

## **CONTRATO ELERÔNICO DE CONSUMO: UMA ANÁLISE DO DECRETO Nº 7.962, DE 15 DE MARÇO DE 2013**

**Paula Danielle Vieira Benevenuti<sup>1</sup>  
Deymes Cachoeira de Oliveira<sup>2</sup>**

### **SUMÁRIO**

Introdução; 1 Direito do Consumidor; 1.1 Conceito de Consumidor; 1.2 Conceito de Fornecedor; 1.3 Princípios do Direito do Consumidor; 1.3.1 Princípio da Informação ou o Dever de Informar e o Princípio da Transparência; 2 Contratação Eletrônica; 2.1 Legislação no Contrato Eletrônico; 3 Decreto nº 7.962, de 15 de Março de 2013 e sua Aplicação no *E-commerce*; Considerações finais; Referência das fontes citadas.

### **RESUMO**

Os contratos estão presentes em quase todas as relações humanas. No mercado de consumo foram inúmeros os avanços alcançados, com vistas à rapidez e satisfação dos anseios dos consumidores. A internet tem exercido uma importante posição na relação consumerista. Por intermédio da *web* a busca por produtos, serviços, tem aumentado cada dia mais, principalmente pela facilidade e comodidade que oferece. Devido a essa grande movimentação, o comércio eletrônico de consumo tomou um espaço significativo, não sendo acompanhado, todavia, pela legislação consumerista existente. Em 15 de março de 2013, após manifestação Presidencial no dia internacional do consumidor, editou-se o Decreto 7.962. Diante do exposto a pesquisa tem como objetivo apresentar considerações acerca do Decreto 7962/2013, e as alterações trazidas junto a regulamentação dos contratos eletrônicos.

**Palavras-chave:** Consumidor. Fornecedor. Transparência. Contratos Eletrônicos.

### **INTRODUÇÃO**

O Código de Defesa do Consumidor, Lei Federal 8.078/90, vem trazendo em seu texto legal diversos princípios e regras básicas para os consumidores e para os

---

<sup>1</sup> Acadêmica do Curso de Direito na Universidade do Vale do Itajaí, Campus Balneário Camboriú, Endereço eletrônico: paulinha\_benevenuti@hotmail.com

<sup>2</sup> Professor do Curso de Direito da Universidade do Vale do Itajaí. Advogado. Email: cachoeira@cc.adv.br.

fornecedores. Muitos destes princípios estão descritos também na CRFB/88, como por exemplo, o da Informação<sup>3</sup>.

Ocorre que, com o avanço tecnológico, e com a facilidade e comodidade dos consumidores em adquirir produtos sem saírem do conforto de suas casas, fez com que as compras a domicílio tenham a maior demanda de reclamações em Órgãos de Defesa do Consumidor, ou seja, PROCONs Estaduais e Municipais, e também uma grande demanda de ações nas Varas dos Juizados Especiais Estaduais.

Já prevendo as diferenças nas compras realizadas fora do estabelecimento comercial e em homenagem ao princípio da transparência, o Código de Defesa do Consumidor, previu em seu artigo 49 o direito de arrependimento para as compras em que não haja o contato direto com o produto.

Porém, mas mesmo com essa garantia, os problemas não foram totalmente evitados pois, a título de exemplo, a ausência de informação sobre quem estaria comercializando o produto, a ausência de endereço físico do estabelecimento, impedia a exercício do direito previsto no art. 49 do CDC.

Além das contratações individuais no mercado de consumo, a sociedade viu surgir o fenômeno das “compras coletivas”, sem que a legislação consumerista regulasse de maneira mais específica este tipo de contratação.

Em 15 de março de 2013, foi publicado o Decreto Federal 7962/2013, regulamentando o Código de Defesa do Consumidor para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico.

Identifica-se o objetivo da pesquisa, que é demonstrar quais as alterações trazidas pelo decreto e os seus efeitos na relação de consumo. O método a ser utilizado é o indutivo. Foram formulados os seguintes problemas de pesquisa: O que é comércio eletrônico? Foram criadas novas obrigações aos fornecedores atuantes

---

<sup>3</sup> Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, Art. 5º, XVI. Disponível em <http://www.planalto.gov.br> – Acesso em 11 Junho 2013.

no comércio eletrônico? Quais os efeitos para os consumidores em caso de descumprimento destas obrigações? As compras realizadas fora do estabelecimento comercial, mas não por meio eletrônico, também terão respaldo na nova regulamentação?

Para estes problemas de pesquisa foram formuladas as seguintes hipóteses:

1. Comércio eletrônico é todo aquele realizado através de qualquer meio eletrônico.
2. Foram criadas novas obrigações aos fornecedores atuantes no comércio eletrônico.
3. Em caso de descumprimento daquelas obrigações pelos fornecedores, o consumidor poderá exigir o cumprimento forçado das mesmas.
4. O referido decreto abrange somente as transações efetuadas por meio eletrônico e não se aplica às outras formas de contratação realizadas fora do estabelecimento comercial.

## **1 DIREITO DO CONSUMIDOR**

A proteção ao consumidor é feita através de um conjunto de regras jurídicas, que compõem um sistema interdisciplinar. Concorrem para esse sistema, o Direito Civil, especialmente contratos; o Direito Comercial, nas relações de consumo que envolvem comerciantes, como participantes de negócios mistos; o Direito Administrativo, quanto ao exercício do poder de polícia, sobre preços e pela condição de consumidores dos usuários dos serviços públicos; o Direito Penal, sancionando condutas consideradas de maior gravidade; o Direito Processual, assegurando a tutela judicial do consumidor.

Luis Antonio Rizzato Nunes<sup>4</sup> ensina que, o direito do consumidor leva em conta a função das regras jurídicas, oposta aos critérios antigos da classificação

---

<sup>4</sup> NUNES. Luis Antonio Rizzato. Curso do direito do consumidor. 6 ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2011, pg. 113.

finalista do Direito, que legou a sua compartimentalização (Direito Civil, Direito Penal, Direito Comercial, etc.).

Indo além dos interesses individuais, o direito do consumidor insere-se entre os interesses difusos e coletivos, que reclamam um regime jurídico diferenciado, por se assentarem em bases diversas daquelas que serviram à construção do sistema privado.

### **1.1 Conceito de Consumidor**

O Código de Defesa do Consumidor apresenta como conceito de consumidor aquele que adquire ou utiliza um produto ou serviço como destinatário final.

A teoria adotada pelo Código de Defesa do Consumidor foi a “Teoria Finalista”, na qual se conceitua consumidor o destinatário final dos produtos e serviços.<sup>5</sup>

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire produto ou serviço como destinatário final.

Mas o CDC também equiparou, em certas situações, as pessoas a consumidores, como continua o art. 2º em parágrafo único:

Parágrafo Único: Equipara-se á consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Segundo a teoria maximalista, o Código de Defesa do Consumidor surgiu para ser um código geral de consumo. Para os maximalistas, basta que a pessoa retire o bem da cadeia de consumo para se tornar um destinatário fático e, portanto, um consumidor. Assim, pois, para essa teoria, o conceito estabelecido pelo artigo 2º, do CDC, deve receber interpretação mais ampla possível. Consumidor será aquele que retira a mercadoria do mercado de consumo (destinatário fático), não importando, para tanto, se o produto adquirido será utilizado para o desenvolvimento de uma atividade lucrativa, isto é, se será reintroduzido na cadeia produtiva e de consumo. BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. Manual do Direito do Consumidor. 2ª ed., RT – Revista dos Tribunais, São Paulo, 2009.

<sup>6</sup> Lei Federal 8078/90 – Código de Defesa do Consumidor – Art. 2º Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências - Disponível em <http://www.planalto.gov.br> – Acesso em 23 Mar. 2013.

Além do dispositivo legal acima, o CDC também menciona outras situações em que pessoas que não se enquadram no conceito de consumidor, são equiparadas a consumidor.

As hipóteses estão previstas nos arts. 17 e no artigo 29 do CDC, abaixo transcritos:

Art.29 Para os fins deste capítulo e do seguinte equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.<sup>7</sup>

Dessa forma, consumidor não é apenas aquele que adquire ou utiliza bens ou serviços, mas também as vítimas do evento dano em caso de fato do produto ou do serviço e aqueles expostos as práticas previstas no CDC.

Porém, no presente artigo será considerado com consumidor apenas aquele que utiliza um produto ou serviço com destinatário final, adotando-se a corrente finalista.

## 1.2 Conceito de Fornecedor

O conceito de fornecedor do artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

Conforme Luis Antonio Rizzato Nunes<sup>8</sup>, Não há exclusão alguma do tipo de pessoas jurídica, já que o Código de Defesa do Consumidor é genérico e busca

---

<sup>7</sup> Lei Federal 8.078/90 – Código de Defesa do Consumidor – Art. 29. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em <http://www.planalto.gov.br> – Acesso em 23 de Mar. 2013.

<sup>8</sup> NUNES. Luis Antonio Rizzato. Curso do direito do consumidor. 6 ed. rev. e atual. [Saraiva](http://www.saraiva.com.br). São Paulo: Saraiva, 2011. pg. 131.

atingir todo e qualquer modelo. São fornecedores as pessoas jurídicas públicas ou privadas, nacionais ou estrangeiras, com sede ou não no país, as sociedades anônimas, as por quotas de responsabilidade limitada, as sociedades civis, com ou sem fins lucrativos, as fundações, as sociedades de economia mista, as empresas públicas, as autarquias, os órgãos da Administração direta.

A leitura simples desse caput já é capaz de nos dar um panorama da extensão das pessoas enumeradas como fornecedoras, que seriam todas as pessoas capazes, físicas ou jurídicas, além dos entes desprovidos de personalidade.

### **1.3 Princípios do Direito do Consumidor**

Se a Lei 8.078/90<sup>9</sup> tivesse se limitado aos seus primeiros sete artigos, ainda assim o consumidor poderia receber uma ampla proteção, pois eles refletem concretamente os princípios constitucionais de proteção ao consumidor e bastaria aos intérpretes compreender seus significados. Isso é verdade e mais: ver-se-á que as normas posteriormente estipuladas no Código de Defesa do Consumidor concretizam mais ainda esses princípios e direitos básicos.<sup>10</sup>

Dentre muitos princípios que regulam as relações consumeristas estão à dignidade, proteção à vida, saúde e segurança, proteção e necessidade, transparência, harmonia, vulnerabilidade e liberdade de escolha.

Para esta pesquisa em razão do objetivo previamente traçado, serão trabalhados os seguintes princípios conforme passar-se-á a abordar a seguir.

#### **1.3.1 Princípio da Informação ou Dever de Informar e o Princípio da Transparência**

---

<sup>9</sup> Código de Proteção e Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em <http://www.planalto.gov.br> – Acesso em 23 Out. 2012.

<sup>10</sup> NUNES. Luis Antonio Rizzato. Curso do direito do consumidor. 6 ed. rev. e atual. [São Paulo: Saraiva](http://www.saraiva.com.br), 2011. p 145.

O dever de informar é princípio fundamental da Lei 8.078/90, aparecendo inicialmente no inciso II do artigo 6º, e, junto ao princípio da transparência estampado no *caput* do artigo 4º, traz uma nova formatação aos produtos e serviços oferecidos no mercado.<sup>11</sup>

Trata-se de um dever exigido mesmo antes o início de qualquer relação. A informação passou a ser componente necessário do produto e do serviço, que não podem ser oferecidos no mercado sem ela.

O princípio da transparência está previsto no *caput* do artigo 4º, do Código de Defesa do Consumidor, e traduz a obrigação de o fornecedor dar ao consumidor a oportunidade de tomar conhecimento do conteúdo do contrato que está sendo apresentado, acrescenta Luiz Antonio Rizzato Nunes<sup>12</sup>

Ensina ainda Luiz Antonio Rizzato Nunes<sup>13</sup>, que da soma dos princípios, compostos de dois deveres, o da transparência e o da informação, fica estabelecida a obrigação de o fornecedor dar cabal informação sobre seus produtos e serviços oferecidos e colocados no mercado, bem como das cláusulas contratuais por ele estipuladas.

## 2 Contratação Eletrônica

A contratação eletrônica se faz tão presente nos dias atuais, a ponto de afirmar que qualquer tipo de transação para a aquisição de um produto ou de um serviço pode ser efetivada através do contrato eletrônico, e isso faz com que

---

<sup>11</sup> NUNES. Luis Antonio Rizzato. Curso do direito do consumidor. 6 ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2011. p. 177.

<sup>12</sup> NUNES. Luis Antonio Rizzato. Curso do direito do consumidor. 6 ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2011. pg. 178.

<sup>13</sup> NUNES. Luis Antonio Rizzato. Curso do direito do consumidor. 6 ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2011. pg. 178.

amente a produtividade do comércio eletrônico. Para José Wilson Boiago Júnior<sup>14</sup>, os contratos eletrônicos realizados, em sua grande maioria, são de consumo, valendo-se assim, da utilização do Código de Defesa do Consumidor que também se aplica a esta modalidade de contrato.

Segundo José Wilson Boiago Júnior<sup>15</sup>, em todas essas hipóteses, as operações que se realizam *on-line* envolvem:

(...) fornecedores de bens ou serviços, uma vez que tanto o provedor de acesso quanto o provedor de conteúdo disponibilizam serviços e produtos que podem ser adquiridos e/ou utilizados pelo usuário da Internet; consumidores, ou seja, usuários da internet que adquirem bens ou utilizam serviços, disponibilizados no espaço cibernético como destinatários finais, e; uma contratação bilateral ou plurilateral que precisa ser formalizada dentro das condições do ambiente digital, porquanto a transação tem que ser concluída instantaneamente, mediante documento eletrônico e sem complicações burocráticas.

Embora as contratações via internet tenham se tornado uma constante na vida em sociedade, não se pode afirmar que todas as transações efetivadas na internet são consideradas seguras e confiáveis, pois nas relações entre pessoas, ocorrem conflitos nas discussões que dos contratos.

## 2.1 Legislação no Contrato Eletrônico

Diante de muitos fatores acerca da contratação eletrônica, o direito deve regular as relações contratuais eletrônicas, pois o mercado digital exige regras, tendo em vista as questões de proteção ao consumidor, privacidade de dados,

---

<sup>14</sup> BOIAGO, José Wilson, Junior. Contratação Eletrônica: Aspectos Jurídicos – 1º ed.- Curitiba: Juruá, 2005. pg. 78.

<sup>15</sup> BOIAGO, José Wilson, Junior. Contratação Eletrônica: Aspectos Jurídicos – 1º ed.- Curitiba: Juruá, 2005. pg. 78.

assinatura digital, correio eletrônico, bem como aspectos de grande relevância no ciberespaço<sup>16</sup>.

Em virtude disso, é que foi aprovada em 16 de dezembro de 1996, pela Comissão das Nações Unidas, a denominada “Lei Modelo sobre Comércio Eletrônico”<sup>17</sup>, na qual não se trata de uma Lei propriamente dita, mas sim, de diretrizes e recomendações que servirão como um “norte” aos países de todo o mundo, quando da elaboração de legislações sobre o comércio eletrônico.

## **2.2 Contratos de Adesão de Produtos e Serviços por Consumidor no Ambiente Virtual**

Do até aqui exposto, pode-se observar que no comércio eletrônico e nas negociações realizadas por meio eletrônico em geral, é raro as partes negociarem condições contratuais, estando os negócios praticados e entendidos como contratos de adesão.

Todavia, em se tratando de relação de consumo, a regulação dos contratos de adesão é ainda mais severa. O Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 46, estabelece a que:

Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance<sup>18</sup>.

---

<sup>16</sup> BOIAGO, José Wilson, Junior. Contratação Eletrônica: Aspectos Jurídicos – 1ª ed.- Curitiba: Juruá, 2005. pg. 79.

<sup>17</sup> MARTINS, Guilherme Magalhães. CDC e o Comércio Eletrônico. Resolução 51/162 da Assembleia Geral de 16 de Dezembro de 1996 - Lei Modelo da UNCITRAL sobre o Comércio Eletrônico. Disponível em <http://www.cartaforense.com.br> - Acesso em 22 de Out. 2012.

<sup>18</sup> Lei Federal 80/78 de 11 de setembro de 1990. Art. 46. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em <http://www.planalto.gov.br>. Acesso em 23 de Out. 2012.

Neste sentido, Leonardo de Medeiros Garcia<sup>19</sup>, ensina que, para que os contratos que regulam relações de consumo tenham validade e obriguem os consumidores, é preciso que os fornecedores lhes ofereçam oportunidade de tomar conhecimento efetivo de todos os direitos e deveres, principalmente no que se refere às cláusulas restritivas de direitos em contratos de adesão.

Em contratos de adesão de produtos e serviços pela internet, dificilmente o consumidor tem a chance de verificar em quais condições está efetuando a compra. Embora ele tenha conhecimento prévio da descrição e quantidade do produto, ele necessita de uma descrição mais detalhada, além do de costume. Conforme, Lucia Maurity Noura<sup>20</sup>, em regra, as informações apresentadas nas compras de produtos e serviços pela internet são: preço e forma de pagamento, prazo de entrega, o prazo de garantia e os dados do vendedor.

Ocorre que, a maioria dos sites de venda, não informam os direitos básicos do consumidor, quais as condições em que o consumidor possa estar prejudicado, e quem o consumidor pode procurar caso o produto não seja entregue, ou o serviço efetuado.

### **3 Decreto 7.962 de 15 de março de 2013 e sua Aplicação no *E-commerce*<sup>21</sup>.**

---

<sup>19</sup> GARCIA, Leonardo Medeiros. Direito do Consumidor: Código Comentado e Jurisprudência – 5. ed. – Niterói: Impetus, 2009. pg. 281.

<sup>20</sup> NOUIRA, Lucia Maurity. Condições gerais de venda para um site de comércio eletrônico. Disponível em <http://www.kioskea.net>. Acesso em 23 de Out. 2012.

<sup>21</sup> Comércio eletrônico ou e-Commerce é um conceito aplicável a qualquer tipo de negócio ou transação comercial que implique a transferência de informação através da Internet. Abrange uma gama de diferentes tipos de negócios, desde sites de retalho destinado a consumidores, a sites de leilões, passando por comércio de bens e serviços entre organizações. E-commerce é actualmente um dos mais importantes fenómenos da Internet em crescimento. O e-commerce permite que os consumidores transaccionem bens e serviços electronicamente sem barreiras de tempo ou distância. O comércio electrónico expandiu-se rapidamente nos últimos anos e prevê-se que continue expandir-se com a mesma taxa de crescimento ou mesmo que haja uma aceleração do crescimento. Brevemente as fronteiras entre comércio “convencional” e “electrónico”

O Decreto 7962/2013<sup>22</sup> veio regulamentar o Código de Defesa do Consumidor para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. Conforme o artigo 9º desse decreto, sua vigência se dar no mês de maio deste ano, em razão da vacatio legis de 60 (sessenta) dias a contar da publicação. Assim, como a publicação ocorreu em 15 de março de 2013, sua vigência será a contar de 15 de maio deste ano.

No artigo 1º deste decreto foram traçadas as principais diretrizes para que o consumidor tenha seus direitos assegurados:

**Art. 1º** Este Decreto regulamenta a Lei 8078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico, abrangendo os seguintes aspectos:

- I- informações claras a respeito do produto, serviço e do fornecedor;
- II- atendimento facilitado ao consumidor; e
- III- respeito ao direito de arrependimento.<sup>23</sup>

O artigo 1º vem regulamentar o Código de Defesa do Consumidor em razão de uma necessidade de adaptação da legislação infraconstitucional ao cenário já constituído há tempos: o comércio eletrônico. Local onde as informações podem ser voláteis, inseguras, onde o consumidor fica sujeito a uma infraestrutura alheia a seu

---

tenderão a esbater-se, pois cada vez mais negócios deslocam seções inteiras das suas operações para a Internet. Disponível em <http://www.gestordeconteudos.com>. Acesso em 05 Julho 2013.

<sup>22</sup> Decreto Federal 7962 de 15 de março de 2013. Regulamenta a Lei Federal 8078/90 para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. Disponível em <http://www.planalto.gov.br> - Acesso em 08 Abril 2013.

<sup>23</sup> Decreto Federal 7962 de 15 de março de 2013. Regulamenta a Lei Federal 8078/90 para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. Art. 1º. Disponível em <http://www.planalto.gov.br> - Acesso em 08 Abril 2013.

controle, sujeito a variações e alterações conforme a vontade do fornecedor de produtos ou serviços conforme os recursos disponíveis.<sup>24</sup>

Tendo em vista que o meio eletrônico é abstrato, imaterial, o consumidor fica ainda muito mais vulnerável a atos e omissões do fornecedor de produtos e serviços. Por isso, o atendimento deve ser facilitado por meio de canais de comunicação, que proporcionem esclarecimento, registros de reclamações, e quaisquer outras informações em pouco tempo. O atendimento deve ser razoavelmente rápido, objetivo e eficaz<sup>25</sup>.

O artigo 2º do decreto determina quais informações devem ser disponibilizadas para o consumidor a fim de que conheça melhor quem lhe oferece o produto ou serviço por meio eletrônico. A fim de que, em uma eventualidade, possa exercer os direitos insculpidos na lei regulamentada.

**Art. 2º** Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para oferta ou conclusão de contrato de consumo devem disponibilizar, em local de destaque e de fácil visualização, as seguintes informações:

I - nome empresarial e número de inscrição do fornecedor, quando houver, no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda;

II - endereço físico e eletrônico, e demais informações necessárias para sua localização e contato;

III - características essenciais do produto ou do serviço, incluídos os riscos à saúde e à segurança dos consumidores;

IV - discriminação, no preço, de quaisquer despesas adicionais ou acessórias, tais como as de entrega ou seguros;

---

<sup>24</sup> CAMPOS, Julio. Breves Comentários ao Decreto 7962/2013, que regulamentou o CDC para dispor sobre a contratação no comercio eletrônico. Disponível em <http://www.webcampos.net> – Acesso em 08 Abril 2013.

<sup>25</sup> CAMPOS, Julio. Breves Comentários ao Decreto 7962/2013, que regulamentou o CDC para dispor sobre a contratação no comercio eletrônico. Disponível em <http://www.webcampos.net> – Acesso em 08 Abril 2013.

V - condições integrais da oferta, incluídas modalidades de pagamento, disponibilidade, forma e prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto; e

VI - informações claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições à fruição da oferta.<sup>26</sup>

Dessa maneira, como o produto ou serviço só será utilizado pelo comprador após sua aquisição ou após sua entrega no endereço indicado, informação correta, clara, honesta e suficiente devera estar disponível a todos que se interessem pelo produto ou serviço antecipadamente<sup>27</sup>.

Nos sites de compras, normalmente são postas poucas informações técnicas. Raros são os sites que fornecem outras informações importantes, tratando o interessado como um mero leigo que não necessita de tanta informação, apenas alguns dados do produto e das condições de pagamento. Essa falta de completude da informação também viola o dever da informação e é causa de nulidade de contrato<sup>28</sup>.

A pesquisa na jurisprudência junto as Turmas de Recursos do Tribunal de Justiça de Santa Catarina demonstra que o Poder Judiciário tem aplicado o Código de Defesa do Consumidor, para o comércio eletrônico, bem como decisões administrativas utilizadas nos PROCON`s. Porem devido a falta de regulamentação especifica, tem-se fundamentado a infração da falta de informação para tais decisões. Em caráter ilustrativo segue:

**Apelação Cível n. 2012.050363-7, de Ituporanga - Relator: Des. Henry Petry Junior**

---

<sup>26</sup> Decreto Federal 7962 de 15 de marco de 2013. Regulamenta a Lei Federal 8078/90 para dispor sobre a contratação no comercio eletrônico. Art. 2º. Disponível em [http:// www.planalto.gov.br](http://www.planalto.gov.br) - Acesso em 08 Abril 2013.

<sup>27</sup> LORENZETTI, Ricardo L. Comercio Eletrônico. Tradução por Fabiano Menke. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004, p. 309.

<sup>28</sup> Decreto Federal 7962 de 15 de marco de 2013. Regulamenta a Lei Federal 8078/90 para dispor sobre a contratação no comercio eletrônico. Art. 2º. Disponível em [http:// www.planalto.gov.br](http://www.planalto.gov.br) - Acesso em 08 Abril 2013.

**APELAÇÃO CÍVEL. RESPONSABILIDADE CIVIL E CONSUMIDOR. AÇÃO DE RESOLUÇÃO DE CONTRATO C/C INDENIZAÇÃO. DANOS MATERIAL E MORAL. COMPRA E VENDA PELA INTERNET. PROCEDÊNCIA NA ORIGEM. I - DANO MATERIAL. PRODUTO NÃO ENTREGUE. RESPONSABILIDADE OBJETIVA. CULPA DA EMPRESA**

TRANSPORTADORA NÃO COMPROVADA. DEVER DE INDENIZAR CONFIGURADO. II - DANO MORAL. AQUISIÇÃO DE GELADEIRA NOVA. VENDA DO REFRIGERADOR ANTIGO. PRODUTO DE PRIMEIRA NECESSIDADE QUE NUNCA FOI ENTREGUE. TENTATIVAS DE SOLUÇÃO PELA VIA ADMINISTRATIVA NO PROCON. PROMESSAS DE SOLUÇÃO NÃO CUMPRIDAS. TRANSTORNOS QUE SUPERAM O MERO INADIMPLEMENTO. DIREITO À COMPENSAÇÃO. III - *QUANTUM*. VALOR. DESPROPORCIONALIDADE. REDUÇÃO. - SENTENÇA REFORMADA. RECURSO PARCIALMENTE PROVIDO.

I - Comprovada a compra pela *internet*, e seu respectivo pagamento, a não entrega do produto no prazo estipulado gera o dever de ressarcimento pela fornecedora, pois incidente a responsabilidade objetiva. A culpa exclusiva de terceiro (na hipótese, da transportadora), para romper o nexos causal, deve

restar comprovada e não ser resultado de contratação pela fornecedora, situações inócorrentes na espécie. II - *"Evidenciada a falha do serviço prestado pela demandada, a qual, em que pese o pagamento efetuado pelo autor, não*

*procedeu à entrega do produto adquirido, via internet, no prazo convencionado, violando a confiança depositada pelo consumidor, resta evidente o dever de indenizar"* (TJRS, EI 70034639351, Quinto Grupo de Câmaras Cíveis, relator PAULO ROBERTO LESSA FRANZ, j. em 16/07/2010). Adicione-se que o produto adquirido tratava-se de uma geladeira, gênero de primeira necessidade, ficando o consumidor desassistido, porquanto vendeu o similar antiga na expectativa do recebimento do novo. Frustradas, ademais, as tentativas de solução administrativa, inclusive via Procon, e vãs as promessas de solução. III - O *'quantum'* da compensação por dano moral há de ser fixado com moderação, em respeito aos critérios da razoabilidade e da proporcionalidade, levando em conta não só o grau da culpa e as condições econômico-financeiras do ofensor, e a extensão do sofrimento psíquico, de modo que possa significar uma reprimenda ao lesante, para que se abstenha de praticar fatos idênticos no futuro, mas não ocasione um enriquecimento injustificado para o lesado. Assim, fixando o magistrado *a quo* valor que desborda dessas premissas, deve ele ser diminuído. Vistos, relatados e discutidos estes autos de Apelação Cível n. 2012.050363-7, da comarca de Ituporanga (1ª Vara), em que é apelante B2W Companhia Global do Varejo, e apelado Thaís de Oliveira Faria: A Quinta Câmara de Direito Civil decidiu, por votação unânime, conhecer do recurso e dar-lhe parcial provimento. Custas legais. O julgamento, realizado nesta data, foi presidido pelo Excelentíssimo Senhor Desembargador Monteiro Rocha, com voto, e dele participou o Excelentíssimo Senhor Desembargador Jairo

Fernandes Gonçalves. Florianópolis, 30 de agosto de 2012. Henry Petry Junior – RELATOR – RELATÓRIO Voto, pois, pelo provimento parcial do recurso, tão-somente para reduzir a verba indenizatória para R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), que deve ser acrescido de juros de mora a contar do evento danoso, nos termos da Súmula n. 54 do STJ e atualização monetária da data da publicação desta decisão. É o voto.<sup>29</sup>

Também em caráter ilustrativo, segue:

RECURSO INOMINADO. AÇÃO DE RESCISÃO CONTRATUAL E REPETIÇÃO DE INDÉBITO. ASSINATURA DE REVISTA. DESISTÊNCIA NO TERCEIRO DIA. PEDIDO DE CANCELAMENTO. COBRANÇA INDEVIDA LANÇADA EM FATURA DE CARTÃO DE CRÉDITO. DEVER DE RESTITUIR AS PARCELAS PAGAS. REPETIÇÃO DO INDÉBITO. POSSIBILIDADE NA FORMA SIMPLES. SENTENÇA MANTIDA POR SEUS PRÓPRIOS FUNDAMENTOS. RECURSOS DESPROVIDOS. " Evidenciado pela prova constante dos autos que o demandante requereu a assinatura da revista e pediu o cancelamento no mesmo dia. (...) Falta de providências da demandada, ciente da manifestação de desistência, fazendo O Código consagra o direito de o consumidor arrepender-se e voltar atrás em declaração de vontade que haja manifestado celebrando relação jurídica de consumo. O direito de arrependimento existe per se, sem que seja necessária qualquer justificativa do porquê da atitude do consumidor. Basta que o contrato de consumo tenha sido concluído fora do estabelecimento comercial para que incida, plenamente, o direito de o consumidor arrepender-se. Deve fazê-lo, entretanto, dentro do prazo de reflexão, fixado pelo CDC em 7 (sete) dias. (...) Conta-se o prazo de reflexão a partir da conclusão do contrato de consumo ou do ato de recebimento do produto ou serviço." (GRINOVER, Ada Pellegrini e outros. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor. 7 ed. ver e ampl. Forense: 2001, p. 492 e 493)" (TJSC Apelação Cível n. 1.856/2004, de Anchieta, rel. Des. Selso de Oliveira)(...) Vistos, relatados e discutidos estes autos de Recurso Inominado n. 2012.600946-5, da comarca de Rio do Sul (Juizado Especial de Causas Cíveis), em que são recorrentes e recorridos Três Comércio de Publicações Ltda.: ACORDAM, em Sexta Turma de Recursos, por votação unânime, conhecer dos recursos e lhes negar provimento, mantendo-se a sentença por seus próprios fundamentos, adotada como acórdão, a teor do artigo 46, *caput* da Lei n. 9.099/95. Condena-se os recorrente ao pagamento de custas processuais e honorários advocatícios, estes fixados em 20% sobre o valor da condenação, nos termos do art. 20, § 3º do Código de Processo Civil, suspensos em razão da concessão do benefício da justiça gratuita, nos termos do art. 12 da Lei 1060/50. O

---

<sup>29</sup> (SANTA CATARINA). TJSC. Apelacao Civil n.2012.050363-7, de Ituporanga. 1º Vara Civil. Julgado em 30 Agosto 2012. Disponível em:< [http://app.tjsc.jus.br/jurisprudencia/busca.do#resultado\\_ancora](http://app.tjsc.jus.br/jurisprudencia/busca.do#resultado_ancora)>. Acesso em 23 Abril 2013.

juízo, realizado no dia 26 de setembro de 2012, foi presidido pelo Exmo. Sr. Juiz Sílvio Dagoberto Orsatto, com voto, e dele participou o Exmo. Sr. Juiz Ariovaldo Rogério Ribeiro da Silva.<sup>30</sup>

Se o decreto pudesse ser resumido em uma só expressão, certamente seria *eficácia das comunicações*. Parece que esta é a sua ideia central, imprescindível de efetivação no atual cenário de crescimento do comércio eletrônico em ritmo tão impressionante quanto ao do salto avassalador do número de reclamações de e-consumidores dirigidas aos órgãos de proteção.

Convergente à determinação de evolução da informação veiculada nos meios virtuais, estabeleceu o decreto novidade que representa o atendimento de antigo pleito, anteriormente previsto em projetos de lei que pretendiam tratar da matéria: a obrigatoriedade de identificação plena da figura do fornecedor. Pelas novas regras, os sites de compras e divulgação de ofertas deverão disponibilizar, com destaque, o nome empresarial, CNPJ ou CPF, endereço físico e *demais informações necessárias para sua localização e contato*.

Em se tratando de compras realizadas por meios eletrônicos, que é o que trata esta matéria, temos a necessidade de identificar o significado da palavra eletrônico ou eletrônica:

“(...) circuitos formados por componentes elétricos e eletrônicos, com o objetivo principal de *representar, armazenar, transmitir ou processar* informações além do controle de processos e servo mecanismos.”<sup>31</sup>

Diante desta definição, podemos confirmar hipótese de que toda compra realizada fora do estabelecimento comercial, mesmo por telefone, ainda terá respaldo no Código de Defesa do Consumidor, pois uma compra feita pelo telefone estará utilizando um “meio eletrônico”.

---

<sup>30</sup> (SANTA CATARINA). TJSC. Recurso Inominado n. 2012.600946-5, de Rio do Sul. 6ª Turma de Recursos de Lages. Julgado em 26 set 2012. Disponível em: <[http://app.tjsc.jus.br/jurisprudencia/busca.do#resultado\\_ancora](http://app.tjsc.jus.br/jurisprudencia/busca.do#resultado_ancora)>. Acesso em 23 Abril 2013.

<sup>31</sup> Definição de eletrônica – Site Wikipédia – Disponível em <http://www.wikipedia.gov.br> – Acesso em 11 Junho 2013.

Com a possibilidade de identificação do fornecedor, ademais, incentiva-se a concorrência saudável de mercado, muitas vezes maculada por aventureiros virtuais que, a despeito das responsabilidades exigidas pela lei do empresário brasileiro, utilizada suposto anonimato na Web para empreender sem qualquer ônus.

Também de acordo com o decreto, nas compras coletivas deverão ser destacados certos detalhes importantes, como a quantidade mínima de compradores, prazo para utilização da oferta, dados do ofertante e do responsável pelo site de compras coletivas. Prosseguindo no incentivo à clareza, determinou-se, por complementar, a apresentação de forma facilitada ao consumidor, em geral, de sumário com os principais direitos e obrigações resultantes da contratação, antes de sua finalização. O contrato completo, por sua vez, deverá ser disponibilizado de forma que o consumidor consiga conservá-lo ou reproduzi-lo após a venda. O fornecedor deverá, ainda, manter canal adequado e eficaz de atendimento eletrônico ao consumidor.

E, como não poderia deixar de ser, prevê o decreto que os meios adequados para o exercício ao direito de arrependimento, previsto no art. 49 do CDC, precisam ser apresentados de forma ostensiva ao comprador.

Diante do exposto, identifica-se também que embora o decreto não trate diretamente do assunto, a criação de canais facilitados de comunicação para o consumidor, até pelas orientações gerais consolidadas do CDC, também poderia ser orientação estendida às Redes Sociais, dada a maciça inserção dos brasileiros nestas mídias.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente artigo científico procurou discorrer de forma crítica sobre as compras realizadas de produtos e contratação de serviços em ambiente virtual e sobre a regulamentação do Código de Defesa do Consumidor.

Posteriormente foi apresentado estudo referente aos critérios para aplicação da Lei Federal 8.078/90 como regra para o prazo de arrependimento de compras efetuadas fora do estabelecimento comercial. Por fim, procurou-se apresentar uma análise referente à adoção do Decreto 7962/2013.

Ao longo da pesquisa se constatou que os consumidores possuem uma grande ferramenta a seu favor ao celebrar um contrato eletrônico, o princípio da informação, onde a lei consumerista demonstra quais as garantias jurídicas, e a partir deste ano, o Decreto 7962 é um grande auxílio na confirmação dessas garantias, mas principalmente que faz com que o contrato seja pactuado da maneira justa para o consumidor.

Sendo assim, o estudo é finalizado com a formulação de crítica construtiva no sentido de que a aprovação do Decreto 7962, sendo utilizado juntamente com o estabelecido na Lei Federal 8.078/90, baseado na hipossuficiência do consumidor, e no princípio da informação, proporcionam uma garantia a mais para o consumidor, no momento da contratação pela internet.

Ao encerrar o presente artigo, constata-se que seu objetivo foi alcançado, muito embora o tema seja profundamente amplo o que motiva a continuidade da pesquisa.

Finalizando, relembro os problemas de pesquisa e hipóteses apresentados na Introdução:

1. O que é comércio eletrônico? Comércio eletrônico é todo aquele realizado através de qualquer meio eletrônico. Esta hipótese foi confirmada;

2. Foram criadas novas obrigações aos fornecedores atuantes no comércio eletrônico? Sim, tendo como exemplo as obrigações estabelecidas no artigo 2º do referido Decreto. Esta hipótese foi confirmada;

3. Em caso de descumprimento daquelas obrigações pelos fornecedores, o consumidor poderá exigir o cumprimento forçado das mesmas? Sim, o consumidor poderá exigir o cumprimento da oferta, e fazer uso das obrigações estabelecidas no artigo 2º, bem como utilizar o disposto no artigo 46 do Código de Defesa do Consumidor. Esta hipótese foi confirmada;

4. O referido decreto abrange somente as transações efetuadas por meio eletrônico e não se aplica às outras formas de contratação realizadas fora do estabelecimento comercial? Sim, ele abrange somente compras realizadas por meio eletrônico, porém, no artigo 1º, em seu inciso III, uma das principais diretrizes para a relação de consumo eletrônica, é o respeito ao direito de arrependimento, disposto no artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor. Diante disso, esta hipótese foi parcialmente confirmada, pois o consumidor pode não fazer uso das obrigações do Decreto, porém poderá fazer uso do seu direito de arrependimento, mas que por sua vez, também veio disposto no mesmo.

## REFERÊNCIA DAS FONTES CITADAS

BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual do Direito do Consumidor**. 2ª ed., RT – Revista dos Tribunais, São Paulo, 2009.

BOIAGO, José Wilson Junior. **Contratação Eletrônica: Aspectos Jurídicos** – 1 ed.- São Paulo: Juruá, 2005.

Código de Proteção e Defesa do Consumidor, Lei Federal 80.78 de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em <http://www.planalto.gov.br>.

BENEVENUTTI, Paula Danielle Vieira; OLIVEIRA, Deymes Cachoeira de. Contrato Eletrônico de Consumo: Uma Análise do Decreto Nº 7.962, de 15 de Março de 2013. **Revista Eletrônica de Iniciação Científica**. Itajaí, Centro de Ciências Sociais e Jurídicas da UNIVALI. v. 4, n.4, p. 747-766, 4º Trimestre de 2013. Disponível em: [www.univali.br/ricc](http://www.univali.br/ricc) - ISSN 2236-5044.

Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária - Administrado pelo CONAR - Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária - [www.conar.org.br](http://www.conar.org.br) . Acesso 06 Out.2012.

Conceito de *E-commerce* – Disponível em <http://www.gestordeconteudos.com>. Acesso em 05 Julho 2013.

GARCIA, Leonardo Medeiros. **Direito do Consumidor: Código Comentado e Jurisprudência** – 5. ed. – Niterói: Impetus, 2009.

LAWAND, Jorge José. **Teoria Geral dos Contratos Eletrônicos**: São Paulo. (Citado por BOIAGO, José Wilson Junior. **Contratação Eletrônica: Aspectos Jurídicos** – 1 ed.- São Paulo: Juruá, 2005.)

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 6. ed. rev., atual. e ampl.– São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011.

MARQUES, Cláudia Lima. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor** – 3 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010.

MARTINS, Guilherme Magalhães. **CDC e o Comércio Eletrônico**. Resolução 51/162 da Assembleia Geral de 16 de Dezembro de 1996 - Lei Modelo da UNCITRAL sobre o Comércio Eletrônico. Disponível em <http://www.cartaforense.com.br> - Acesso em 22 de Out. 2012.

NOUIRA, Lucia Maurity. Condições gerais de venda para um site de comércio eletrônico. Disponível em <http://www.kioskea.net>. Acesso em 23 de Out. 2012.

NUNES, Luis Antonio Rizzato. **Curso do direito do consumidor**. 6 ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2011.

SANTA CATARINA. TJSC. **Recurso Inominado n. 2012.600946-5**, de Rio do Sul. 6ª Turma de Recursos de Lages. Julgado em 26 set 2012. Disponível em:< [http://app.tjsc.jus.br/jurisprudencia/busca.do#resultado\\_ancora](http://app.tjsc.jus.br/jurisprudencia/busca.do#resultado_ancora)>. Acesso em 20 out 2012.

(SANTA CATARINA). TJSC. Apelação Civil n. 2010.076000-4, da comarca de Xanxerê (1ª Vara Cível) Julgado em 26 agost. 2011. Disponível em:< [http://app.tjsc.jus.br/jurisprudencia/busca.do#resultado\\_ancora](http://app.tjsc.jus.br/jurisprudencia/busca.do#resultado_ancora)>. Acesso em 26 de novem. 2012.