

## DIREITOS REAIS NO CONSUMO VIRTUAL

Vinicius Roberto Prioli de SOUZA<sup>1</sup>  
Luciana Laura Tereza Oliveira CATANA<sup>2</sup>

**Resumo:** O referido trabalho tem o objetivo de discutir as relações de consumo em meio virtual, ou seja, se as práticas comerciais na Internet estão de acordo com os preceitos vigentes do Código de Defesa do Consumidor, bem como analisar as soluções disponíveis em nosso ordenamento jurídico para possíveis conflitos decorrentes destas relações de consumo. Tendo assim por objetivo, mostrar a aplicabilidade do direito de defesa do consumidor, presente no Código de Defesa do Consumidor, nas relações de consumo ocorridas em meio virtual, e ainda, demonstrar que a evolução dos meios de comércio via Internet é muito superior à atualização de nossa legislação, de modo a se tornar insatisfatório para se resolver possíveis conflitos decorrentes de tais relações de consumo. Sendo assim, necessário se faz a reforma legislativa, tanto em âmbito nacional como em âmbito internacional, estudando e analisando com maior profundidade os princípios constitucionais de defesa do consumidor e princípios estabelecidos no Código de Defesa do Consumidor, pois a legislação brasileira já não consegue acompanhar o avanço incansável da tecnologia e da informática, esta apresenta um grande atraso que dificulta substancialmente o alcance de novas soluções para eventuais conflitos que possam surgir desta relação de consumo.

**Palavras-chaves:** Código de Defesa do Consumidor, *E-commerce*; Internet.

---

<sup>1</sup> Bacharel em Direito pelas Faculdades Integradas “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente/SP. Mestrando em Direito pela Universidade Metodista de Piracicaba/SP – UNIMEP. E-mail: [vinicius\\_demolay@yahoo.com.br](mailto:vinicius_demolay@yahoo.com.br)

<sup>2</sup> Bacharel em Direito pelas Faculdades Integradas “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente/SP. E-mail: [lucianacatana@bol.com.br](mailto:lucianacatana@bol.com.br)

## **Introdução**

No cotidiano várias relações de consumo são praticadas, ou seja, todos são consumidores em potencial. Há vários meios de consumo. Pode-se consumir indo diretamente até determinada loja e adquirindo qualquer produto disponível na mesma ou ainda, quando um vendedor vai a residência de possíveis compradores e vos oferece um produto ou serviço, dentre outros meios.

A defesa do consumidor ganhou status constitucional com a Constituição de 1934, artigos 115 e 117, que estabelecia a proteção à economia popular, demonstrando assim a preocupação do constituinte com o tema, posto que brotava na nação a consciência da necessidade de proteção ao consumidor.

A Constituição Federal Brasileira de 1988 inovou ao incluir a questão da proteção ao consumidor entre os direitos e garantias fundamentais do cidadão. Percebeu-se que o consumidor exerce papel essencial no funcionamento do mercado e no desenvolvimento da economia, tendo o legislador constituinte o elevado ao mais alto nível do ordenamento jurídico brasileiro.

Em 11 de setembro de 1990 foi promulgada a Lei nº 8.078, o Código de Defesa do Consumidor, objetivando diminuir a grande diferença de poder existente entre o consumidor e o fornecedor e pretendendo disciplinar por completo as relações de consumo, definindo a figura do fornecedor, do consumidor, além das práticas comerciais abusivas e tipos de penalidade a ser imposta, regulando assim, os possíveis conflitos entre fornecedor e consumidor.

Sendo assim, não apenas o Código de Defesa do Consumidor tem base constitucional (artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias) como, também, todos os princípios da proteção acham-se constitucionalmente assegurados.

A Internet já é uma realidade inquestionável e insuperável. A cada dia, mais e mais pessoas ligam-se à Grande Rede Mundial<sup>3</sup> na busca de diversão, ajuda, informação, e ainda, produtos e serviços. O *e-commerce*, ou comércio eletrônico, como consequência natural do sucesso da Internet, apresenta-se igualmente como um fenômeno irreversível. Na medida em que as compras dos consumidores, feitas pela Internet, crescem, seja pelo aumento do número de internautas, ou por ter aumentado o grau de satisfação do consumidor com relação a este tipo de serviço, o número de shoppings virtuais e lojas *on-line* também se desenvolve progressivamente.

Ante a facilidade de vender e de expor os produtos e serviços na Internet, é grande o número de empresas que já possuem um site de vendas, enquanto outras se preparam para investir neste nicho, sob pena de restarem ultrapassadas. Assim, o Direito do Consumidor ganha relevante importância no mundo contemporâneo.

## **Discussão Teórica do Tema**

Em setembro de 1990 entrou em vigor Lei nº 8.078, considerada por muitos doutrinadores como uma das legislações mais avançadas do mundo em termos de regulamentação e garantia de direitos aos consumidores, principalmente, ao optar o legislador pela Responsabilidade Civil Objetiva, na qual pouco importa para o consumidor quem causou o dano, pois poderá exigir a reparação do dano quando este ocorrer no fornecimento de bens de consumo, de qualquer das partes envolvidas na cadeia de fornecimento, seja o fornecedor mediato ou o imediato, ou seja, do fornecedor direto, do

---

<sup>3</sup> Expressão utilizada para denominar a Internet.

intermediário, do fabricante do produto, ou de todos de uma só vez, formando um litisconsórcio.

Ainda, na década de 90, surgiram no Brasil com a popularização da Internet os chamados *Websites* de comércio eletrônico, que no primeiro momento eram utilizados como mecanismos de veiculação de propaganda ou mídia sobre os produtos. No segundo momento, teve início à comercialização de bens (produtos e/ou serviços) pela Internet, principalmente bens destinados ao consumo.

O comércio eletrônico como consequência natural do sucesso da Internet, apresenta-se igualmente como um fenômeno irreversível. Sendo assim, o comércio eletrônico nada mais é do que uma modalidade de compra, de bens e/ou serviços, à distância, utilizando-se de equipamentos eletrônicos de tratamento e armazenamento de dados, nos quais são transmitidas e recebidas informações a respeito do que se está comprando.

O mundo digital trouxe consigo a possibilidade da realização de diversos negócios através do computador. Com isso surgiram os chamados documentos eletrônicos, os quais, em síntese, são aqueles emanados da celebração de um negócio jurídico através de meio digital, principalmente, na Internet.

Atualmente, os documentos eletrônicos representam uma das maiores evoluções do crescimento e desenvolvimento da Internet na Terra, tendo em vista que a rede é mundial. Ao passar dos anos, mais e mais pessoas realizam o consumo virtual e os mais diversos negócios jurídicos pelo meio digital, e a este meio, dá-se a denominação de comércio eletrônico.

Para Albertin, 2002, p. 45:

A Internet e seus serviços básicos tais como correio eletrônico e WWW, têm criado um novo espaço para a realização de negócios. Esse novo ambiente tem fornecido para os agentes econômicos – tanto para empresas como indivíduos – canais alternativos para trocar informações, comunicar, distribuir diferentes tipos de produtos e serviços e iniciar transações comerciais.

Uma das inovações mais fascinantes com a criação da Internet é exatamente a possibilidade de realização de contratos de consumo com fornecedores estrangeiros, uma contratação envolvendo partes de países distintos, acabando assim com a clássica noção de territorialidade.

No entanto, desta nova forma de contratação internacional surgem alguns problemas, os quais são facilmente resolvidos pela legislação em vigor.

Ocorrendo a formação do contrato eletrônico com fornecedor estrangeiro, cria-se uma obrigação. Uma vez gerada a obrigação, na maioria das vezes deverá a mesma ser adimplida no Brasil, afinal, em decorrência da enorme comodidade, as compras realizadas pela Internet tem sua entrega domiciliar.

Segundo disposto no artigo 88, inciso II, do Código de Processo Civil:

Art. 88. É competente a autoridade judiciária brasileira quando:  
(...)  
II – no Brasil tiver de ser cumprida a obrigação;  
(...)

Ainda, consta no artigo 101, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor:

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

I – a ação pode ser proposta no domicílio do autor;  
(...)

Este consumo, tecnologicamente automatizado dispensa a maior parte de toda intervenção humana, surgindo muitos questionamentos quanto à ausência de vontade no momento da celebração dos contratos eletrônicos, que são apenas uma espécie de documento eletrônico. Mas, para que possa melhor entender o consumo virtual, primeiro deve-se estudar o que são os contratos eletrônicos.

Pode-se conceituar contratos eletrônicos como sendo negócios jurídicos bilaterais que utilizam o computador como mecanismo responsável pela formação e instrumentalização do vínculo contratual, ou ainda, como uma nova forma de contratação que facilita a relação dos contratantes.

Barbagalo, 2001, p. 37, assim ensina:

(...) definimos como contratos eletrônicos os acordos entre duas ou mais pessoas para, entre si, constituírem, modificarem ou extinguirem um vínculo jurídico, de natureza patrimonial, expressando suas respectivas declarações de vontade por computadores interligados entre si.

Pelo entendimento doutrinário, a manifestação da vontade pode se verificar de qualquer maneira inequívoca, de modo que o meio eletrônico é hábil a formação do vínculo contratual, desde que se consiga identificar o agente.

Existe dúvida quanto ao momento da formação do contrato, se é logo após a transação ou após algum tempo da mesma. Por exemplo, se a pessoa ao contratar pela rede em algum site, preencher algum tipo de cadastro e obtiver a resposta que seus dados estão corretos e que a negociação foi feita, naquele momento, as partes estarão comprometidas a cumprir cada qual com sua obrigação. Situação diferente ocorre quando ao fazer o mesmo procedimento, receber por *e-mail*<sup>4</sup> algum tempo depois a resposta informando que o negócio foi realizado com sucesso. Nesse caso, quando o e-mail, dizendo que o negócio está concluso for enviado e posteriormente recebido pelo consumidor, é que o contrato estará firmado.

Ao conhecer e analisar a existência e o funcionamento do denominado contrato virtual, está se estudando apenas uma ínfima porcentagem do que pode ocorrer neste universo virtual, sendo que tal fato se deve a grandiosidade da Internet.

Nesta grande malha<sup>5</sup> a *World Wide Web*, muito questiona-se acerca da aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor às relações de consumo celebradas em meio virtual, havendo controvérsia não só com relação aos contratos celebrados com fornecedores nacionais, mas em especial, quanto a relação firmada com fornecedores estrangeiros, levando-se em conta que a rede é mundial.

Inicialmente, no que toca às relações de consumo celebradas na Internet com fornecedores nacionais, são perfeitamente aplicáveis as disposições constantes do Código de Defesa do Consumidor.

Em um primeiro momento, deve-se analisar o seguinte: se a relação de consumo concretizada em meio virtual enquadra-se nos requisitos da Lei n.º. 8078/90, quais sejam, os conceitos de fornecedor e consumidor. Tal conduta reveste-se de extrema importância, haja vista que nem toda relação pactuada em meio virtual é de consumo, como por exemplo, o caso em que uma pessoa jurídica compra, na Internet, produtos de outra empresa objetivando a revenda, caso em que se estará diante de uma relação a ser

---

<sup>4</sup> Expressão utilizada para a denominação de correio eletrônico.

<sup>5</sup> Expressão também utilizada para a denominação de Internet.

regida por outras normas de nosso ordenamento jurídico pátrio, e não através das normas do Código de Defesa do Consumidor, pois não está presente a relação de consumo.

Assim, uma vez configurada a relação de consumo na Internet, com fornecedor nacional, inquestionável a incidência das normas de proteção ao consumidor, com alteração do foro para o domicílio deste, tendo em vista os princípios da *hipossuficiência* e da *inversão do ônus da prova*.

Ocorre que, os *cyber-consumidores*<sup>6</sup> passaram a celebrar contratos de compra de produtos e prestação de serviços, não só com fornecedores nacionais, mas também com empresas estrangeiras as quais, muitas vezes, não possuem estabelecimento físico em nosso país, ausentes ainda, qualquer representação ou filial.

Deste modo, no caso de alguma irregularidade havida em transação internacional, se estará diante de uma notória questão de confronto entre as normas de proteção ao consumidor e as regras do comércio mundial, surgindo-se deste fato, dúvidas quanto à legislação aplicável e o foro para solucionar possíveis controvérsias.

### **Considerações Finais**

É imprescindível que toda a sociedade tenha a consciência de que qualquer ação que na vida real constituiria uma relação de consumo, na maioria dos casos também se tipificaria como tal em meio virtual, exemplos disso são: compras e/ou vendas de bens, consumo de produtos e serviços, *downloads*<sup>7</sup> de músicas, entre outros.

Pouco mais de trinta anos foi tempo o suficiente para que a Internet saísse dos centros onde foi criada e abrisse suas portas para um mundo de mais de duzentos milhões de pessoas espalhados por todo o mundo, onde estas, conectadas entre si através de um provedor de acesso, iniciam seu percurso apenas navegando<sup>8</sup> seja em busca de diversão, de conhecimento, entre outros, percebem que quase todos os atos realizados neste universo virtual podem ser realizados da mesma forma no mundo real.

Esta grande Rede Mundial insurgiu para as pessoas que se utilizam dela como forma de um espaço paralelo, como uma realidade virtual que se concretiza no mundo real, das mais diversas formas.

Promulgado em 11 de setembro de 1990, o Código de Defesa do Consumidor é um subsistema autônomo, tendo vida própria, e vigente dentro do sistema constitucional brasileiro. Sendo considerado por vários doutrinadores, como uma das legislações mais avançadas do mundo em termos de proteção aos direitos dos consumidores.

Se o Código de Defesa do Consumidor é aplicado a todos, como demonstrado anteriormente, ao consumidor virtual de bens também não seria diferente, logo, uma vez caracterizada a relação de consumo, seja ela realizada no balcão de uma loja ou no frente da tela de um computador, utilizando-se da Internet, serão perfeitamente aplicáveis as normas constantes no Código de Defesa do Consumidor, Código Civil e Código Comercial.

Deve ser lembrado que, toda nova tecnologia envolve uma nova polêmica e que todo benefício implica em um risco. Portanto, a Internet possibilita uma forma de consumo jamais vista, e embora o número de *cyber-consumidores* cresça rapidamente e o sistema jurídico brasileiro não acompanhe tal crescimento, deve ser dada atenção especial à Rede Mundial no âmbito jurídico, investindo em tecnologia e capacitação pessoal para a repressão e prevenção de eventuais problemas e dificuldades encontradas pelos consumidores e/ou fornecedores, devido à utilização da referida rede.

---

<sup>6</sup> Expressão utilizada para denominar os consumidores em meio virtual.

<sup>7</sup> Expressão utilizada para baixar dados (arquivos, informações, etc.) da Internet.

<sup>8</sup> Expressão utilizada para denominar a utilização da Internet

Mister ainda, para que este objetivo seja alcançado é a já citada reforma da legislação brasileira, estudando e analisando com maior profundidade os princípios constitucionais de defesa do consumidor e princípios estabelecidos no Código de Defesa do Consumidor, pois a legislação pátria já não consegue acompanhar o avanço incansável da tecnologia e da informática, esta apresenta um grande atraso que dificulta substancialmente o alcance de novas soluções para eventuais conflitos que possam surgir desta relação de consumo.

## Referências bibliográficas

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

ALBERTIN, Alberto Luiz. **Comércio eletrônico: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

ALVIM, Arruda Eduardo... [et.al.]. **Código do consumidor comentado**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1995.

ARAÚJO FILHO, Luiz Paulo da Silva. **Comentários ao código de defesa do consumidor: direito processual: arts. 6º, VIII, 38 e 81 a 119**. São Paulo : Saraiva, 2002.

BARBAGALO, Erica Brandini. **Contratos eletrônicos: contratos formados por meio de redes de computadores: peculiaridades jurídicas da formação do vínculo**. São Paulo: Saraiva, 2001.

BARROSO, José Filho. **A tutela penal das relações de consumo**. Disponível em: <http://www1.jus.com.br/doutrina/texto.asp?id=2462>  
Acesso em: 24 ago. 2005.

BLUM, Rita Peixoto Ferreira. **Direito do consumidor na internet**. São Paulo: Quartier Latin: 2002.

BRASIL, Ângela Bittencourt. **Assinatura digital não é assinatura formal**. Disponível em:  
[http://www.e-commerce.org.br/Artigos\\_Geral/assinatura\\_digital.htm](http://www.e-commerce.org.br/Artigos_Geral/assinatura_digital.htm).  
Acesso em: 16 mar. 2002.

BRASIL; Código de defesa do consumidor (1990). **Código de defesa do consumidor, legislação de defesa comercial e da concorrência, legislação das agências reguladoras** : Atualizados até 31-12-2000. 2. ed., rev. e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2001.

BRASIL; **Código de Processo Civil**: Atualizados até 31-12-2005. 4. ed., rev. e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2001.

BRASIL, **Constituição da República Federativa do Brasil**: texto constitucional promulgado em 5 de outubro de 1988, com as alterações adotadas pelas Emendas Constitucionais nºs 1/92 a 35/2001 e pelas Emenda. Brasília : Senado Federal, Subsecretaria De Edições Técnica, 2002.

BRUNO, Marcos Gomes da Silva. **Aspectos jurídicos dos contratos eletrônicos**. Disponível em: <http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=2196>  
Acesso em: 23 ago. 2005.

CORRÊA, Gustavo Testa. **Aspectos jurídicos da internet**. São Paulo: Saraiva, 2000.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de direitos do consumidor**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis. **Aspectos jurídicos do comércio eletrônico.** Porto Alegre: Síntese, 2004.

GARCIA, Flávio Cardinelle Oliveira. **Da validade jurídica dos contratos eletrônicos.** Disponível em: <http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=4992>  
Acesso em: 16 ago. 2005.

GLANZ, Semy. **Internet e contrato eletrônico.** Revista dos Tribunais, fasc. civ. ano 87, v. 757, nov. 1998.

GRINOVER, Ada Pellegrini... [et. al.]. **Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto.** 7. ed. rev. atual. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.

KHOURI, Paulo Roberto Roque Antônio. **Direito do consumidor: contratos, responsabilidade civil e defesa do consumidor em juízo.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

LIMA, Rogério Medeiros Garcia de. **Aplicação do Código de Defesa do Consumidor.** São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2003.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais.** 4. ed. rev., atual. e ampl., incluindo mais de 1000 decisões jurisprudenciais. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2002.

MATOS, Tiago Farina. **Comércio de dados pessoais, privacidade e Internet.** Disponível em: <http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=5667&p=2>  
Acesso em: 16 ago. 2005.

MATTE, Mauricio de Souza. **Internet: comércio eletrônico: aplicabilidade do código de defesa do consumidor nos contratos de e-commerce.** São Paulo: LTr, 2001.

MORAES, Aurélio Casali de. **A aplicação do código de defesa do consumidor nos contratos eletrônicos.** Disponível em: [http://www.direitoemdebate.net/mon\\_cdc.html](http://www.direitoemdebate.net/mon_cdc.html)  
Acesso em 27 set. 2005.

NOGUEIRA, Bruno dos Santos Caruta. **Direito de arrependimento à luz do Código de Defesa do Consumidor.** Disponível em: <http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=5626>  
Acesso em: 23 ago. 2005.

NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor.** 2. ed. rev., modif. e atual. São Paulo: Saraiva, 2005.

PEIXOTO, Rodney de Castro. **O comércio eletrônico e os contratos.** Rio de Janeiro: Forense, 2001.

SARAN, Maria Carolina Genaro. **O ônus da prova e sua inversão no código de defesa do consumidor.**

Disponível em: <http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=4986> .  
Acesso em: 10 ago. 2005.

VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito civil:** contratos em espécie. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2003.