

# Aspectos jurídicos no *E-Commerce*

- Delsa Maria Silva Lima Longanese \*

## Resumo

Na economia globalizada, os negócios são realizados a distância e com rapidez nunca imaginada. O comércio eletrônico voltado aos consumidores e às transações comerciais entre empresas está hoje entre as principais atividades realizadas pela Internet, a rede mundial de computadores. Mas a legislação e as normas do Direito, tanto nacionais como internacionais, ainda não estão totalmente em dia com as necessidades legais dessa nova modalidade de comércio.

## Palavras chave

Comércio eletrônico, contrato eletrônico, documento eletrônico, e-commerce, internet.

## *Abstract*

*Within the global economy, commercial agreements are implemented at distance and as quick as never imagined before. Electronic transactions business-to-consumer and business-to-business are some of the main activities carried on by Internet and the worldwide web of computers. But law and jurisprudence, neither national and international, did not follow such a speed, and seem not to be up to date with the demands of this new kind of business.*

## Key words

*Eelectronic transaction, electronic contract, electronic document, e-commerce, internet.*

## Introdução

As profundas mudanças ocorridas em todo o mundo, nas últimas décadas, provocadas principalmente pelo aparecimento e constante aperfeiçoamento das novas tecnologias de comunicação, afetaram todos os campos da atuação humana, levando ao estabelecimento de novas relações sociais. Dentre elas, as relações comerciais, modificadas substancialmente, quando ocorridas em ambientes virtuais, como é o caso do comércio eletrônico.

Como isso, surge a necessidade de intensificar estudos nessa nova forma de relacionamento entre fornecedor e consumidor, que assumem responsabilidades pela transação de bens e serviços em condições virtuais. Isso posto, colocam-se problemas da seguinte ordem: contratos firmados entre interausentes representam maior fragilidades nas garantias? Os mecanismos de segurança e sigilo previstos nos contratos eletrônicos se transformam em garantias para a sua executividade?

Esses questionamentos são refletidos ao longo deste texto, trazendo à discussão as diferenças e similitudes entre os chamados contratos clássicos e os contratos eletrônicos, utilizados atualmente nos negócios firmados entre as partes pela via informática, ou seja, a Internet.

Este texto procura também mostrar que, apesar da rapidez e de toda a estrutura oferecida pela telemática, que possibilita até mesmo a ausência física das partes no ato da celebração, não se pode descuidar da aplicação correta da legislação apropriada à negociação, quer seja em âmbito nacional ou internacional. Essa reflexão poderá nortear os usuários dessa modalidade de comércio, de maneira que possam identificar e avaliar clara e objetivamente as implicações dela decorrente, já previstas na legislação em vigor, bem como aquelas que ainda necessitam de maior regulamentação.

A metodologia do trabalho consistirá na revisão bibliográfica disponível e relativa aos contratos clássicos ou tradicionais, remetendo à comparação com os contratos eletrônicos e à respectiva possibilidade de aplicação da legislação atual, visando suscitar os pontos em que a legislação não atende às necessidades dessa nova modalidade.

### I - O Comércio pelo meio eletrônico

Hoje em dia, ao falar-se em negócios eletrônicos e Internet, ocorre uma reação de fascínio entre as pessoas, muito embora algumas achem que não houve qualquer inovação no campo jurídico. Isso porque existe

uma comparação com outros meios de comunicação já existentes, tais como o fax e o telefone.

Entretanto, do ponto de vista legal, institucional e regulamentar ainda não se encontram claras e bem definidas as regras que assegurem aos usuários desse novo mecanismo comercial uma ampla segurança, já que nem todas as respostas aos problemas que surgem são encontradas na legislação em vigor.

Afirma SILVA JUNIOR, que:

*Por muito tempo acreditou-se que a Internet no Brasil não precisava de qualquer espécie de regulamentação. Dentre outros efeitos, esta crença levou a que de fato nenhum esforço coletivo de regulamentação específica fosse tomado no Brasil, mas apenas esforços isolados. <sup>1</sup>*

Com o advento da telemática, tecnologia eletrônica de informática em rede de computadores, os hábitos cotidianos das pessoas que dela se utilizam mudaram radicalmente, adquirindo um dinamismo inimaginável nas condições anteriores. Registra-se, entretanto, uma grande desigualdade entre aqueles que têm e os que não têm acesso a esse novo instrumento.

Pela falta de mecanismos de regulamentação para o controle dessas atividades com características tão peculiares, a legislação brasileira precisa ser mais preventiva do que repressiva. Dessa forma, os usuários do Direito não podem ficar alheios às mudanças constantes da operação desse novo meio de comunicação, mas devem se familiarizar com seus princípios, avançando nas leis, desprendendo-se de antigos esquemas tradicionais de pensamento, certamente inúteis nesse caso.

As regras a serem aplicadas para o bom convívio social certamente deverão ser gerais e não locais, caso contrário a injustiça poderá falar mais alto, de tal sorte que se torne irreparável.

A comunicação da sociedade, pela rede, tem conseqüências ainda imprevisíveis, sobretudo porque a maior parte daqueles que a utilizam desconhecem plenamente seu funcionamento, alimentados, talvez, pela falta de regulamentação. Quando utilizada, tem domínio relativamente autônomo do Estado, de caráter multinacional, com muitas finalidades - do intercâmbio de informações científicas e acadêmicas, até o comércio de bens e serviços. Sobre isso, CARVALHO posiciona-se, afirmando que:

---

<sup>1</sup>SILVA JUNIOR, R. L.; WAISBERG, I. (Org.). Comércio Eletrônico. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2001. p. 150.

*“Por conseguinte, soluções jurídicas, procedimentos e normas para regular o comércio eletrônico, bem como administrar tais conflitos, até mesmo em nível mundial, podem se apresentar imprescindíveis para o desenvolvimento escorreito dessas operações”.*<sup>2</sup>

Na opinião de GOUVÊA, *“Esta tecnologia é um dos maiores bens das sociedades modernas. Mas os computadores ingressaram no cotidiano de forma tão rápida que o Direito, ciência que deve regular as sociedades, não acompanhou esta evolução”.*<sup>3</sup>

Com o surgimento da tecnologia, porém, quer seja no seu aspecto quantitativo ou qualitativo, depara-se com limitações para seu estudo e compreensão, gerando conflitos na sociedade não amparados pelo sistema jurídico contemporâneo.

WIELEWICKI enfatiza que:

*Ao Direito, em especial, cabe a tarefa de criar e adaptar, à vida digital, a aplicação dos direitos historicamente conquistados. Não cabe aos operadores jurídicos sustentar posições incompatíveis com os novos hábitos eletrônicos, a ponto de engessar injustificadamente a vida digital, tampouco permitir que concessões em nome do “progresso tecnológico” afastem a aplicação de garantias jurídicas obtidas nos últimos séculos.*<sup>4</sup>

Não se pode negar a importância da informação dentro da sociedade. É através dela que os indivíduos se integram, formulam conceitos e idéias. Na preciosa contribuição de NUNES:

*O direito de se informar é uma prerrogativa concedida às pessoas. Decorre do fato da existência da informação. O texto constitucional, no inciso XIV do art. 5º, assegura primeiramente esse direito no que respeita à*

---

<sup>2</sup>CARVALHO, R. B. de. A Internet e as Relações de Consumo. In: SCHOUERI, L. E. (Org.). Internet: o direito na era virtual. Rio de Janeiro: Forense, 2001. p. 96.

<sup>3</sup>GOUVÊA, S. O Direito na Era Digital: crimes praticados por meio da informática. Rio de Janeiro: Mauad, 1997.

<sup>4</sup>WIELEWICKI, L. Contratos e Internet – Contornos de Uma Breve Análise. In: SILVA JUNIOR, R. L.; WAISBERG, I. (Org.). Comércio Eletrônico. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2001. p. 195.

*informação em geral, mas garante o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional.*<sup>5</sup>

Somente através da informação e do intercâmbio com essas tecnologias, especialmente a Internet, é que se pode saber sobre elas e conciliá-las ao meio jurídico, uma vez que o Direito é tido como ciência pela sua lógica, e as tecnologias existentes também possuem sua lógica.

Com toda essa implicação, acredita-se que a sociedade brasileira precisa aprender a lidar com essa nova forma de relacionamento, seja no âmbito educacional, científico ou comercial. Daí decorre a importância do aprofundamento de uma das dimensões do comércio eletrônico, em seu aspecto jurídico, especialmente no que envolve a questão contratual.

## II - O meio eletrônico e o contrato

WIELEWICKI diz que “... além dos contratos com objeto de Internet, a vida digital possibilitou o surgimento de uma nova espécie de instrumento que servem à realização de negócios jurídicos: os contratos eletrônicos”.<sup>6</sup>

Atualmente, diante da dificuldade da presença física das pessoas para consolidar um negócio comercial, não mais são utilizados os contratos convencionais, consagrados pela doutrina clássica, relativamente às obrigações, porque, estando as partes num mesmo país ou em países diferentes, utilizam-se do meio mais moderno, qual seja, o eletrônico.

Também WIELEWICKI acrescenta:

*Ainda que sucintamente, os contratos eletrônicos podem ser definidos como instrumentos obrigacionais de veiculação digital. São todas as espécies de signos eletrônicos transmitidos pela Internet que permitem a determinação de deveres e obrigações jurídicos.*<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> NUNES, L. A. R. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor: direito material. São Paulo: Saraiva, 2000. p.48.

<sup>6</sup>Ibid., p. 198.

<sup>7</sup>Ibid., p. 198.

Ainda sobre esse aspecto TUCCI destaca que “... assim, o negócio jurídico concluído pela Internet é aquele que se perfaz por meio de um instrumento eletrônico, no qual vem expressado o consentimento dos contratantes”.<sup>8</sup>

No entanto, se de um lado a comunicação eletrônica agiliza o comércio nacional ou internacional, tornando relativa a noção de tempo e espaço, certamente não se pode olvidar as implicações do Direito vigente quanto à aplicabilidade de suas normas e suas limitações.

Com o advento de tal modalidade de negócio, atingem-se novas oportunidades e métodos, processando-se e armazenando-se dados, diferenciando-se o tempo real e o de propagação.

O comércio é uma das mais antigas atividades humanas e alvo do interesse das sociedades em todas as épocas no sentido de evidenciar seu aperfeiçoamento e criação de formas novas de comercializar os bens. Os novos recursos tecnológicos apenas vieram para consolidar, uma vez mais, essa preocupação - expor a mercadoria ao comprador, convencionar o pagamento, entregá-la o mais rapidamente possível, com segurança e eficiência, depois de concluído o negócio.

A efetividade do comércio eletrônico prende-se ao fato de oferecer vantagens diversas em relação a outras formas de comércio, já firmadas ao longo do tempo. Para VENTURA, comércio eletrônico é “... a operação que consiste em comprar e vender mercadorias ou prestar serviços por meio eletrônico”.<sup>9</sup>

Tais facilidades propiciam às partes realizar transações comerciais, antes mesmo da formalização dos contratos, de tal forma que podem aceitar ou não as propostas oferecidas, dispensando-se outros sistemas, tais como catálogos, prospectos, circulares, ganhando, em resumo, na rapidez e eficiência.

Além desses aspectos, o comerciante conta com a ampliação do marketing, redução do tempo de entrega dos produtos e das formalidades aduaneiras, simplificação das remessas e pagamentos, bem como inovação de sistemas de gerência e distribuição.

Se, de um lado, os meios eletrônicos possibilitam a contratação, causando impacto nos modelos tradicionais de fazer negócios, também esbarram na regulamentação desse tipo de atividade.

---

<sup>8</sup>TUCCI, J. R. C. e. Eficácia Probatória dos Contratos Celebrados pela Internet. In: LUCCA, N. de.; SIMÃO FILHO, A. (Coord.). Direito & Internet:: aspectos jurídicos relevantes. São Paulo: Edipro, 2000. p. 275.

<sup>9</sup> VENTURA, L. H. Comércio e Contratos Eletrônicos: aspectos jurídicos. São Paulo: Edipro, 2001. p. 20.

No ordenamento jurídico brasileiro, mais especificamente no Direito Civil, encontram-se as normas aplicáveis aos contratos. No entanto, faz-se mister ressaltar que tal contrato tem legislação pertinente, como a Lei Modelo de Uncitral e as Diretivas Européias.

### III - Os contratos eletrônicos

Pode-se dizer que o século XX foi notadamente marcado pela produção em massa, conceito que, aplicado originariamente à indústria, renovou-se e penetrou em todos os setores da sociedade, especialmente nas relações comerciais.

As transformações mais significativas do progresso tecnológico sintetizadas por DOWBOR<sup>10</sup> apontam para cinco eixos: a informática, que vem revolucionando todas as áreas e, em particular aquelas que lidam com conhecimento; a biotecnologia<sup>11</sup>, que se ainda não invadiu totalmente o ambiente cotidiano, deverá constituir-se na força principal deste século; o raio laser, cuja utilização está se generalizando na medicina, comércio, eletrodomésticos e outros setores; as telecomunicações, que conhecem transformações mais profundas e dinâmicas que a vivida pela informática, o que torna possível e cada vez mais barato transmitir tudo, textos, imagens, sons, em grandes volumes e com rapidez; e, finalmente, os novos materiais como as novas cerâmicas, os supercondutores, as novas formas de plástico, etc., cujas características permitem novos avanços na eletrônica, na informática e nas telecomunicações.

Essas transformações chegam cada vez mais perto ao serem incorporadas às diversas formas de relacionamento e consumo. Esse é o caso da Internet, que vem se revelando o meio moderno e simples de realizar negócios, com relativo investimento de capital e de pessoas, pois,

---

<sup>10</sup> DOWBOR, L. Da globalização ao poder local: a nova hierarquia dos espaços. In: FREITAS, M. C. de. (Org). A reinvenção do futuro. São Paulo: Cortez, Bragança Paulista, SP: USF – IFAN, 1996.

<sup>11</sup> Biotecnologias: os países altamente industrializados e dependentes de matérias-primas básicas têm investido maciçamente em indústrias de pesquisa e desenvolvimento de novos materiais e biotecnologias, em substituição aos recursos tradicionais. Mouhoud, E. M. Changement technique et division international du travail. (1993: 93).

segundo pesquisas do *International Data Corporation-IDC*, são movimentados 117 bilhões de dólares anuais com o comércio eletrônico.

Apesar do dinamismo desse tipo de comércio, não há como prever as suas capacidades futuras, porém não se pode ignorar que a Internet transformou o mundo dos negócios, proporcionando às empresas, às pessoas e até às entidades governamentais uma amplitude jamais alcançada.

O comércio eletrônico desenvolve, então, de forma eficiente, uma das atividades que mais atende aos anseios da sociedade capitalista, ou seja, o ato de comerciar. Pode-se observar que tal ato está presente nos shoppings virtuais, apesar de que, no Brasil, se comparado com as demais localidades do mundo, ainda são poucos. Para CARVALHO

*(...) muitos são os atrativos desse comércio eletrônico. Além de implicar a concretização de negócios de maneira extremamente célere, é inegavelmente mais cômodo, já que o consumidor pode executar qualquer operação direta e confortavelmente de sua residência ou do local que mais lhe aprouver.<sup>12</sup>*

Não só lojistas cibernéticos são amplamente encontrados, mas também instituições financeiras estão investindo nesse mercado, com a finalidade de proporcionar aos seus clientes maior comodidade nas compras. Realizar compras sem ter que se dirigir às lojas convencionais, receber de forma mais rápida e eficiente, escolhendo a forma de pagamento, é tudo o que o consumidor quer.

O comércio eletrônico, no entanto, não visa somente à compra e venda de mercadorias, mas também de serviços. SILVA se posiciona no sentido de que:

*Os reflexos da popularização da Internet podem também ser identificados na área de prestação de serviços, em que, muitas vezes, o cliente contata o profissional do qual pretende tomar os serviços e contrata a realização dos respectivos serviços através do site ou do e-mail de tal prestador, sendo o próprio*

---

<sup>12</sup> CARVALHO, R.B. de. A Internet e as Relações de Consumo. In: SHOUERI, L. E. (Org.) Internet: O Direito na Era Virtual. Rio de Janeiro: Forense, 2001. p. 98.

*serviço realizado pelo prestador e encaminhado ao cliente por meios eletrônicos de transmissão de dados.*<sup>13</sup>

Na realidade, o que o diferencia dos demais meios é a oferta de algo que é melhor do que já existe e daquilo que até então era inexistente, ou seja, o novo.

No aspecto evolutivo, o comércio eletrônico contribuiu muito com as empresas, pois elas passaram a concretizar seus negócios que antes ocorriam da forma tradicional, de forma virtual, inclusive inovando seus produtos e serviços e adaptando-os à nova realidade.

Certamente, num primeiro momento, essas empresas sofreram impactos com as mudanças, porém perceberam que grandes avanços estavam por vir. Na realidade, acrescentou-se o intercâmbio com fornecedores, distribuidores, clientes e outras pessoas interessadas na atividade comercial explorada.

É consenso geral que os negócios tradicionais não deixarão de existir, ainda que isso possa ocorrer acentuadamente em alguns ramos. Ressalta-se, porém, que o ambiente interativo entre a empresa e o cliente passa a funcionar mais equilibrado.

Se o nome que se dá à capacidade de realizar transações que envolvem troca de bens e serviços, entre duas ou mais partes, eletronicamente, é comércio eletrônico, estabelece-se aí uma figura jurídica, o contrato. Para DONNINI

*(...) a noção de contrato estampada no Código Civil brasileiro é aquela de um acordo de vontades centrado em bases eminentemente individuais, prevendo uma igualdade formal dos contratantes. Todavia, é inegável que o contrato modificou-se ao longo do tempo, seja no seu conteúdo, seja nas suas funções, em razão da própria transformação da sociedade, a partir da Revolução Industrial. Houve o que se denominou massificação da sociedade. Em sendo assim, novas formas de contratação, como os contratos de adesão, os padronizados e, mais recentemente, os eletrônicos, surgiram e, como consequência, o tratamento clássico para as relações contratuais tornou-se ineficaz, por permitir que acordos iníquos, com absoluta ausência de boa-fé, fossem convalidados, sob o argumento constante do brocardo *pacta sunt servanda*, ou no menos*

---

<sup>13</sup>SILVA, E. D. da. Aspecto Espacial da Incidência do ISS sobre os Serviços Prestados pela Internet. In: SCHOUERI, L. E. (Org.). Internet: O direito na era virtual. Rio de Janeiro: Forense, 2001. p. 175-176.

*utilizado contractus ex conventione partium legem accipiunt (os contratos são lei por convenção entre as partes).<sup>14</sup>*

As atividades comerciais desenvolvidas pelos mecanismos denominados *business to business*, *business to consumer*, *business to government* e *consumer to consumer* necessitam de um documento para validar os interesses comuns.

O comércio eletrônico vem sendo objeto de estudo, especialmente para grandes investimentos, pois é detentor de enorme poder de transformar economicamente o mundo. Essa transformação vai deixar de lado a conceituação de que economia está ligada somente aos fatores de produção (terra, capital, trabalho), para acrescentar mais um ingrediente, o conhecimento.

A abundância se sobrepõe à escassez. Com isso, temos um comércio mais dinâmico, global, digital, interligado por redes, resultante da Internet, que passou a estimulá-lo, fazendo com que o tradicional se modificasse fundamentalmente. O crescimento desse mercado também se prende ao fato de que os novos softwares de decodificação, criptografia<sup>15</sup> e técnicas de verificação de assinaturas estão se tornando mais seguros.

Com o crescimento dos negócios eletrônicos, face ao desenvolvimento da tecnologia, e com a mudança dos hábitos da sociedade, reduzindo o tempo e o espaço para concretização das transações comerciais, impõe-se cuidado minucioso com os aspectos legais quanto à sua formalização e às repercussões legais que dela podem advir.

No entanto, a legislação, em âmbito internacional e nacional, ainda apresenta um vácuo, não obstante o esforço concentrado de juristas para garantir a segurança e efetividade das transações realizadas no âmbito do comércio eletrônico.

---

<sup>14</sup>DONNINI, R. F. A Constituição Federal e a Concepção Social do Contrato. In: VIANA, R. G. C.; ANDRADE NERY, R. M. (Org.). Temas Atuais de Direito Civil na Constituição Federal. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2000. p. 74.

<sup>15</sup> Criptografia. Escrita por meio de abreviaturas ou de sinais convencionados entre duas ou mais pessoas. Grande Dicionário Larousse Cultural da Língua Portuguesa. 1999, p. 278.

Esses questionamentos se prendem principalmente à contratação via Internet, incluindo técnicas jurídicas e normas de prudência para aqueles que contratam por esse meio, e o valor legal dessas técnicas de segurança.

Se, por um lado, as partes contratantes procuram resguardar seus direitos e obrigações, igualmente devem fazê-lo preservando direitos de terceiros, cuidado que deve ser ainda maior por parte da empresa ao disponibilizar seus serviços ou oferecer produtos pela Internet.

A Organização Mundial de Propriedade Intelectual - OMPI, ao elaborar o “*Estudio sobre Comercio Electrónico y Propiedad Intelectual*” (Genebra, 2000), apontou três problemas jurídicos: os contratos eletrônicos; a Internet - jurisdição e direito aplicável; e a tecnologia digital - problemas de aplicação, que envolvem legislação e confiabilidade.

O contrato desempenha um papel essencial no comércio eletrônico nacional e especialmente no internacional, diante da necessidade de regramento dessa relação entre as partes, até porque, diante de sua interatividade, tais transações podem ocorrer através de contrato prévio.

#### IV - Tipos de contratos eletrônicos

Pode-se dizer que os contratos, de modo geral, são firmados entre pessoas presentes, também chamados de interpresentes, ou entre pessoas ausentes, ditos como interausentes. Refletindo sobre o tema, WALD opina no sentido de que:

*Como contrato entre presentes, entende-se não apenas o contrato realizado por pessoas que estejam juntas, como também os contratos realizados por representantes ou procuradores ou mediante acordo telefônico”. Já “nos contratos entre ausentes, também denominados contratos por correspondência (efetuados por cartas, telegramas, fax ou mensagens), enfrentam-se os partidários das teorias da informação, da declaração, da expedição e da recepção.<sup>16</sup>*

---

<sup>16</sup>WALD, A. Obrigações e Contratos. 14. ed. revista, atualizada e ampliada com a colaboração do Prof. Semy Glanz. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2000.

Sabe-se que de um acordo de vontades entre duas partes ou mais, existindo uma proposta e sua conseqüente aceitação, nasce um contrato. Nenhuma das partes pode exigir o implemento do outro, se não cumpriu aquilo a que também se obrigou, pois responderá por perdas e danos se desistir do cumprimento do avençado. Diz-se que é expressa ou tácita a aceitação. Assim sendo, a manifestação de vontade somente será expressa se a lei assim determinar; caso contrário, será sempre tácita.

Será considerado celebrado o contrato no lugar em que foi proposto, tanto nos negócios nacionais como nos internacionais, a teor do disposto no artigo 1.087 do Código Civil. Tratando-se de contrato entre presentes, o lugar de sua formação dá-se onde as pessoas se encontram, por ser de consenso geral, especialmente quando as partes não estabelecem outro local.

Para os contratos celebrados eletronicamente, é de entendimento geral que sejam considerados como celebração entre ausentes, uma vez que a Internet é meio e não lugar, ficando sujeitos às normas em vigor que lhes sejam aplicáveis.

Para JUNQUEIRA,

*(...) os contratos formalizados por meio da informática ou do teleprocessamento poderão ser considerados como sendo realizados entre presentes ou entre ausentes, conforme ocorram por transmissão instantânea (on line) ou diferida no tempo (off line).<sup>17</sup>*

Por outro lado, o projeto<sup>18</sup> da Ordem dos Advogados do Brasil - OAB considera como presente aquele que realiza uma contratação por telefone ou outro meio semelhante de comunicação, o que, na verdade, enseja muita discussão, especialmente ao falar-se daqueles contratos realizados via Internet.

A indefinição sobre se o contrato celebrado via Internet se dá entre presentes ou ausentes também coloca dúvidas quanto ao foro competente para solução de litígios dele decorrentes. Isso porque, se as partes firmarem um contrato pela Internet, ou seja, virtualmente falando, estariam no mesmo lugar, logo o entendimento é de que se considera entre presentes. No entanto, se, ao invés de lugar, a Internet for

---

<sup>17</sup>JUNQUEIRA, M. Contratos Eletrônicos. Rio de Janeiro: Mauad, 1997. p. 23.

<sup>18</sup> O projeto de lei de autoria da OAB/SP recebeu o nº 1589/99 sendo o mais completo dos projetos em estudo e nele está sendo proposta a equiparação do documento eletrônico assinado pelo seu autor mediante sistema criptográfico de chave pública e de diversas questões relativas ao comércio eletrônico.

considerada meio, a proposta e a aceitação se dariam em lugares diferentes, e o contrato seria considerado então entre ausentes, celebrado no local de sua proposição.

A legislação para dirimir essa questão ainda não está definida, o que implica em interpretações divergentes.

### Os contratos eletrônicos “B to B” e “B to C”

Entre os contratos eletrônicos; encontram-se os classificados como:

a) B to B – Business to Business

Tanto a Internet como a *World Wide Web* (WWW) são responsáveis pelo desenvolvimento do comércio eletrônico, pois possibilitam inúmeras oportunidades para que as empresas se adaptem às necessidades atuais do mercado, proporcionando aos seus clientes maior e melhor atendimento. Em contrapartida, a empresa se dinamiza, fazendo com que seus serviços e negócios atinjam patamares incalculáveis.

*CARVALHO* assevera que “... normalmente o B2B encontra-se relacionado com a compra e venda de produtos, insumos e suprimentos por parte das empresas, com a integração da cadeia de fornecedores pela Internet, v.g., a integração de redes de supermercados com fornecedores de produtos”.<sup>19</sup>

No passado, esse tipo de mercado era mais utilizado por instituições financeiras. Entretanto, hoje em dia, milhões de usuários utilizam-se da Internet, sejam eles simples consumidores ou empresas. Um dos fatores atraentes dessa nova modalidade de mercado é a rapidez da conclusão dos negócios, além do baixo custo. Outro aspecto significativo do crescimento célere do comércio eletrônico é a estimulação da economia, fazendo com que, além de novas oportunidades, cresça a concorrência, o que, sem sombra de dúvida, é o ideal para todos.

Apesar de muitos ainda pensarem que o comércio eletrônico tem como objetivo as vendas dirigidas para os consumidores, executivos mais experientes e pesquisas recentes mostram que as oportunidades e o desenvolvimento maior serão aqueles advindos das transações entre empresas (B2B).

---

<sup>19</sup>SCHOUERI, L. E. (Org.). Internet: O direito na era virtual. 2. Ed. Rio de Janeiro: Forense, 2001. p. 97.

A tecnologia da informação que serve ao comércio eletrônico visa à interação das organizações com os clientes, e também com outros parceiros que compartilhem de seus interesses.

O acesso à informação, os serviços de comunicação interpessoal, as empresas virtuais e as compras feitas *on line* ainda são muito poucos para justificar o desenvolvimento rápido do comércio eletrônico. Pode-se dizer que esse tipo de comércio tem por objeto construir um mercado com segurança, em circuito fechado, conectando parceiros comerciais, sejam eles verticais ou transversais de uma indústria de negócios.

Caracteriza-se também o comércio eletrônico no aspecto de encadeamento comercial, entre fornecedores, fabricantes e distribuidores, fornecendo informação atualizada dos produtos. As operações de negócios ficam mais importantes no B2B, porque há colaboração em tempo real e automação, integrando-as para concretização.

Se por um lado não é fácil adaptar-se às mudanças impostas pelo novo comércio, por outro lado é positiva essa transição: altera-se a cultura empresarial, permitindo flexibilização e inovação; os interesses ficam racionalizados, há uma certa baixa da hierarquia da administração e os novos alvos são mais agressivos frente aos desafios.

Com isso, os custos de estoque se reduzem, as decisões sobre investimentos são mais céleres, as vendas fluem mais rapidamente, aumentando as condições de previsão e melhorando o atendimento ao consumidor. Mas as empresas não podem ignorar certos cuidados nessa atuação, como treinamento, infra-estrutura e logística. Devem atentar também para os aspectos jurídicos e legais dessa modalidade de negócios.

Esse tipo de contrato é celebrado entre empresas e, se o futuro é digital, aquelas que não entrarem na Internet, no comércio eletrônico e em outros meios tecnológicos, certamente não se manterão no mercado, podendo até se retirar dele.

#### b) B to C – Business to Consumer

Segundo CARVALHO, “... define-se o *business to consumer (B2C)*, em síntese, como os negócios efetuados através da Internet entre as empresas, na qualidade de produtoras, fabricantes, fornecedoras e etc., e o consumidor final, destinatário

*derradeiro dos respectivos produtos ou serviços”.* <sup>20</sup> *É utilizado de empresa para o consumidor.*

Seja no âmbito nacional ou internacional, há uma preocupação dos juristas com vistas a uma segurança mais efetiva, dada a grande utilização da Internet na realização de negócios. Na verdade, busca-se a rapidez nessas transações eletrônicas, mas nem sempre são observadas as garantias de sua validade e eficácia jurídicas.

Um negócio comercial mercantil é representado, na maioria das vezes, por documento, logo a utilização da Internet não exige essa forma de contratar, seja comprando, vendendo ou oferecendo serviços. Os pressupostos legais devem estar presentes nesse meio de comerciar, porém deve-se analisar se são suficientes para dar proteção às partes.

Não obstante todas as alterações encontradas na legislação comercial, no decorrer do tempo, até atingir as mais modernas atividades, a figura do comerciante empresário não sofreu mudanças na essência de sua definição, na forma de interagir, nem na sua constituição.

Se a atividade exercida for fator gerador de impostos, o comerciante deverá possuir um estabelecimento comercial, registrar seus atos constitutivos perante a Junta Comercial do local de sua sede, possuir alvará, cadastro nacional de pessoa jurídica, livros fiscais, que são exigidas pela legislação pertinente. A legalização das empresas nos termos da constituição é requisito obrigatório tanto para as tradicionais como para as virtuais.

Para que uma empresa possa oferecer produtos e serviços pela Internet, não basta apenas desenvolver seu *website* e colocá-lo à disposição dos internautas, mas resguardar direitos de terceiros no tocante à privacidade das informações que, para serem divulgadas, dependem de autorização prévia, por meio de instrumento formal, seja a divulgação de imagem ou obra intelectual, ou até mesmo um modelo industrial. Por tais motivos é que as operações precisam ser avençadas formalmente entre aquele que disponibiliza a informação e aquele que tem o acesso à mesma.

Todo cuidado é pouco. A rede tem grande alcance e, na mesma medida, não tem meios seguros para impedir invasões, motivo pela qual a formalidade é fator preponderante, com intuito de impedir que atos ilícitos sejam praticados nessa modalidade de comércio eletrônico.

---

<sup>20</sup>SCHOUERI, L. E. (Org.). Internet: O direito na era virtual. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2001. p. 97.

Mesmo que um negócio eletrônico seja realizado entre duas ou mais pessoas, gera direitos e obrigações entre eles e terceiros. Toda empresa deve procurar garantias de seu patrimônio, dos direitos disponibilizados e de que sua utilização não se fará além dos limites pré-estabelecidos.

A propaganda na Internet também é responsável pelos negócios *on line*., de maneira que, sendo identificada como desleal ou enganosa, fica sujeita à aplicação das sanções previstas em lei específica.

Se toda empresa deve observar as questões decorrentes de sua presença na Internet, o consumidor também deve estar presente nessas observações porque, ao adquirir um produto ou serviço por intermédio desse meio, fica sujeito a sofrer o impacto de uma situação conflitante, ilícita, a ponto de causar-lhe prejuízo irreparável ou de difícil recuperação. O consumidor terá guarida legal, em caso de comportamento ilícito, através do Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90, em seus artigos 4º e 37) e do artigo 195, I e II da Lei da Propriedade Industrial, que será invocado por concorrência desleal, podendo ser, portanto, ressarcido de eventual dano que venha a sofrer.

O artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor tutela a dignidade do consumidor ou usuário, a tal ponto de permitir que ele ingresse com ação contra o fornecedor sem estar obrigado a comprovar a culpa, pois o ônus da prova fica invertido.

Entre os benefícios usufruídos pelo consumidor no mercado global, acessado eletronicamente, encontram-se as compras realizadas de forma mais eficiente, liberdade de escolha, serviços personalizados a um menor preço, novas maneiras de adquirir serviços e produtos.

O fornecedor, em contrapartida, é outro beneficiado ao disponibilizar seus negócios *on line*, especialmente aqueles que criam, distribuem e vendem não só mercadorias, mas também serviços. Com custos reduzidos, alcança um maior público, em virtude do fato de permanecer em atividade 24 horas por dia, com novos métodos de distribuição, contatando diretamente o cliente, obtendo maiores informações sobre os consumidores, tudo com um marketing personalizado.

Se de um lado se vê os aspectos positivos do comércio eletrônico, impulsionando um volume de negócios imensurável, por outro, também apresentam desvantagens, como por exemplo o excesso de informação, atraso nas entregas, falta de conhecimento tecnológico e segurança.

Essas transações também repercutem na tributação, uma vez que, enquanto atividade mercantil ou civil, geram ganhos que ficam sujeitos à tributação. Conforme explica SILVEIRA

*Muito embora as transações efetuadas via Internet possam compreender inúmeros tipos de negócios jurídicos, grande parte deles sujeita-se à tributação à medida que produz efeitos no mundo dos fatos, dando nascimento à obrigação tributária. Sendo muitos os negócios jurídicos condicionados a acontecimentos no mundo físico (entrega de bens, mercadorias ou serviços), é claro que tais fatos ensejarão o nascimento da obrigação tributária, devendo as partes envolvidas cumprir todas as obrigações fiscais pertinentes.<sup>21</sup>*

Os pressupostos legais têm que ser observados, sob pena dos negócios não se realizarem, independentemente de todos os avanços tecnológicos. Outro aspecto dos negócios comerciais realizados pela Internet é que estão tomando grande vulto, não só por ser um meio eficaz e independente de acessar informações a grande distância, mas por proporcionar redução do tempo e espaço para que as transações comerciais possam ser finalizadas.

## V - O Código de Defesa do Consumidor nos contratos eletrônicos

Não se pode negar que a Internet desenvolveu-se muito nos últimos anos e nem que continuará esse processo nos anos vindouros, ainda mais rapidamente, de modo a alterar a vida e os negócios no mundo. Nesse contexto, o aspecto talvez mais importante e de proporção gigantesca é o comércio eletrônico, o “e-commerce”.

---

<sup>21</sup>SILVEIRA, R. M. da. Internet e Fiscalização Tributária. In: SCHOUERI, L. E. (Org.). **Internet: O direito na era virtual**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2001. p.389.

No Brasil, a regulamentação de tal atividade é deficitária, muito embora existam as normas que dão amparo ao consumidor, como o Código de Defesa e Proteção do Consumidor. Sua aplicação refere-se às relações de consumo, ou seja, elas se estabelecem quando um indivíduo adquire um produto ou serviço de um fornecedor como destinatário final.

Tendo a Internet, como uma de suas principais funções, propiciar o meio de apresentação de produtos e serviços, essa deve assegurar que as informações sejam corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa, sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, além de eventuais riscos que apresentem à saúde e segurança dos consumidores, segundo o artigo 31 da Lei 8.078/90.

Além das exigências do artigo referenciado, o artigo 46 do mesmo código pede que seja apresentado ao consumidor um contrato, entretanto, nos contratos celebrados pela *Web*, isso não acontece, podendo comprometer sua segurança e obrigatoriedade. Cabe ao consumidor estar sempre atento para que não tenha problemas decorrentes de compras contratadas eletronicamente.

O artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor também se aplica às compras realizadas pela *Internet*, da mesma forma que aquelas feitas por catálogo ou telefone, ou seja, fora do estabelecimento comercial. Assim, há possibilidade da devolução do produto e recebimento do dinheiro de volta nas compras feitas por meio eletrônico.

Nas compras *on line*, o arrependimento pode ocorrer, tendo em vista que o consumidor não desfrutou da oportunidade de manusear ou avaliar o produto real anteriormente, com a finalidade de saber se realmente iria lhe satisfazer. O artigo 49, do referido Código, diz ainda que é de sete dias, a contar da compra ou do recebimento do produto, o prazo para arrependimento do comprador, podendo ele devolvê-lo e ser ressarcido dos valores que eventualmente pagou, a qualquer título. Na mesma legislação, tais valores serão devolvidos de imediato e atualizados monetariamente pelo período em que permaneceram com o vendedor. Para isso, basta o consumidor entender que o produto não era o que ele esperava, nem o que lhe foi ofertado.

A desistência por parte do comprador é válida a partir do momento que ele envia a mensagem ao fornecedor, independentemente da demora com que este abra sua caixa postal, pois um *e-mail*, em geral, chega em questão de minutos ao seu destinatário.

Na realidade, a transparência no relacionamento entre fornecedor e consumidor é um dos princípios a serem seguidos, embora a contratação eletrônica ainda necessite de amparo legal para muitas questões decorrentes do direito do consumidor.

## Conclusão

Através da análise e interpretação da pesquisa bibliográfica existente sobre o Direito Civil, Comercial, Código de Defesa do Consumidor, da Constituição Federal e das normas específicas ligadas à Internet, bem como dos demais materiais utilizados, observou-se que o contrato continua sendo o principal instrumento dos negócios jurídicos para garantir às partes envolvidas nas transações de âmbito civil, mais especialmente nas comerciais, responsabilidade, validade, segurança e eficácia jurídica.

Os negócios jurídicos que mais se expandem no momento e que se servem do instrumento contratual dentro do *e-commerce* estão ligados ao *business-to-business (B2B)* e *business-to-consumer (B2C)* que, em sua maioria, ocorrem mediante contrato de adesão.

Muito embora o Código de Defesa do Consumidor dê respaldo jurídico às relações de consumo, em caso de litígios decorrentes dos negócios entre empresa e consumidor, e o Direito Civil e Comercial aos demais problemas que surgem fora desse contexto, não há legislação específica para a regulamentação do comércio eletrônico no país, para que possa assegurar aos usuários dessa nova modalidade de negócio maior segurança e validade aos contratos eletrônicos.

Entretanto, este trabalho permite identificar os pontos em que o contrato eletrônico se identifica com o clássico ou tradicional, e onde ambos divergem. Quanto aos princípios que norteiam o contrato, eles são iguais, a saber: a consensualidade, a relatividade dos contratos, a onerosidade excessiva e boa-fé, a autonomia da vontade, a supremacia da ordem pública e a força obrigatória. É evidente que nos contratos eletrônicos também existem outros princípios que os caracterizam e, ao mesmo tempo, os fazem diferir dos tradicionais – a identificação, a autenticação, o impedimento de rejeição, a verificação e a privacidade.

A identificação das partes é fator preponderante para validar o contrato eletrônico, bem como a autenticidade das assinaturas eletrônicas das partes envolvidas no negócio eletrônico. Isto porque, enquanto no

contrato tradicional ou clássico o contrato se dá interpresentes, no eletrônico ocorre interausentes.

No contrato clássico ou tradicional, estando as partes presentes, suas assinaturas podem ser colhidas no ato do negócio, na presença de duas testemunhas e posteriormente reconhecidas por tabelionato. Já no contrato eletrônico, sendo a assinatura digital, a autenticação e certificação se dão através de empresas privadas, idôneas, especializadas, como se fossem verdadeiros cartórios virtuais. Com esses cuidados, as partes não podem simplesmente invalidar o contrato apenas por ter sido constituído por meio eletrônico.

Também o registro em disco rígido (*hard disk*) do contrato firmado pelas partes é uma medida que pode ser utilizada como prova futura para dirimir eventuais dúvidas quanto ao conveniado eletronicamente. A privacidade do ambiente virtual é outro aspecto a ser considerado pelos contratantes, para que a validade não fique comprometida.

Este trabalho alerta aos interessados em contratar eletronicamente que procurem evitar estabelecer vínculos negociais com empresas e consumidores que não possam oferecer idoneidade, confiabilidade e segurança. As partes contratantes devem se preocupar também com a formação e repercussões legais dos negócios, já que faltam leis para dar maior segurança e efetividade às transações do comércio eletrônico.

Com isso, restou comprovado que as partes, ao manifestarem suas vontades, exteriorizadas pelo instrumento jurídico – o contrato – seja o tradicional ou eletrônico, confirmam a existência de negócio jurídico perante elas mesmas e a sociedade, na medida em que a forma e o meio utilizados servem como prova. Por esse fato, será através do Código de Defesa do Consumidor que serão resolvidos os litígios oriundos do *e-commerce*, face à legislação deficitária em outras áreas do direito.

## Bibliografia

BRASIL. Constituição 1988. *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF: Senado. 1988.

BRASIL. Código civil. Theotônio Negrão. 20. ed. São Paulo: Saraiva, 2001.

- BRASIL. *Código comercial: Organização dos textos, notas remissivas e índices por Juarez de Oliveira*. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2001.
- BRASIL. *Código de defesa do consumidor*. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1999.
- BRASIL. *Código de processo civil*. Theotônio Negrão. 32. ed. São Paulo: Saraiva, 2001.
- CARVALHO, João Andrades. *Código de Defesa do Consumidor: comentários – doutrina– jurisprudência*. Rio de Janeiro: Aide, 2000.
- DOWBOR, Ladislau. “Da globalização ao poder local: a nova hierarquia dos espaços”. In: FREITAS, Marcos Cezar de (org.). *A reinvenção do futuro*. São Paulo: Cortez; Bragança Paulista, SP: USF – IFAN, 1996.
- GOUVÊA, Sandra. *O Direito na Era Digital: crimes praticados por meio da informática*. Rio de Janeiro: Mauad, 1997.
- Grande Dicionário Larousse Cultural da Língua Portuguesa*. São Paulo: Nova Cultural, 1999.
- JUNQUEIRA, Miriam. *Contratos Eletrônicos*. Rio de Janeiro: Mauad, 1997.
- LUCCA, Newton de; SIMÃO FILHO, Adalberto (coord.). *Direito & Internet: Aspectos jurídicos relevantes*. São Paulo: Edipro, 2000.
- MOUHOUD, E. M. *Changement Technique e division internationale du travail*. Paris: Economia, 1993.
- NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2000.
- SILVA JUNIOR, Roberto Roland Rodrigues. *Internet e Direito: reflexões doutrinárias*. (coord.) Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2001.
- SILVA JUNIOR, Ronaldo Lemos da; WAISBERG, Ivo (org.). *Comércio Eletrônico*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2001.
- SCHOUERI, Luís Eduardo. *Internet – O Direito na Era Virtual*. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2001.

VENTURA, Luis Henrique. *Comércio e Contratos Eletrônicos* – aspectos jurídicos. São Paulo: Edipro, 2001.

VIANA, Rui Geraldo Camargo; ANDRADE NERY, Rosa Maria (org.). Temas Atuais de Direito Civil na Constituição Federal. In: *Revista dos Tribunais*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2000.

WALD, Arnaldo. *Obrigações e Contratos*. 14. ed. revista, atualizada e ampliada com a colaboração do Prof. Semy Glanz. In: *Revista dos Tribunais*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2000.

\* Delsa Maria Silva Lima Longanese é Mestre em Direito pela Universidade São Francisco. Especialista em Direito Processual. Professora universitária