

## Questões Jurídicas

14 dezembro, 2014 by revista

[Comente](#)



**Antonia Espíndola Longoni Klee** – Advogada, Doutora em Direito pela UFRGS e autora do livro “Comércio Eletrônico” (2014)

Com o avanço da tecnologia da informação, as trocas comerciais puderam ser realizadas pela Internet, que é considerada um novo espaço de comércio no mundo. O emprego das tecnologias da sociedade da informação, assim como a mundialização da economia, são características do período em que se vive. A utilização da Internet proporciona novas possibilidades de comunicação e significa um desafio para o Direito. Uma parte expressiva e crescente do comércio eletrônico se destina a atingir os consumidores que, pela Internet, podem realizar todos os tipos de compras, acessando os sites dos fornecedores, clicando com o mouse ou com o dedo na tela do computador, do tablet ou do celular. Uma vez utilizada massivamente pelas empresas, a Internet possibilitou negociar sem fronteiras. Atualmente, é inegável a importância econômica do comércio eletrônico de consumo.

### Como ocorre a formação dos contratos a distância e por meios eletrônicos

As questões envolvendo os contratos de consumo a distância no comércio eletrônico relacionam-se mais ao método do que ao conteúdo dos contratos. Isso porque o conteúdo do contrato será o mesmo – contratos de adesão, cujas cláusulas são predeterminadas pelo fornecedor –, sendo celebrados no meio eletrônico ou não. A presença do elemento eletrônico é a novidade do ponto de vista da estrutura jurídica e econômica dos contratos de consumo realizados por adesão. Novo é o uso dos meios de comunicação a distância e o fato de serem eletrônicos. O conteúdo dos contratos será elaborado pelos fornecedores, unilateralmente, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente as cláusulas contratuais.

**A distância e o meio eletrônico que podem existir entre o consumidor e o fornecedor no momento da contratação acentuam a vulnerabilidade do consumidor e, nessa medida, afetam as garantias e os direitos dos consumidores. Algumas das características peculiares do meio eletrônico são: a insegurança com relação à conveniência da celebração do contrato, a dificuldade de identificar efetivamente o objeto do contrato, a dificuldade de identificar o fornecedor do produto ou do serviço, a dificuldade apresentada pelo meio, que pode inibir a capacidade de reflexão do consumidor.**

O comércio eletrônico indireto consiste na celebração de contratos nos quais a declaração de vontade negocial é emitida por meios eletrônicos, embora o cumprimento das obrigações seja realizado pelos canais tradicionais; é a encomenda eletrônica de bens corpóreos, tais como livros, CDs, DVDs, equipamentos eletrônicos, eletrodomésticos e peças de vestuário, que são entregues fisicamente pelos serviços postais ou pelos serviços privados de entrega expressa. No comércio eletrônico direto, a oferta e a aceitação, o pagamento e a entrega dos produtos e dos serviços são feitos online. Nesse caso, o objeto dos contratos só pode ser o consumo de bens incorpóreos ou a prestação de serviços, como o Download ou o Streaming de um Software, de um jogo, de uma música, de um filme, todos considerados conteúdos recreativos ou serviços de informação. Nesse caso, o objeto da relação de consumo é intangível e pode ser transmitido no ambiente virtual. Essa modalidade (comércio eletrônico direto) permite transações eletrônicas sem descontinuidade e explora todos os mercados eletrônicos, superando as barreiras geográficas.

### O direito de rescisão do consumidor

O Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990) assegura o direito de arrependimento do consumidor sempre que a contratação ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone e a domicílio. Em razão do avanço tecnológico, a Internet deve ser considerada um meio de celebrar contratos análogos ao telefone. É uma maneira de contratar a distância, sem a presença física simultânea dos contratantes. Por isso, o direito de arrependimento deve ser aplicado aos contratos a distância e por meios eletrônicos.

O art. 49 do Código de Defesa do Consumidor assegura ao consumidor o direito de arrependimento dentro do prazo decadencial de reflexão de sete dias, a contar da assinatura do contrato ou do recebimento do produto ou da execução do serviço, nas contratações ocorridas fora do estabelecimento empresarial, especialmente por telefone e em domicílio.

Estão abrangidas pelo dispositivo as vendas em que o vendedor se dirige à residência do consumidor (venda em domicílio) ou ao seu local de trabalho, as contratações por telefone e internet. Essa previsão permite o desfazimento do contrato de modo injustificado pelo consumidor, dentro do período de sete dias, sem que o consumidor sofra qualquer consequência, desde que presentes os pressupostos de contratação fora do estabelecimento comercial, por telefone ou a domicílio.

O direito de arrependimento do consumidor pode ser exercido sem invocação de motivo, causa ou fundamento; é irrenunciável, ou seja, não é lícito ao consumidor renunciar previamente ao seu exercício por acordo nem por imposição unilateral do fornecedor; é insuscetível de se impor eventual indenização ou compensação como forma de pressão para o não exercício do direito. Pode-se afirmar que se trata de uma rescisão legal por arrependimento, que permite à parte consumidora – e somente a ela – rescindir o contrato dentro de um prazo de sete dias contado desde a celebração do contrato ou o recebimento do produto ou do serviço, independentemente de qualquer justificativa.

O parágrafo único do art. 49 do Código de Defesa do Consumidor assegura ao consumidor o direito de receber a devolução dos valores pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão de sete dias, monetariamente atualizados. Isso porque se entende que o consumidor não deve arcar com quaisquer despesas, uma vez que o risco do empreendimento deve ser suportado pelo fornecedor.

O tema do comércio eletrônico de consumo merece atenção do legislador e uma urgente atuação positiva deste. De fato, o objetivo da regulamentação da proteção dos consumidores nos contratos a distância é duplo: a proteção da livre decisão negocial do consumidor que contrata a distância, ou seja, a tutela da sua liberdade de saber e de querer celebrar contratos, e a proteção de sua segurança, honestidade e lealdade no comércio a distância.

Esses objetivos podem ser alcançados ao mesmo tempo. Isto é, quando se trata de proteger diretamente o consumidor, também se está resguardando o tráfico negocial de atitudes inseguras, desonestas e desleais. Inversamente, quando se persegue como objetivo prioritário a proteção da segurança e da lealdade no tráfico jurídico e econômico, está se tutelando os interesses econômicos do consumidor.

## Comments

0 comments



Facebook social plugin

## Compartilhamento



# saúde **Interativa** 13 anos

Ano 13 • nº 75 • novembro e dezembro de 2014

PARA OS LEITORES MAIS EXIGENTES

www.revistasabotemsaude.com.br

## **A INTERNET** conquistou o mundo

**Comércio Eletrônico**

Projeto de lei e direito  
do consumidor

**Crimes Virtuais**

Cuidados com a  
segurança pessoal

**Vidas Conectadas**

Longe das partes e  
próximo dos clientes

**Educação**

Qualificação e  
atualização

REFERÊNCIA:

Documento impresso:

KLEE, Antonia Espíndola Longoni. Questões jurídicas. **Saúde Interativa**, Santa Maria, ano 13, n. 76, nov./dez. 2014. p. 37-39.

REFERÊNCIA:

Documento eletrônico:

KLEE, Antonia Espíndola Longoni. Questões jurídicas. **Saúde Interativa**, Santa Maria, ano 13, n. 76, nov./dez. 2014. Disponível em:  
<<http://www.revistasaudeinterativa.com.br/questoes-juridicas/#respond>>.  
Acesso em: 15 dez. 2014.