

Ana Carolina Agosti A. Cruz

A regulamentação hoje existente ainda é bastante incipiente, porquanto disciplina o comércio eletrônico de consumo de maneira sucinta, razão pela qual tais normas devem ser interpretadas conjuntamente com o CDC.



A internet revolucionou os comportamentos humanos especialmente a partir do início da década passada, trazendo novas perspectivas para a vida em sociedade. A magnitude desse impacto é tamanha que a internet modificou padrões de conduta e de relacionamentos, incluindo os de natureza comercial.

Como traço marcante de uma nova realidade social, capaz de mudar os padrões de comportamentos humanos, a internet também repercutiu nas relações comerciais, proporcionando o surgimento de uma nova modalidade de circulação de produtos e prestação de serviços: o comércio eletrônico.

O comércio eletrônico ou e-commerce é uma modalidade de transação comercial que viabiliza a circulação de produtos e/ou serviços não presencial, concluída por meio de equipamentos eletrônicos, através da internet.

Segundo o Ibope Media, há 105 milhões de internautas brasileiros (10/2013), sendo o Brasil o 5º país mais conectado do mundo. De acordo com a Fecomércio-RJ/Ipsos, o percentual de brasileiros conectados à internet aumentou de 27% para 48%, entre 2007 e 2011¹.

Vale destacar que, em 2008, foram gastos R\$ 8,2 bilhões em compras on-line. Já em 2009, mesmo com a crise econômica mundial, foram gastos R\$ 10,6 bilhões. Em 2010, um aumento representativo, de aproximadamente 40%, fechando com R\$ 14,8 bilhões, representando 1/3 de todas as vendas de varejo feitas no Brasil. Em 2012, foram gastos 22,5 bilhões², o que foi superado novamente com o movimento do comércio eletrônico em 2013, que alcançou o montante de 28,8 bilhões³.

Ainda assim, com todos esses números expressivos, apenas 20% dos internautas brasileiros fazem compras pela internet, sendo que, aqueles que ainda não utilizam o comércio eletrônico, não o fazem por não considerarem a operação segura (69%), ou porque não confiam na qualidade do produto (26%)⁴.

Nesse contexto, vale esclarecer que, mesmo com o advento do Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/14), juntamente com os Decretos nº 5.903/06 e 7.962/13, e a Lei Estadual nº 14.951/13 (Estado de São Paulo), entende-se que a regulamentação hoje existente ainda é bastante incipiente, porquanto disciplina o comércio eletrônico de consumo de maneira sucinta, razão pela qual tais normas devem ser interpretadas conjuntamente com o Código de Defesa do Consumidor.

Além dos direitos dos consumidores já expressos no Código de Defesa do Consumidor,

respectivamente nos seus artigos 30, 31 e 49, como **(i)** a vinculação da oferta por meio da publicidade, **(ii)** a informação adequada e **(iii)** o direito de arrependimento, o Decreto nº 7.962/13 determina que os fornecedores, os quais se utilizam do comércio eletrônico, devem prestar **informações adicionais**⁵, quais sejam:

- **quanto ao fornecedor: a)** 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; **b)** endereço físico e eletrônico, e demais informações necessárias para sua localização e contato.

- **quanto aos produtos e/ou serviços: a)** características essenciais do produto ou do serviço, incluídos os riscos à saúde e à segurança dos consumidores; **b)** discriminação, no preço, de quaisquer despesas adicionais ou acessórias, tais como as de entrega ou seguros, se acrescidos de juros e o seu percentual, dentre outros; **c)** condições integrais da oferta, incluídas modalidades de pagamento, disponibilidade, forma e prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto; e **d)** informações claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições à fruição da oferta.

Além delas, com relação ao **preço**, a informação deve seguir a mesma linha, de modo que o fornecedor garanta ao consumidor a⁶: **(i)** correção - a informação verdadeira que não seja capaz de induzir o consumidor a erro; **(ii)** clareza - a informação que pode ser entendida de imediato e com facilidade pelo consumidor, sem abreviaturas que dificultem a sua compreensão, e sem a necessidade de qualquer interpretação ou cálculo; **(iii)** precisão - a informação que seja exata, definida e que esteja física ou visualmente ligada ao produto a que se refere, sem nenhum embaraço físico ou visual interposto; **(iv)** ostensividade - a informação que seja de fácil percepção, dispensando qualquer esforço na sua assimilação; e **(v)** legibilidade - a informação que seja visível e indelével.

Assim, o preço do produto e/ou serviço deverá ser informado discriminadamente⁷, de forma que seja indicado: **(i)** o valor total a ser pago à vista; **(ii)** o valor total a ser pago com financiamento; **(iii)** número, periodicidade e valor das prestações; **(iv)** os juros; e **(v)** os eventuais acréscimos e encargos que incidirem sobre o valor do financiamento ou parcelamento.

Não obstante, para os contratos eletrônicos, também será necessário o fornecedor entregar, no ato da finalização da contratação, documento por escrito contendo: **(i)** identificação do estabelecimento, da qual conste a razão social, o nome de fantasia, o número de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda (CNPJ/ MF), o endereço e o número do telefone para contato; **(ii)** descrição do produto a ser entregue ou do serviço a ser prestado; **(iii)** data e turno em que o produto deverá ser entregue ou realizado o serviço⁸; e por fim, **(iv)** endereço onde deverá ser entregue o produto ou prestado o serviço⁹.

Tais informações são imprescindíveis para ciência do consumidor quanto ao produto adquirido e serviço que está sendo prestado pelo fornecedor, de modo que tenha elementos suficientes sobre o que chegará em sua residência, detalhadamente, não podendo reclamar no futuro seu desconhecimento.

Por fim, o fornecedor, ao oferecer um produto e/ou serviço pelo seu site, deverá disponibilizar um atendimento facilitado¹⁰: **(i)** apresentando sumário do contrato antes da contratação, com as informações necessárias ao pleno exercício do direito de escolha do consumidor, enfatizadas as cláusulas que limitem direitos; **(ii)** fornecendo ferramentas eficazes ao consumidor para identificação e correção imediata de erros ocorridos nas etapas anteriores à finalização da contratação; **(iii)** confirmando imediatamente o recebimento da aceitação da oferta; **(iv)** disponibilizando o contrato ao consumidor em meio que permita sua conservação e reprodução, imediatamente após a contratação; **(v)** mantendo serviço adequado e eficaz de atendimento em meio eletrônico, que possibilite ao consumidor a resolução de demandas

referentes a informação, dúvida, reclamação, suspensão ou cancelamento do contrato, o fornecedor deverá atender tais demandas no prazo de até 5 (cinco) dias; **(vi)** confirmando imediatamente o recebimento das demandas do consumidor, pelo mesmo meio empregado pelo consumidor; e **(vii)** utilizando mecanismos de segurança eficazes para pagamento e para tratamento de dados do consumidor.

Portanto, o contrato eletrônico de consumo será regido, além da legislação específica, principalmente e especialmente pelo Código de Defesa do Consumidor, em que pese isso não signifique necessariamente que tais legislações sejam suficientes para interpretação e aplicação de todas as situações vivenciadas no consumo eletrônico, em razão das especificidades e constante evolução que apresenta em razão das inovações tecnológicas.

Ana Carolina Agosti A. Cruz

é advogada da banca [Falletti & Penteado Advogados](#).

1 Disponível em: <http://tobeguarany.com/internet-no-brasil/> Acesso em: 07.07.2014

2 Disponível em: <http://tobeguarany.com/internet-no-brasil/> Acesso em: 07.07.2014

3 Disponível em: http://www.ebitempresa.com.br/clip.asp?cod_noticia=3953&pi=1 Acesso em: 07.07.2014

4 Disponível em: <http://tobeguarany.com/internet-no-brasil/> Acesso em: 07.07.2014

5 Art. 2º do Decreto 7.962/13

6 Art. 2º do Decreto 5.903/06

7 Art. 3º do Decreto 5.903/06.

8 Destacando-se que caso o produto e/ou serviço seja comprado/ realizado no Estado de São Paulo, deverá obedecer a Lei da Entrega nº 14.951/13.

9 Art. 2º, paragrafo 1º, da Lei Estadual nº 14.951/13.

10 Art. 4º do Decreto 7.962/13.

Fonte: [Migalhas](#), em 31.07.2014.