, *Curso de Direito Comercial*. 6. ed. São Paulo: Saraiva 2006. vol. 3. pág. 51.

É o intercâmbio eletrônico de dados, é a possibilidade de transferência de informações de um computador para outro, através de uma rede de comunicações; pode ser usada em redes locais ou remotas, privadas (intrarede) ou públicas (rede pública de telecomunicações)²⁶.

Diante disso, pode-se levar em conta que o negócio jurídico é feito através de transmissão de dados e informações virtuais que chegam do aparelho de quem propõe que o negócio seja feito, para o aparelho de quem aceita a proposta. Desse modo é a relação existente entre vendedor e comprador e contratante e contratado no comércio e contrato eletrônico, negociando assim os termos e cláusulas contratuais, quando assim for estipulado, e manifestando as suas vontades.

4.2 Da titularidade e legitimidade

Assim como os contratos celebrados por meio físico, os contratos concebidos no âmbito virtual também necessitam de especificações e qualificação quanto às partes contratantes e quanto ao seu objeto.

Desse modo, imperial se faz a necessidade em atribuir respaldo às informações contidas nessa categoria de contratos. Afinal, é difícil a constatação da veracidade das informações prestadas em contratações virtuais.

Já que “sem a presença física dos contratantes, a identificação destes é feita mediante simples preenchimento de formulários eletrônicos, pelo que as partes não têm certeza absoluta de estarem realmente tratando com a pessoa identificada no formulário”.²⁷ Logo, a constante insegurança na contratação pela *internet* impõe um certo receio por parte dos contratantes.

Porém o Direito Contratual, em sua especificidade eletrônica, vem tendo importantes evoluções quanto ao tema, graças à Lei Modelo sobre comércio eletrônico, aprovada em 1996 pela Assembleia Geral da ONU. Dessa forma, foram elaborados o conceito do Princípio da *equivalência funcional*. No que diz respeito à equivalência funcional, entende-se que o contrato eletrônico se revista da mesma propriedade e segurança que a do contrato físico, já que todas as exigências feitas pelo ordenamento quanto ao meio de tornar o contrato físico mais confiável e imodificável também podem ser adotadas no contrato eletrônico²⁸.

Desse modo, o princípio da equivalência funcional informa que não é pelo simples fato de um negócio jurídico ter como instrumento de sua existência a virtualidade, que necessariamente ele será inválido. Sendo que o meio eletrônico de se contratar, à luz do princípio da equivalência funcional, é um modo de contratação extremamente válido e aceito pela normatização atual. Porém, não é um meio totalmente isento de vícios, sendo que sua validade será tão contestada quanto a dos contratos físicos, se por ventura acumular vícios e ilegalidades. Desse modo, doutrina Fábio Ulhôa Coelho:

Do princípio da equivalência funcional decorre a regra de que nenhum ato jurídico pode ser considerado inválido pela só circunstância de ter sido celebrado por transmissão eletrônica de dados. O suporte virtual, em outros termos não pode servir à invalidação do contrato, porque não aumenta as eventuais incertezas apresentadas por determinado negócio jurídico²⁹.

²⁶ Miriam Junqueira. *Contratos Eletrônicos*, Rio de Janeiro: Mauad, 1997, série jurídica. pág. 61.

²⁷ Ronaldo Alves de Andrade, *Contrato Eletrônico*. 4. Ed. São Paulo: Editora Manole, 2004. vol. 1.pág. 65

²⁸ Fábio Ulhôa Coelho, *Curso de Direito Comercial*. 6. ed. São Paulo: Saraiva 2006. vol. 3.pág. 55.

²⁹ *Idem*, pág. 56.

Nessa linha, independente da natureza física ou virtualizada do contrato, é de fundamental importância que exista algum tipo de segurança contratual, para que as partes venham a se prevenir de eventuais litígios.

Essa segurança é tida através da assinatura do documento. Tanto no documento cartáceo convencional quanto no virtual é cabível, e de fundamental importância, a existência da assinatura, pois “a assinatura constitui um sinal ou meio, suscetível de ser usado com exclusividade e aposto a um documento, através do qual o autor revela sua identidade pessoal de forma inequívoca; manifesta a sua vontade de gerar o documento [...] ou ainda, aderir ao seu conteúdo...”³⁰.

No caso do contrato físico e celebrado entre presentes, a constatação da identidade do contratante é simples, haja vista que ambas as partes estão presentes. Já no contrato virtual, a constatação quanto à identidade de um dos contratantes não é tão simples quanto a primeira, porém não é impossível.

Graças a um sistema virtual, é possível identificar um dos contratantes através da sua *assinatura digital*. A assinatura digital tem o mesmo princípio da assinatura autografa, “identificando uma pessoa através de código que só ela pode produzir”.³¹.

Nesse caso, as partes contratantes, ao enviarem documentos referentes ao contrato, ou até mesmo o próprio contrato, já enviam assinados digitalmente.

Com o intuito de comprovar a veracidade e dirimir dúvida se “a assinatura digitalmente lançada no documento eletrônico pertence à pessoa nele identificada, foram criadas as empresas certificadoras, que exercem a mesma função dos cartórios, mas no tangente à verificação da assinatura lançada em documento eletrônico”³².

A assinatura digital funciona da seguinte forma: o indivíduo dirige-se a uma empresa certificadora e informa todos os seus dados (RG; CPF; endereço; etc.), então lhe são disponibilizadas duas “chaves” a “chave pública” e a “chave privada”. A primeira fica disponível ao uso de qualquer pessoa e deve ser livremente distribuída, e a segunda deverá ficar com o indivíduo que porta aquela assinatura digital. “Estas duas chaves são dois números que se relacionam de tal modo que uma desfaz o que a outra faz...”³³. Ou seja, a chave particular gera um documento criptografado, e esse documento criptografado só poderá ser decifrado pela outra chave (a pública).

Desse modo, a certificação da titularidade de cada contratante se torna simples, já que todos os dados referentes aos mesmos se encontram nas empresas certificadoras.

A importância acerca da assinatura digital se faz por questões processuais, para que o contrato, por sua vez, tenha força probante em um eventual litígio. Porém sem a supramencionada assinatura digital, o referido contrato não terá a mesma força de prova, já que não contem a declaração e anuência das partes ali envolvidas. “Por isso, tal contrato se perfaz do mesmo modo que um contrato verbal e poderá ser provado por todos os meios de prova admitidos em direito. O que não teremos, todavia, é a prova documental do negócio jurídico efetuado.”³⁴

³⁰ Renato M. S. Opice Blum (coordenador) e outros, *Direito Eletrônico, A Internet e os Tribunais*, Bauru, EDIPRO, 2001, pág. 47.

³¹ Ronaldo Alves de Andrade, *Contrato Eletrônico*. 4. Ed. São Paulo: Editora Manole, 2004. vol. 1. pág. 67.

³² *Idem*, pág. 68.

³³ Renato M. S. Opice Blum (coordenador) e outros, *Direito Eletrônico, A Internet e os Tribunais*, Bauru, EDIPRO, 2001, pág. 49.

³⁴ Renato M. S. Opice Blum (coordenador) e outros, *Direito Eletrônico, A Internet e os Tribunais*, Bauru, EDIPRO, 2001, pág. 58.

Por essa linha, pode-se encaixar as relações de consumo nos contratos de compra e venda pela internet, já que a grande parte dos contratos celebrados pela internet tem a natureza consumerista. Neste caso, contudo, não é usual a utilização de assinaturas digitais.

A não utilização da assinatura digital em um contrato de compra e venda pela internet (como no caso da relação de consumo por via digital), não necessariamente implica da nulidade ou anulabilidade do contrato em questão, haja vista que como já anteriormente tratado no presente estudo, tal situação se assemelha ao contrato de compra e venda verbal.

Existe um ponto negativo acerca da assinatura digital. A chave privada é de domínio apenas do detentor da mesma. Ocorre que, se um terceiro se apossar do conhecimento dos códigos que representam a chave privada, poderá fazer transações contratuais por via internet em nome do detentor da chave, e o quem responde é o indivíduo que está cadastrado na empresa certificador como possuidor da chave. Já que foi enviado contrato assinado por ele (quando na realidade o detentor da chave não seria a verdadeira parte legítima no contrato). Acerca do tema, o professor Armando Alves dispõe que:

A autoria de uma mensagem ou documento eletrônico deve ser atribuída à pessoa que envia a mensagem, tanto se o faz por si mesmo, como se o faz por outra pessoa a rogo deste e sob a responsabilidade do primeiro, ou sob um sistema de informação programado sob a responsabilidade do autor para quem atua automaticamente³⁵.

A partir da passagem supramencionada conclui-se que a responsabilidade acerca das mensagens é do detentor da chave privada, e não necessariamente de quem a enviou.

Importante frisar acerca do momento da conclusão nos contratos eletrônicos. Leciona Ronaldo Alves de Andrade que:

No caso do contrato por meio eletrônico, deve ser aplicada a mesma regra, considerando-se formado o contrato eletrônico quando do envio da mensagem eletrônica que contem a aceitação, porquanto é no exato momento do envio da aceitação que o oblato fundiu a sua vontade à o peticitante em formar o contrato, mesmo que este não tenha ainda conhecimento da resposta³⁶.

4.3 Meios de prova admitidos no contrato virtual

Como já aventado, os contratos eletrônicos partilham da mesma natureza dos contratos físicos, o que os difere é simplesmente o meio em que eles foram concebidos.

Posto isso, curial asseverar que todos os meios de provas admitidas em direito e abarcadas pelo Código de Processo Civil serão admitidas para a comprovação do contrato virtual, a saber: depoimento pessoal (art. 342 a 347); confissão (art. 348 a 354); exibição de documento ou coisa (art. 355 a 363); prova documental (art. 364 a 391); prova testemunhal (art. 400 a 419); prova pericial (art. 420 a 439); inspeção judicial (art. 440 a 443).

A liberdade concedida, para a comprovação do contrato virtual é de suma importância processual, nesse diapasão, doutrina Fábio Ulhôa Coelho:

³⁵ Armando Alves Garcia Júnior, *Contrato Via Internet*, São Paulo: Aduaneiras, 2001. pág. 136.

³⁶ Ronaldo Alves de Andrade, *Contrato Eletrônico*. 4. Ed. São Paulo: Editora Manole, 2004. vol. 1. pág. 44.

A rigor, o assunto não apresenta a extrema dificuldade jurídica que costuma apontar. Segundo entendo a questão, a prova da existência extensiva do contrato e deve ser feita, em juízo, pelos meios probatórios adequados, isto é, por perícia técnica. Em outros termos, cada suporte exige meios de prova judiciária específicos: quando o contrato é oral, faz-se sua prova por testemunhas ou depoimento do contratante; quando papelizado, pela apresentação do instrumento escrito, ou de cópia xerográfica, ao juiz; quando eletrônico, por perícia³⁷.

Não obstante tal entendimento, é curial asseverar que a comprovação do tipo de contrato em comento deve transcender a visão material do negócio jurídico, pois “É preciso olhar para o processo com uma visão mais ampla de sua função no universo jurídico e, assim, cômicos de seu caráter instrumental ao direito material, solucionar as questões para que as quais não haja normas processuais precisas em conformidade com os princípios norteadores do direito...”³⁸. Nessa esteira, não basta que existam dispositivos reguladores acerca do tema, já que, em grande parte das lides provenientes de relações contratuais, existe a presença e a necessidade de comprovação da boa-fé contratual.

Assim “nas questões relativas à *web*, que se aplique em grande parte o Princípio do Livre Convencimento do Magistrado (...). O juiz, ao se deparar com questões desta natureza, deve buscar através das provas trazidas e de tantas outras quanto julgar necessárias, entender e visualizar os fatos para dar-lhes adequação e amparo legal”³⁹.

Ainda no que concerne ao tema em baila, curial asseverar também a similitude da inversão ao ônus da prova nos contratos consumeristas eletrônicos aos contratos consumeristas físicos. Segundo o art. 6º do CDC, o juiz poderá conceder *ex officio* a inversão do ônus da prova, passando o mesmo do consumidor ao fornecedor.

Para tal medida processual, basta que seja constatada a verossimilhança das alegações e a hipossuficiência por parte do consumidor. Nesse caso, o magistrado irá instituir ao detentor do poder econômico ou do conhecimento técnico, ou seja, o fornecedor, o dever de comprovar contrariamente às afirmações do consumidor figurante no polo ativo da ação; já que o autor não se consubstancia de subsídios para a comprovação de suas alegações.

4.4 Do foro competente

É corriqueiro, em contratos autógrafos e eletrônicos, a existência de cláusulas que apontam foro competente para julgar possíveis lides que venham a existir entre as partes. E tal ato é revertido de legalidade, e encontra guarita no art. 78 do CC e no art. 95 do CPC.

Nos contratos em geral, os contratantes estão no mesmo local físico, por isso a comprovação, através da assinatura manuscrita dos contratantes, da localidade e do foro competente acerca do tratado que está sendo lavrado torna-se simples e de fácil constatação. No contrato eletrônico deve haver maior atenção acerca do tema, haja vista o não conhecimento, por parte dos contratantes, do domicílio do outro.

Em se tratando de contrato entre ausentes, o contrato se forma no local onde foi proposto (art. 435 do código civil). O art. 9º Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro dispõe com clareza que “Para qualificar e reger as obrigações, aplicar-se-á

³⁷ Fábio Ulhôa Coelho, *Curso de Direito Comercial*. 6. ed. São Paulo: Saraiva 2006. vol. 3. pág. 58.

³⁸ Renato M. S. Opice Blum (coordenador) e outros, *Direito Eletrônico, A Internet e os Tribunais*, Bauru, EDIPRO, 2001, pág. 234.

³⁹ *Idem*, pág. 234.

a lei do país em que constituírem §2º A obrigação resultante do contrato reputa-se constituída no lugar em que residir o proponente”.

Desse modo, em se tratando de contratos de compra e venda em que uma parte é brasileira e a outra parte estrangeira, se o proponente for o indivíduo estrangeiro, o foro competente para julgar lides futuras será o foro estrangeiro. O domicílio do proponente é o local onde está seu servidor, provedor de hospedagem ou homepage, o fato de a proposta dirigir-se à pessoas não determinadas, independentemente de sua nacionalidade é irrelevante para a definição da lei que irá reger as obrigações deste contrato⁴⁰.

No âmbito dos contratos eletrônicos, O art. 9º Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro tem suma importância, pois, é corriqueira a prática de negócio e que as partes se encontram em cidades, estados ou países diferentes. Desse modo, nos casos da contratação eletrônica, nem sempre será possível identificar, precisamente o local onde foi feita a proposta.

Entretanto, uma boa solução é proposta por Álvaro Marcos Cordeiro Maia, que defende posição de que:

Como mídia que é, não sendo, conseqüentemente, o computador a fonte da vontade consubstanciada, na declaração eletrônica, apesar de poder armazená-la e veiculá-la, entendemos que, independentemente da posição geográfica que o equipamento ocupe no momento da negociação, deverá ser celebrado o contrato eletrônico no local da residência do peticitante. Assim, somente quando não fosse possível o rastreamento da residência ou sede do proponente, o registro lógico é quem determinaria o local da celebração do contrato eletrônico⁴¹.

Ocorre que, no que respeita ao direito consumerista, segundo o próprio Código de Defesa do Consumidor em seu art. 101, é nula qualquer cláusula contratual que trate de foro competente que não seja o domicílio do consumidor. especificamente “no que concerne ao contrato por meio eletrônico, com maior razão há de se considerar abusiva a cláusula eletiva de foro diverso do domicílio do consumidor”⁴².

4.5 Das garantias legais

O comércio eletrônico é uma ramificação do seu gênero. É um tipo de comércio relativamente recente e por essa característica, ainda não possui legislação específica.

Porém, por ser uma espécie do gênero comércio, a sua normatização segue os princípios do Direito Civil em geral e do Direito Consumerista. Por essa razão “o empresário brasileiro dedicado ao comércio eletrônico tem, em relação ao consumidor, exatamente as mesmas obrigações que a lei atribui aos fornecedores em geral”⁴³. Pois, não é pelo simples fato de o contrato ter-se aperfeiçoado em ambiente virtual ou físico, que os direitos dos consumidores e dos fornecedores irão obstar-se do disposto no CDC. “O contrato eletrônico de consumo entre brasileiros está, assim,

⁴⁰ Ronaldo Alves de Andrade, *Contrato Eletrônico*. 4. Ed. São Paulo: Editora Manole, 2004. vol. 1. pág. 50.

⁴¹ Álvaro Marcos Cordeiro Maia, *Disciplina Jurídica dos Contratos Eletrônicos no Direito Brasileiro*, Recife: Ed. Nossa livraria, 2003, p. 88. apud Pablo Stolze Gagliano e Rodolfo Pamplona Filho. *Novo Curso de Direito Civil, Contratos: Teoria Geral*. 5 ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2009, vol. 4. pág. 104

⁴² Ronaldo Alves de Andrade, *Contrato Eletrônico*. 4. Ed. São Paulo: Editora Manole, 2004. vol. 1. pág. 54.

⁴³ Fábio Ulhôa Coelho, *Curso de Direito Comercial*. 6. ed. São Paulo: Saraiva 2006. vol. 3. pág.59

sujeito aos mesmos princípios e regras aplicáveis aos demais contratos disciplinados pelo código de defesa do consumidor⁴⁴.

Sendo assim, o consumidor que está prestes a contratar eletronicamente, tem que ter acesso, no que se refere à oferta e apresentação de produtos ou serviços, às informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidade, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores (art. 31 do CDC); bem como, em caso de oferta ou venda por telefone ou reembolso postal (casos que a doutrina e jurisprudência já atribuem como semelhantes aos meios de contratar via internet), deve constar o nome do fabricante e endereço na embalagem, publicidade e em todos os impressos utilizados na transação comercial (art. 33 do CDC).

Em casos em que as informações sobre o produto, disponibilizadas no site, não condizerem com a realidade da mercadoria, configura-se vício de qualidade. Doravante, o consumidor, no prazo de 30 (trinta) dias contados do recebimento do produto, terá o direito de escolher se desfaz o negócio; reduz proporcionalmente o preço ou substitui o produto⁴⁵.

Desse modo, se as informações acerca do produto, disponibilizadas no site forem incompletas, incongruentes, contraditórias ou obscuras, atribui-se ao consumidor, como disposto no art. 47 do CDC, a condição mais benéfica⁴⁶.

Em casos em que o site omite-se acerca dos riscos à saúde que o produto ali ofertado oferece, sendo que esses riscos não são inerentes à natureza do produto e sua fruição, o fornecedor poderá ser responsabilizado pelos danos causados e ainda responderá pelo fornecimento perigoso do produto⁴⁷.

Em outra hipótese, se o *website* dificultar o acesso às informações acerca do produto, deve-se entender que estas informações não foram prestadas, desvinculando, por conseguinte, o consumidor quanto àquelas informações, seguindo assim, o disposto no art. 46 do CDC⁴⁸.

É comum que sites sejam criados única e exclusivamente para a divulgação de produtos na rede mundial de computadores. Porém, esses sites são meros expositores dos produtos e não se coadunam com qualquer tipo de vício que a mercadoria venha a apresentar. Sendo essa responsabilidade estritamente do fornecedor do produto. Quanto ao tema Ronaldo Alves leciona o seguinte:

Analizando estritamente o objeto do contrato de provimento de acesso, somos levados a declinar que não há responsabilidade do provedor, já que não existe interligação entre o objeto do contrato de provimento de acesso e o dano experimentado pelo consumidor em razão de aquisição de produto ou

⁴⁴ *Idem*, pág.59.

⁴⁵ Art. 18 - Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com as indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas. § 1º - Não sendo o vício sanado no prazo máximo de 30 (trinta) dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;

II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III - o abatimento proporcional do preço.

⁴⁶ Fábio Ulhôa Coelho, *Curso de Direito Comercial*. 6. ed. São Paulo: Saraiva 2006. vol. 3. pág. 60.

⁴⁷ *Idem*, pág.60.

⁴⁸ *Idem*, pág.61.

serviço, pela internet, por meio de contrato eletrônico firmado com outra empresa sem que houvesse qualquer participação do provedor nessa relação jurídica contratual⁴⁹.

Nessa mesma lógica, se o anunciante do produto for o mesmo que produz a mercadoria, responde pelos danos causados pelo objeto de consumo. Desse modo:

O titular do estabelecimento virtual não responde pela veracidade e regularidade da publicidade de terceiros, porque, nesse caso ele é apenas veículo. Responde, contudo, na hipótese de apresentar no website anúncio enganoso ou abusivo sobre seus próprios produtos ou serviços⁵⁰.

4.5.1 Direito de arrependimento

Dentre os dispositivos de leis aplicáveis ao tema em baila, o direito ao arrependimento conferido ao consumidor encontra-se nesse rol de garantias dadas pela legislação brasileira acerca do contrato de compra e venda consumerista pela internet.

O direito de arrependimento é perpetrado no art. 49 do CDC, o qual assevera que o consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 07 (sete) dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto, sempre que a contratação de bens ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou em domicílio.

Nesse ponto, pode-se notar que os contratos que tem seu início através de abordagens ao consumidor, fora do espaço físico da loja, seja essa abordagem no domicílio do consumidor ou por telefone, é conferido, no prazo de 07 (sete) dias, o direito de arrependimento por parte do consumidor. E se o consumidor exercer o direito de arrependimento previsto, os valores pagos até então, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.

Esse dispositivo foi implantado na legislação brasileira com o intuito de proteger o consumidor do *marketing agressivo* que é imposto pelas grandes empresas. Com essa prática, o consumidor indiretamente é coagido a celebrar o contrato sem levar em conta as suas reais condições financeiras e se deixando levar pelas facilidades e créditos que são oferecidos, ferindo de morte o princípio da autonomia da vontade na relação contratual.

Note-se que o referido artigo trata acerca da figura do “telefone”, porém, pode muito bem ser abraçado a esse conceito o *teleshopping* e a contratação via internet. Acerca disso, Claudia Lima Marques leciona que “o art. 49 do CDC menciona expressamente estas vendas, todas direta ou indiretamente realizadas através de telefones, como incluídas em seu campo de aplicação”⁵¹. Por esse entendimento, conclui a referida doutrinadora que “os novos meios de contratação à distância, por satélite, cabos e outros que se sucederem também devem considerar-se incluídos no art. 49 do CDC, em analogia à expressão ‘telefone’”⁵².

Coaduna-se ao entendimento supracitado, Ronaldo Alves, pois, segundo o doutrinador, o artigo de lei em baila menciona os contratos que são celebrados fora do estabelecimento comercial, no domicílio do consumidor ou por telefone, e os

⁴⁹ Ronaldo Alves de Andrade, *Contrato Eletrônico*. 4. Ed. São Paulo: Editora Manole, 2004. vol. 1. pág. 125.

⁵⁰ Fábio Ulhôa Coelho, *Curso de Direito Comercial*. 6. ed. São Paulo: Saraiva 2006. vol. 3. pág. 62

⁵¹ Claudia Lima Marques, *Contrato no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 6ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. pág. 885.

⁵² *Idem*, pág. 885.

contratos eletrônicos são abarcados por todas as características referidas no dispositivo legal. Desse modo, “tendo-se que o contrato eletrônico, além de ser celebrado no espaço virtual, portanto fora do estabelecimento físico do fornecedor, possui a sua aceitação com o envio da aceitação, ato que é perpetrado do domicílio do consumidor (...) certamente deve ser considerado contrato celebrado à distância⁵³”

Por outro lado, o entendimento de que os contratos eletrônicos são totalmente abraçados pelo direito do arrependimento não encontram guarita no dizer de Fábio Ulhôa Coelho, já que em suas lições, defende a tese que, pelo fato de o internauta ter livre acesso à rede, e adentrar em site que lhe convir, inexistente a prática de marketing agressivo, pois o internauta, ao trafegar o caminho até chegar ao ambiente virtual, onde virá a comprar o produto, teve tempo suficiente para refletir acerca de todas as condições de compra. Assim leciona:

A compra de produtos ou serviços por meio da internet realiza-se “dentro” do estabelecimento (virtual) do fornecedor, por isso, o consumidor internauta não tem direito de arrependimento, a menos que o empresário tenha utilizado em seu *website* alguma técnica agressiva de marketing, isto é, tenha se valido de expediente que inibe a reflexão do consumidor sobre a necessidade e conveniência da compra⁵⁴.

Nesse aspecto, encontram respaldos na jurisprudência as duas correntes, no sentido de acolher ou não a incidência do art. 49 do CDC em casos de contratos de compra e venda, envolvendo consumidores, pela internet. Assim, julgou favorável ao cabimento do direito de arrependimento, entre outros, a 27ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça de São Paulo.

APELAÇÃO - AÇÃO INDENIZATORIA - COBRANÇA INDEVIDA - RESTITUIÇÃO EM DOBRO - Aquisição de produto pela internet - Código de Defesa do Consumidor - Direito de arrependimento - Valor cobrado durante oito meses, após o cancelamento da compra - Artigo 42 do CDC - DANOS MORAIS - Configurado o dano e seu nexo de causalidade com a falha na prestação dos serviços - Ressarcimento devido - REDUÇÃO DO QUANTUM INDENIZATÓRIO - Princípio da razoabilidade — Apelo parcialmente provido - Recurso adesivo a que se nega provimento.⁵⁵:

No mesmo sentido, julgou a Segunda Turma Recursal Cível do Estado do Rio Grande do Sul, ao dispor

RECURSO INOMINADO. CONSUMIDOR. AÇÃO INDENIZATÓRIA. PASSAGEM AÉREA. CANCELAMENTO IMEDIATO. APLICAÇÃO DO ART. 49 DO CDC. DEVER DE RESTITUIÇÃO DO VALOR PAGO. REEMBOLSO PARCIAL REALIZADO. VALOR DA CONDENAÇÃO QUE DEVERÁ CORRESPONDER AO SALDO REMANESCENTE DA TOTALIDADE DA COMPRA, DEDUZIDO O MONTANTE REEMBOLSADO. RECURSO PROVIDO DE FORMA PARCIAL.⁵⁶:

⁵³ Ronaldo Alves de Andrade, *Contrato Eletrônico*. 4. Ed. São Paulo: Editora Manole, 2004. vol. 1. pág. 109.

⁵⁴ Fábio Ulhôa Coelho, *Curso de Direito Comercial*. 6. ed. São Paulo: Saraiva 2006. vol. 3. pág. 62.

⁵⁵ Apelação Cível nº 990.09.316841-3, 27ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça de São Paulo, Relator Dr. Hugo Crepaldi, julgado em 08 de fevereiro de 2011. Disponível em <<http://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/Apelacao+Civel+nº+990.09.316841-3%2C+s=jurisprudencia>> acesso em: 19/11/2012

⁵⁶ Recurso inominado nº 71003338894, segunda turma recursal cível do Estado do Rio Grande do Sul, Relatora Dra. DRA. VIVIAN CRISTINA ANGONESE SPENGLER, julgado em 08 de agosto de 2011.

Por outra linha seguiu a 2ª Turma Recursal dos Juizados Especiais Cíveis e Criminais do Distrito Federal e Territórios, ao entender o tema em comento como incabível no instituto do direito de arrependimento concedido ao consumidor.

DIREITO DO CONSUMIDOR. FALTA DE INFORMAÇÃO ADEQUADA AO CONSUMIDOR. INOCORRÊNCIA. ARREPENDIMENTO POSTERIOR (ARTIGO 49 DO CDC). IMPOSSIBILIDADE EM FACE DAS CIRCUNSTÂNCIAS. COMPRA DE PASSAGENS AÉREAS PELA INTERNET, DE FORMA LIVRE E CONSCIENTE. MÁ FÉ NÃO CARACTERIZADA. APLICAÇÃO DO PRINCÍPIO DA INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA. IMPOSSIBILIDADE. HIPOSSUFICIÊNCIA NÃO RECONHECIDA. LESÃO A DIREITOS DO CONSUMIDOR NÃO CONFIGURADA. RECURSO IMPROVIDO. Sentença mantida por seus próprios e jurídicos fundamentos, com súmula de julgamento servindo de acórdão, na forma do artigo 46 da Lei nº 9.099/95. Honorários advocatícios fixados em 10% do valor da condenação, mais custas processuais, a cargo da recorrente⁵⁷.

Acerca da não uniformização de entendimento sobre o tema, o Professor Ronaldo Alves entende que o direito de arrependimento deverá ser equivalente para todas as relações de consumo e qualquer negócio jurídico celebrado à distância, “Entrementes, caberá ao aplicador do direito, portanto à jurisprudência, estabelecer exceções a essa regra tão ampla e que, se aplicada uniformemente, poderá trazer situações de injustiça que ferem o escopo do Código de Defesa do Consumido...”⁵⁸.

5. Conclusão

Levando-se em consideração o período analisado, até o ano de 2012, não havia, no ordenamento jurídico brasileiro, nenhum óbice para a prática da contratação pela internet. Assim, a referida espécie contratual se assemelha a quaisquer outros tipos de contratos abarcados pela legislação vigente.

Tem-se, por conseguinte, a possibilidade de especificidades em contratos virtuais, como as assinaturas digitais, certificações e autenticações digitais. Todavia, a falta dessas garantias quanto à legitimação e titularidade dos contratos eletrônicos, não implica, necessariamente, em seu desfazimento ou nulidade, haja vista que, não havendo nenhum tipo de assinatura digital por parte dos contratantes, ainda é possível enquadrar os contratos via internet na modalidade de contratos regidos pela legislação brasileira.

Dessem modo, conclui-se que, apesar da falta de Lei específica sobre o tema: contratos de compra e venda consumerista pela internet, a doutrina e a jurisprudência já vêm aplicando ao assunto, por analogia, regras preexistentes no Código Civil e no Código de Defesa do Consumidor. Desse modo, conclui-se que a presença de lei acerca dos contratos eletrônicos, no âmbito consumerista não é necessária, haja vista

Disponível em < <http://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/22145717/recurso-civel-71003338894-rs-tjrs>> acesso em: 19/11/2012.

⁵⁷ Apelação Cível no Juizado Especial no processo nº. 2010.01.1.014473-2, pela 2ª Turma Recursal dos Juizados Especiais Cíveis e Criminais do Distrito Federal e Territórios, relator Dr. José Guilherme, julgado em 15 de março de 2011. Disponível em < <http://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/=processo+nº.+2010.01.1.014473-2&s=jurisprudencia>> Acesso em: 19/11/2012.

⁵⁸ Ronaldo Alves de Andrade, *Contrato Eletrônico*. 4. Ed. São Paulo: Editora Manole, 2004. vol. 1. pág. 110.

que tal matéria não se encontra desamparada pelo sistema legal brasileiro, sendo assistida pelo Código Civil e Código de Defesa do Consumidor.

Referências

ANDRADE, Ronaldo Alves de. **Contrato Eletrônico**. 4. Ed. São Paulo: Editora Manole, 2004. vol. 1.

BLUM, Renato M. S. **Opce (coordenador) e outros. Direito Eletrônico – a internet e os tribunais**; 1 ed. São Paulo: Edipro, 2001.

COELHO, Fábio Ulhôa. **Curso de Direito Comercial**. 6. ed. São Paulo: Saraiva 2006. vol. 3

FARIAS, Cristiano Chaves de e ROSENVALD. Nelson, **Direito dos Contratos**, Rio de Janeiro: Lumem juris, 2011.

GAGLIANO, Pablo Stolze e FILHO. Rodolfo Pamplona. **Novo Curso de Direito Civil, Contratos: Teoria Geral**. 5 ed. São Paulo: Editora saraiva, 2009, vol. 4.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, Orlando, **Contratos**, 24 ed. Rio de Janeiro: Editora forense, 2001. Atualização e notas de Humberto Theodoro Júnior.

GONÇALVES, Carlos Roberto, **Direito Civil Brasileiro, contratos e atos unilaterais**. 8 ed. São Paulo: Saraiva, 2011. Vol. 3.

JÚNIOR, Armando Alves Garcia, **Contrato Via Internet**, São Paulo: Aduaneiras, 2001.

JUNQUEIRA. Miriam, **Contratos Eletrônicos**. Rio de Janeiro: Mauad, 1997, série jurídica.

MARQUES, Claudia Lima. **Contrato no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 6ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.