



Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XX Seminário de Iniciação Científica

DOS CONTRATOS CELEBRADOS VIA INTERNET: PELA EFETIVIDADE DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR NA “ERA DO SILÍCIO”¹

Flávia Krauspenhaar², Elvis José Alves³, Angelita Woltmann⁴.

¹ Projeto de Iniciação Científica – PIBIC/UNICRUZ

² Acadêmica do curso de direito da Universidade de Cruz Alta – UNICRUZ, bolsista; flavia_k.rs@hotmail.com

³ Acadêmico do curso de direito da Universidade de Cruz Alta – UNICRUZ, voluntário; e.jalves@hotmail.com

⁴ Prof. orientadora da pesquisa. Doutoranda pela Universidade de Buenos Aires. Mestranda em Integração Latino-Americana da UFSM. Esp. em Direito Constitucional aplicado pelo UNIFRA. Esp. em Bioética pela Universidade Federal de Lavras(UFLA). Prof. da UNICRUZ. Advogada. awoltmann@gmail.com

Resumo: No final do último milênio, o mundo passou por uma série de mudanças baseadas na evolução das comunicações, da informática e das tecnologias de informação, as quais reestruturaram o capitalismo, a sociedade e o homem. Muitos autores consideram essas mudanças como uma nova revolução, tamanha a sua complexidade e a de seus efeitos, muito dos quais ainda não é possível avaliar. Isso tudo vem trazendo constantes modificações à sociedade e ao homem em diversos aspectos. Não obstante, essas mudanças são de grande interesse para o campo do Direito, que até o presente momento, encontra-se bastante atrasado nos estudos e pesquisas sobre este “novo homem” que começa a se formar. Pela primeira vez na história, a distância entre os disseminadores e os receptores da informação se tornou mínima e confusa. Hoje qualquer um pode ser um produtor em um meio de comunicação de massa, a mente humana passou a ser uma força direta de produção, não apenas um elemento importante no processo produtivo. Assim, o consumidor típico da sociedade de massa passou a assumir novas feições, voltadas cada vez mais para o consumo via internet, proporcionada. Comprar sem sair de casa, efetivar o pagamento via depósito bancário virtualmente e receber o produto ou o serviço dentro de pouco tempo mostram-se como grandes atrativos ao consumidor atual. Ocorre que, apesar da velocidade de adaptação dos sujeitos da chamada “Era do Silício”, a ignorância sobre o modus operandi, especialmente em relação aos deveres do fornecedor e à busca dos direitos ao consumidor não evoluiu com a mesma velocidade ocasionando um número cada vez maior de consumidores lesados e de “cibercontratos” repletos de cláusulas abusivas, onerosas demais à parte vulnerável da relação, o consumidor. Eis o foco do estudo dessa pesquisa.

A escolha do tema da pesquisa justifica-se pela relação contida entre a prática e teoria jurídica, na medida em que se esclarecem pontos importantes para os consumidores, visando sua proteção e atendendo suas necessidades, no que diz respeito à dignidade, saúde, segurança e possibilidade de buscar seus direitos através do Judiciário. Ademais, a temática apresenta-se em total similitude com um dos programas de pesquisa desta instituição, qual seja, “Sociedade, Comunicação e Cultura”, entrando em sintonia com a proposta de concretizar direitos fundamentais através de uma cultura de educação voltada para a ideia de inteligência coletiva.





Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XX Seminário de Iniciação Científica

Palavras-Chave: Consumidor. Contratos. Direitos. Internet.

Introdução

Desde a Revolução Industrial, com todas as suas amplas e profundas consequências econômicas, sociais e culturais, devido ao crescimento da tecnologia, a sociedade foi submetida ao risco e à complexidade. Tal Revolução trouxe para as ações e relações humanas o fenômeno da massificação social, que, nos tempos atuais, é responsável por grande parte das demandas que sobrecarregam o Judiciário. Assim entendem Cappelletti e Garth (1998, p. 57):

[...] “cada vez mais freqüentemente, por causa dos fenômenos de massificação, as ações e relações humanas assumem caráter coletivo, mais do que individual: elas se referem preferentemente a grupos, categorias e classes de pessoas, do que apenas a um ou poucos indivíduos (...) E na verdade, cada vez mais freqüentemente, a complexidade das sociedades modernas gera situações nas quais um único ato do homem pode beneficiar ou prejudicar grande número de pessoas, com a consequência, entre outras, de que o esquema tradicional do processo judiciário como “lide entre duas partes” (“Zweiparteinprozess”) e “coisa das partes” (“Sache der Parteien”) resulta completamente inadequado.”

Com a Revolução e sua explosão demográfica houve uma nítida separação entre as atividades de produção e comercialização, onde a demanda começou a aumentar e com isso gerou o chamado consumo de massa, também conhecido como consumo em larga escala. E nesse viés acrescenta Leite (2002, p.25) que:

“Até meados do século XVIII, consumidor e fornecedor encontravam-se em condições de igualdade. A atividade produtiva era artesanal e envolvia apenas os membros da família ou alguns poucos operários. As relações de consumo eram singelas e modestas: o consumidor final, via de regra, adquiria as mercadorias diretamente do produtor. Os bens eram manufaturados de forma quase individualizada para cada consumidor, o que contribuía para diminuir sensivelmente a margem de vícios ou defeitos.”

Diante disso, tornou-se necessária a implantação de normas destinadas a organizar todo esse processo econômico, que nas palavras de Leite (2002), começa no extrator da matéria-prima, passa pelos produtores primários e secundários e atravessa a rede mercantil-financeira-publicitária, até chegar ao consumidor final.

Assim, é de suma importância identificar os participantes de toda a cadeia produtiva, não só para proteção dos consumidores, mas para a própria viabilidade e sobrevivência do sistema. A isso acrescenta Filomeno (2001, p. 55):

“É exatamente por isso que, dentre os direitos básicos do consumidor, está a facilitação de seu acesso aos instrumentos de defesa, notadamente no âmbito coletivo, com o estabelecimento da responsabilidade objetiva, aliada à inversão do ônus da prova.”

Vive-se uma crise de paradigmas em um cenário composto por novos sujeitos sociais, novas demandas, conflitos e necessidades. Nesse contexto, o paradigma tradicional da Ciência Jurídica vem sendo desafiado a cada dia em seus conceitos, institutos e procedimentos.

A internet está a cada dia mais presente na sociedade de massa e pode-se dizer que ela já transformou até mesmo os relacionamentos. Com sua ascendente evolução, a Cibercultura acabou ganhando



Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XX Seminário de Iniciação Científica

importância vital em todos os âmbitos e adquiriu um peso significativo dentro do mercado de consumo. Castells (2003 p. 108-111) traz algumas expressões características deste novo paradigma que se aplica aos “novos contratos” entre consumidor-fornecedor: A informação agora é matéria-prima - no lugar da informação agir sobre a tecnologia, a tecnologia age sobre a informação; A penetrabilidade dos efeitos das novas tecnologias – considerando que a informação permeia toda a atividade humana, o novo meio tecnológico altera todos os processos da existência individual e coletiva; A lógica das redes – as novas tecnologias da informação permeiam todos os sistemas ou conjunto de relações; A flexibilidade e a convergência e interdependência tecnológica crescentes. Assim, o que por um lado se mostra extremamente célere e prático para ambas as partes contratantes, por outro lado acaba se revelando complexo e ampliador da desigualdade e desequilíbrio entre estes, cabendo ao consumidor à busca por seus direitos e ao fornecedor o conhecimento de seus deveres. Bauman (1999, p. 87-88), sobre o consumidor na era global, expõe que:

“O consumidor em uma sociedade de consumo é uma criatura acentuadamente diferente dos consumidores de quaisquer outras sociedades até aqui. Se os nossos ancestrais filósofos, poetas e pregadores morais refletiram se o homem trabalha para viver ou vive para trabalhar, o dilema sobre o qual mais se cogita hoje em dia é se é necessário consumir para viver ou se o homem vive para poder consumir. Isto é, se ainda somos capazes e sentimos a necessidade de distinguir aquele que vive daquele que consome.”

Para a Cibercultura, a conexão é sempre preferível ao isolamento, sendo um bem em si. O ideal é de que todos os computadores, aparelhos e pessoas encontrem-se ligados à Rede. O menor dos aparelhos deve receber e enviar informações a todos os outros, a Internet passando a se tornar presente em todo o espaço. As comunidades virtuais surgem dessa interconexão, a produção social construída sobre as afinidades, interesses e conhecimentos, em uma relação de cooperação e troca. Lévy (1999, p. 131) vê a inteligência coletiva como a “perspectiva espiritual” da cibercultura, “sua finalidade última”, embora a veja mais como um problema do que uma solução. Se a cibercultura permite a união das melhores mentes para soluções de problemas e um futuro melhor, também permite a união de grupos totalitaristas, xenófobos e por aí em diante. In casu, pretende-se utilizar desta “ferramenta” para educar o consumidor leigo a comprar na internet sem sofrer danos, em especial.

Objetivando proteger este consumidor a Constituição Federal de 1988 previu entre o quadro de direitos fundamentais a proteção aos abusos ocorridos nas relações de consumo. Posteriormente, isso foi consolidado pela Lei 8078/90, o Código de Defesa do Consumidor. Nesse viés, Andrade (2004) conceitua a relação de consumo como sendo uma relação entre consumidor e fornecedor objetivando a aquisição de produto ou serviço para consumo final. Assim, o comércio eletrônico não passa de uma relação de consumo sujeita à legislação que regula a matéria.

Neste sentido Shimitt (apud LEAL, 2007) entende que contratos à distância são aqueles que utilizam uma ou mais técnicas organizadas de comunicação à distância. Tais técnicas permitem que as vendas sejam realizadas sem a presença simultânea do consumidor e do fornecedor, podendo, nesse sentido, ser aplicadas aos contratos virtuais. A partir disso, questiona-se: É permitido aplicar a Lei 8078/90 a tais contratos? E, a partir da resposta positiva a tal indagação, surgem outras mais complexas e



Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XX Seminário de Iniciação Científica

significativas ainda, exatamente porque envolvem concretização dos direitos do consumidor na era da internet.

A defesa do consumidor é cláusula pétrea em nossa Constituição, portanto, é um direito que não pode ser subtraído ou diminuído e se aplica a todas as relações consumistas. A relação contratual que regula os contratos eletrônicos pode ser comparada ao contrato de adesão, que é aquele onde a parte economicamente mais forte (fornecedor) define os termos do contrato unilateralmente, sem que a parte mais fraca (consumidor) tenha liberdade para discutir as cláusulas contratadas como nos contratos paritários. A legislação pertinente à matéria contratual é extremamente favorável ao consumidor quando se fala em contratos de adesão. O objetivo é que seja equiparada a relação entre as partes ou, pelo menos, que sejam minimizadas as diferenças. Para isso, dentre as medidas adotadas cabe citar, principalmente, a adoção do entendimento mais favorável ao consumidor em caso de cláusulas dúbias, contraditórias ou ambíguas (art. 47 do Código de Defesa do Consumidor e 423 do Código Civil) que se assemelha a princípios do Direito Penal (*in dubio pro reo*) e do Trabalho (*in dubio pro operario*).

A falta de previsão dos contratos eletrônicos especificamente leva o intérprete a comparações com outras formas de contrato de forma análoga, como a citada acima e a da semelhança entre os contratos virtuais aos celebrados à distância. Indiferente da classificação que se dá a esse tipo de contratos, o mais importante é que em ambos os casos o consumidor não teve possibilidade de testar o produto ou avaliar o serviço de maneira adequada, o que não acontece quando a compra é realizada através de um estabelecimento comercial convencional (loja, p. ex.). Por isso, às compras realizadas fora do estabelecimento comercial do fornecedor é assegurado ao consumidor o direito de regresso ou de arrependimento, que nada mais é do que o direito de se arrepender do negócio e desfazer a compra pelo fato de o produto não atender às suas expectativas criadas através da imagem publicitária. Ora, se compras realizadas via internet se enquadram na classificação dos contratos celebrados à distância, o direito de regresso (art. 49 do Código de Defesa do Consumidor) é aplicável também a essas compras. Dessa forma, é assegurado ao consumidor que adquire qualquer produto ou serviço eletronicamente a desfazer o negócio no prazo de sete dias a contar da data do seu recebimento, tendo restituída a importância por ele paga corrigida monetariamente.

O Código de Defesa do Consumidor se omite no que diz respeito às despesas decorrentes do envio do produto ao fornecedor no exercício desse direito. Entretanto, o entendimento é de que isso implicaria na resolução do contrato com consequente retorno das partes ao estado anterior ao negócio. Dessa forma, o consumidor deverá arcar com as despesas do envio do produto de volta ao fornecedor. Finalmente, é indispensável que as partes ajam com boa-fé durante a contratação. Ou seja, ao consumidor devem ser informadas todas as qualidades do produto, identificação do fornecedor, confirmação da aceitação da proposta e aviso explícito quanto ao direito de recesso. Não havendo boa-fé por uma das partes, aquela que agir de má-fé será responsabilizada pela ineficácia do negócio, devendo arcar com todas as despesas do seu desfazimento.

Metodologia

O presente estudo será desenvolvido através de pesquisa qualitativa pelo método dialético-indutivo de abordagem, procedendo de dados particulares para se chegar a verdades gerais, em que estão





Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XX Seminário de Iniciação Científica

envolvidas questões de interesse público, a fim de se chegar a um conteúdo particular, qual seja, a busca de uma justiça social aos interesses difusos ou coletivos que envolvam o consumidor. O método de procedimento adotado é o descritivo e argumentativo, sendo a natureza da pesquisa a básica, pois envolve verdades e interesses universais. Do ponto de vista de seus objetivos é exploratória e utilizar-se-á como técnica de pesquisa a bibliográfica e documental. O material utilizado será em grande parte bibliográfico e, preferencialmente, de caráter interdisciplinar, incluindo desde documentos públicos até análise de doutrina e jurisprudência, a fim de esclarecer os pontos mais pertinentes sobre a aplicação do ordenamento jurídico consumerista brasileiro ao comércio eletrônico. Ademais, considerando que a pesquisa não se encontra finalizada, pretende-se realizar ainda entrevista semi-estruturada com consumidores e agentes do Proteção e Defesa do Consumidor, do Judiciário, do Ministério Público e Defensoria Pública para trazer a ela realidade e atualidade à pesquisa.

Resultados e discussão

A pesquisa apresenta resultados parciais decorrentes da revisão bibliográfica que está sendo realizada, usando-se como referencial teórico inicial os autores Pierre Levy e Manuel Castells. De acordo com o estudado até o momento, pode-se dizer que: Há diversas consequências das mudanças ocasionadas pela Cibercultura para o campo dos contratos no Direito do Consumidor, especialmente no que tange à concretização dos direitos fundamentais dos consumidores frente à Lei 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor). Isso acaba refletindo muito no comportamento do consumidor leigo, que necessita de mais informação ainda, pois é facilmente manipulável na frente de uma tela de computador. O presente trabalho objetiva alcançar exatamente esse consumidor, e não limitar-se à Academia ou a consumidores acostumados com a linguagem técnica típica das legislações. Para tanto, procura-se delimitar e "traduzir" alguns conceitos encontrados nas normas nacionais e internacionais para a linguagem do consumidor leigo, que está acostumando-se a comprar via internet. A Constituição Federal de 1988, o Código de Defesa do Consumidor, bem como outras legislações correlatas precisam ser compreendidas de fato por quem contrata virtualmente. Por isso, busca-se analisar casos concretos julgados pelo Judiciário brasileiro, fazendo-se a correlação com a compreensão de tais normatizações pelo consumidor da "era do silício".

Conclusão

Sobre os contratos celebrados através da Internet, seja sob a égide dos contratos de adesão, dos contratos à distância ou qualquer outra forma similar prevista em lei, apesar da inexistência de lei específica no Brasil que os regule, não há qualquer impedimento para a aplicação do Código de Defesa do Consumidor. Portanto, o diploma deverá ser aplicado de forma análoga a esses casos, a fim de que o consumidor – parte vulnerável da relação – não seja lesado e possa ter os seus direitos concretizados.

Referências Bibliográficas

BRASIL, Código Civil. Lei nº 10.406 de 2002. Institui o Código Civil. Brasília, 2002.
BRASIL, Código de Defesa do Consumidor. Lei nº 8.078 de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, 1990.





Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XX Seminário de Iniciação Científica

BRASIL, Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, 1988.

ANDRADE, Ronaldo Alves de. Contrato eletrônico no novo Código Civil e no Código de Defesa do Consumidor. Barueri, SP: Manole, 2004.

BAUMAN, Zygmunt Bauman. Globalização: as conseqüências humanas. Tradução de Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

CASTELLS, Manuel. A era da informação: Economia, sociedade e cultura: A sociedade em rede. (v. I). São Paulo: Paz e terra, 2003.

LEAL, Sheila de Rocio Santos. Contratos eletrônicos: Validade jurídica dos contratos via Internet. São Paulo: Atlas, 2007.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999.