

**ASPECTOS SÓCIO-ECONÔMICOS QUE AFETAM O CONTRATO  
ELETRÔNICO COMO ELEMENTO DA SOCIEDADE DA  
INFORMAÇÃO**  
**SOCIO-ECONOMIC ASPECTS AFFECTING THE ELECTRONIC  
CONTRACT AS AN ELEMENT OF THE INFORMATION SOCIETY**

Paulo Antonio Nevares Alves<sup>1</sup>

**RESUMO:** Neste trabalho, temos como objetivo perscrutar as dinâmicas sociais resultantes da interação entre a informática e o direito, em especial nas relações de consumo e empresariais. É sabido que vivemos um modelo social no qual as ciências jurídicas e seus conceitos fluem e evoluem em velocidade inferior às percebidas nas ciências da informatização e nas relações entre pessoas, tornando o sistema jurídico brasileiro, por vezes, não tão objetivo ou mesmo destoantes das práticas econômicas e sociais. Não temos como evidente, a pretensão de esgotar o assunto, mas sim de provocar uma reflexão acerca de possíveis dúvidas jurídicas nascidas com essa nova relação de consumo e empresarial, desde o momento que se inicia a vontade de fazer parte deste universo virtual até a efetivação de sua conclusão seja pela concretização do negócio jurídico, seja pelo exercício do direito de não mais se relacionar dentro e com este mundo virtual.

**Palavra-Chave:** Internet, Comércio Eletrônico, Consumidor, Ciberespaço, Contratos.

**ABSTRACT:** This paper aims to examine the social dynamics resulting from the interaction between information technology and law, especially in consumer and business relations. It is well known that we live a social model in which the legal sciences and their concepts flow and evolve at a slower speed than those perceived in computer sciences and relationships between people, making the Brazilian legal system sometimes not as objective or even at odds with practices. economic and social. We clearly do not intend to exhaust the subject, but rather to provoke a reflection on possible legal doubts arising from this new consumer and business relationship, from the moment the desire to be part of this virtual universe begins until its realization. of its conclusion either by the realization of the legal business, or by the exercise of the rights to no longer relate within and with this virtual world.

**KEYWORD:** Internet, Electronic Commerce, Consumer, Cyberspace, Contracts.

---

<sup>1</sup> Bacharel em Direito e Teologia, Especialista em Direito Penal e Processo Penal, Universidade Estácio de Sá, UNESA, Direito Matrimonial Canônico, Faculdade São Bento do Rio de Janeiro, e Mestre em Direito Empresarial e Tributário, pela Universidade Candido Mendes, UCAM. E-mail: [adv.panevares@gmail.com](mailto:adv.panevares@gmail.com)

## INTRODUÇÃO

Este trabalho é uma investigação efetuada sob a égide da cadeira jurídica do Direito do Consumidor. O objeto, embora novo e cheio de desafios, tem sido parcialmente enfrentado por alguns autores, porém com perspectivas essencialmente socioeconômicas ou com enfoque técnico de áreas não jurídicas. Os trabalhos jurídicos existentes não têm dado à questão uma contribuição catalisadora de categorias dogmáticas com o desejável rigor científico. Existem carências que, embora de impossível solução global, muito menos suscetíveis de solução final, geraram um estudo como este e podem ser contempladas com mínimo de vigor que garanta alguma contribuição efetiva para o estudo da matéria. Nesse trabalho de pesquisa temos um tema conhecido, um objeto menos amplo que trata dos contratos eletrônicos, não obstante, a hipótese podermos mostrar um tanto aberta, tendo por objeto o âmbito de aplicação da disciplina consumerista sobre os contratos eletrônicos em nosso ordenamento jurídico.

O estudo do âmbito de aplicação da noção “relacional” de consumo ante a possibilidade de inclusão (naquele âmbito) das relações jurídicas concluídas mediante ato volitivo manifestado por meio eletrônico ou instrumentos próprios da sociedade da informação e, particularmente, os contratos eletrônicos concluídos entre sujeitos distantes entre si, implica a contemplação de um caleidoscópio de problemas, que vão desde a atribuição patrimonial até o tráfego jurídico. Tratamos do comércio eletrônico, realizado entre fornecedores e consumidores através de contratações à distância, as quais são conduzidas por meios eletrônicos, por Internet ou meios de telecomunicações em massa, sem a presença física simultânea dos dois contratantes no mesmo lugar e sim a distância. O sucesso dos negócios eletrônicos depende, portanto, da capacidade empresarial em se resolver não só os problemas logísticos, como prevenir os riscos daí decorrentes que estão surgindo em função do volume de ofertas e demandas que transitam, de forma intensa e crescente, no mercado eletrônico, mas também a superação das questões jurídicas.

## ASPECTOS SOCIAIS

Nossa civilização não chegaria aos dias de hoje, tratando-se de evolução humana, se não evoluísse e desenvolvesse sua capacidade intelectual de criar formas de poder transmitir informações. E, com a evolução em conjunto ao desenvolvimento tecnológico, nasce uma sociedade, de modo que a humanidade vai viver em um novo período, conhecido como: “Era da Informação”.<sup>2</sup> Desta feita, o homem conseguirá evoluir, por intermédio de seu poder de organizar e distribuir informações com uma velocidade dinâmica, por computadores, acessando a Internet e outras formas avançadas de tecnologia.

A Internet é absolutamente democrática: todos são iguais, não há censura e o autor da informação pode se conservar anônimo. O volume de tráfego da Internet cresceu e vem crescendo enormemente, onde 20 milhões de pessoas acessam este veículo de comunicação ao menos uma vez ao mês,<sup>3</sup> na América Latina. O Brasil, devido ao seu enorme potencial de consumo, não podia ficar de fora. O mercado envolvido no comércio eletrônico em nosso país é bastante expressivo, haja vista que respondemos por cerca de 90% do comércio eletrônico da América Latina. Nos domicílios, os resultados mostram que mundialmente os portais “Yahoo! AOL” e “GMAIL” continuam na liderança do tráfego da Internet, atraindo uma audiência de 180 milhões, 171 milhões e 165 milhões de pessoas, respectivamente. Os dados também revelam que, em setembro, o número de usuários ativos (que acessam a Internet pelo menos uma vez por mês) chegou a 559 milhões, um crescimento de 15% em relação ao ano anterior. Os internautas mundiais gastam 8h e 31min por mês na Web e visitam 12 sites em média. Destarte, não pela tradição, mas sim pela necessidade, deve o Direito albergar este novo ramo que surge tão forte no seio da sociedade, gerando obrigações e deveres de todas as espécies.

Sendo o maior uso da Internet o e-mail, que permite o envio de mensagens a qualquer usuário, inclusive cópias podem ser retransmitidas a outros internautas desta enorme rede mundial. Cada pessoa possui seu próprio endereço eletrônico, que funciona como uma

---

<sup>2</sup> ASCENSÃO, Jose de Oliveira. Direito da Internet e da Sociedade da Informação. Rio de Janeiro: Forense, 2002.

<sup>3</sup> Nielsen/Net Ratings, oferecido na América Latina pelo IBOPE eRatings.com, para ilustrar melhor o panorama mundial do crescimento do comércio eletrônico. Disponível em: <<http://www.IBOPEeRatings.com>>. Acesso em: 04 out. 20017.

espécie de caixa postal. O comércio eletrônico é uma nova modalidade de relações comerciais e de consumo, em que hoje é desenvolvida em larga escala pela Internet conhecida como a “estrada do futuro” que possibilita a comunicação e a interação em velocidade real de pessoas com culturas, origens, etnias de qualquer parte do planeta. Hoje, o Brasil possui um mercado altamente atrativo para este novo comércio, sendo o décimo país em número de acessos com aproximadamente 14,3 milhões de internautas, ocupa a oitava posição em “hosts” (servidores) e o décimo em PC, com cerca de 13 milhões. No tocante ao contexto virtual, “on-line”, inserido na América do Sul, o Brasil domina amplamente a sociedade de informação com o primeiro lugar absoluto em face de todos os outros países do continente.

Estes internautas são divididos em usuários domiciliares e de empresa, pelo perfil das pessoas conectadas com a rede, que engloba: sexo, idade, crescimento econômico e traços culturais, podemos constatar alguns dados a seguir:

83% Dos internautas são homens

35% Têm entre 20 e 29 anos

71% São pessoas que trabalham

77% Com o 2º grau ou superior

64% Com renda acima de 20 salários mínimos

82% Ficam pelo menos 1 hora por dia na Internet

86% Já compraram pela Internet

Fonte: Folha Online

### **ALGUNS DOS CONTRATOS MAIS FREQUENTES EM AMBIENTE DIGITAL**

Hoje, temos como contratos mais utilizados, exercendo uma porcentagem que chega a quase 95%, restando 5% aos contratos de natureza solene, os seguintes contratos: “home banking”, de acesso a provedor, compra de bens, serviços, buscas, compra de obras digitais, tais como: mp3, jogos, filmes e softwares. Como demonstraremos de forma ilustrativa, os seguintes contratos. “Home banking”, o sistema on-line com recurso à Internet que permite a qualquer organismo dos Serviços e Fundos Autônomos e Gestores de Fundos

Comunitários efetuar operações bancárias sobre as suas contas abertas no Tesouro a partir das suas próprias instalações como, por exemplo, abertura e encerramento de contas, emissão de transferências eletrônicas interbancárias, emissão local de cheques do Tesouro, depósitos de cheques e numerário (registro da operação), consulta de movimentos.<sup>4</sup> Compra de obras digitais, MP3, a possibilidade de compra de músicas é legítima pela Internet, através de serviços que vendem faixas avulsas mediante reprodução autorizada. Claro o acervo destes serviços não se compara a um “Kazaa”, “Gnutella”, “Piolet”, e “Mule” e outros serviços P2P (Peer to Peer) e as músicas são disponibilizadas apenas em WMA,<sup>5</sup> devido a este formato permitir o uso da tecnologia de gerenciamento de conteúdo a DRM,<sup>6</sup> esta tecnologia permite diversos controles e limites que o MP3 não permite.<sup>7</sup> Contrato de Provedor de Acesso, O objeto desse contrato é fornecer ao usuário, maior de 18 anos ou pessoa jurídica, uma conta de acesso à Internet, podendo ser gratuito ou não. Teremos como exemplo: [globo.com](http://globo.com) (provedor custeado). Outra questão que deverá ser analisada é a observância dos requisitos de validade à luz da disciplina jurídica das relações de consumo.

## **DA LEI APLICÁVEL AOS CONTRATOS ELETRÔNICOS E ÀS RELAÇÕES DE CONSUMO**

Os contratos eletrônicos, firmados por domiciliados ou residentes, sejam pessoas físicas ou jurídicas que utilizem seus computadores em território brasileiro serão regidos pela legislação vigente em nosso país, e terão como requisito, os elencados no artigo 104, I, II e III, do Código Civil Brasileiro de 2002 c/c artigos 6 e 51 do Código de Defesa do Consumidor, Lei 8078/90, conforme o âmbito de aplicação de cada norma. Para efeito do que nos interessa, âmbito de aplicação da norma que disciplina as relações de consumo, que abrange relações intersubjetivas que integra um fornecedor, um consumidor que seja adquirente final de um bem de consumo. Nesse âmbito, destacamos os direitos básicos do consumidor, os vícios e fatos do produto e do serviço, a oferta e a adesão, as práticas e

---

<sup>4</sup> Disponível em: <[www.dgt.pt/SHomebanking.htm](http://www.dgt.pt/SHomebanking.htm)>. Acesso em: 31 out. 2017.

<sup>5</sup> World Music Association

<sup>6</sup> Digital Radio Mondiale

<sup>7</sup> Disponível em: <[www.forumweb.com.br/forum/index.php?s=c384\\_cofi\\_da858bb6c314c8394ae15077&showtopic=12753](http://www.forumweb.com.br/forum/index.php?s=c384_cofi_da858bb6c314c8394ae15077&showtopic=12753)>. Acesso em: 31 out. 2017.

cláusulas abusivas. Assim, mesmo na hipótese de cumpridos os requisitos para a conclusão e aperfeiçoamento de um contrato eletrônico no âmbito das relações de consumo, essa relação jurídica objetiva sujeitamos aos limites intrínsecos próprios do regime aplicável (instituídos pelo próprio CDC), a Capacidade e o objeto.

Desde que haja uma relação intersubjetiva que integra um fornecedor, um consumidor, um bem e os serviços de consumo nas relações provenientes dos contratos eletrônicos, estará esta relação no âmbito de aplicação da disciplina jurídica das relações de consumo. Apesar de parecer incontroversa a concepção desse âmbito do Código de Defesa do consumidor, representa um problema a questão de o fornecedor estar domiciliado no estrangeiro, pois para uma corrente minoritária segundo o artigo 9, parágrafo único da Lei de Introdução ao Código Civil, prevaleceria a lei estrangeira. Entretanto, o Código de Defesa do Consumidor seria lei onde se funde disciplina de ordem pública, disciplinando especificamente as relações consumeristas. O Código de Defesa do Consumidor avoca, segundo a ordem constitucional interna, aquelas relações para o seu âmbito de aplicação. Outra questão que pode causar dúvida, seria a indefinição de consumidor, art. 2 do Código de defesa do Consumidor, pois o Código de Defesa do Consumidor não possui critérios bem formados, de caráter resolutivo acerca de contratos eletrônicos. Teremos como exemplo: Quando compramos um “software” como Windows e instalamos em nossa residência seríamos consumidores, mas quando instalamos em nossa empresa, não seríamos mais consumidores. No tocante à responsabilidade, prevalece o entendimento que o serviço prestado pelo provedor de rede caracteriza uma relação de consumo. Não obstante, a maioria dos provedores mantém em seus sítios, janelas de acesso a lojas virtuais, ao concluir negócios através de tais janelas, a relação de consumo passaria a ser entre usuário e loja virtual, não tendo o provedor qualquer responsabilidade, a não ser que haja culpa ou dolo com base nos artigos 1863 e 927, do Código Civil de 2002.

## **RESPONSABILIDADES À LUZ DO CDC**

No direito privado das obrigações, a responsabilidade nasce de direito relativo que advém de cláusula contratual, prevendo ressarcimento de danos decorrente da obrigação. De outro lado, a responsabilidade objetiva ou legal baseia-se na atividade desenvolvida pelo

agente capaz de causar dano, assentada na teoria de risco. A responsabilidade poderá decorrer classicamente da subjetividade ou delitualidade, decorrente da culpa admitida ao sujeito direto ou indiretamente, isto é, pelo evento danoso praticado por ele, por terceiro ou por coisa que for dono ou detentor. Assim, contraponhamos à obrigação natural, caracterizamos pela coercibilidade e na constituição do sujeito, objeto e vínculo jurídico. Pothier<sup>8</sup> define uma obrigação perfeita partindo do efeito da causa àquela pela qual podemos ser constrangidos judicialmente a dar-lhe cumprimento. O Código de Defesa do Consumidor manifesta que o consumidor é partícipe na relação de responsabilidade, superando a dicotomia das responsabilidades contratual e extracontratual, conseqüentemente, devemos falar em unificação do regime tal que proteja as vítimas, expostas aos mesmos riscos.

O Código adotou expressamente a responsabilidade objetiva, conseqüentemente apresentamos os pressupostos em três modalidades, tais como: a) Colocação do produto no mercado<sup>9</sup> – é ato humano, logo comissivo de lançar ou fazer ingressar em circulação comercial produto potencialmente danoso, podendo ocasionar lesões aos interesses dos consumidores. b) Relação de causalidade – para que emergja a obrigação de reparar danos necessários se faz a relação de causa e efeito – ação do fornecedor na colocação do produto no mercado potencialmente danoso e o dano verificado, sem o que não existirá a obrigação de indenizar.<sup>10</sup> c) Dano ressarcível – decorre do prejuízo causado ao consumidor. Consideramos os prejuízos efetivos, diretos e imediatos, e os lucros cessantes – dano emergente.<sup>11</sup>

A regra basilar da responsabilidade civil, no direito privado, é a responsabilidade com culpa, derivada de ilícito extracontratual – aquilina. Em detrimento desta, todo aquele que causar dano a outrem, por dolo ou culpa, está obrigado a repará-lo.<sup>12</sup> Entretanto, tal regra ao ser aplicada eficazmente no campo das relações civis, mostrou-se inadequada no trato das relações de consumo, quer pela demonstração da culpa do fornecedor – titular do

---

<sup>8</sup> POTHIER, Robert Joseph. Tradução: Adrian Sotero de Witt Batista e Douglas Dias Ferreira. Tratado das Obrigações. 1824, p. 89.

<sup>9</sup> O professor Leães adverte que a fabricação de um produto defeituoso não constitui, por si, fato antijurídico, mas, a colocação no mercado do produto defeituosamente fabricado – ato voluntário do fabricante, nexos causal, resultado danoso. LUIZ GASTÃO PAES DE BARROS LEÃES, A responsabilidade do fabricante pelo fato do produto, São Paulo, Saraiva, 1987, p. 127.

<sup>10</sup> GONÇALVES, Carlos Alberto. Responsabilidade civil. 3a ed. São Paulo: Saraiva, 1986, p. 25.

<sup>11</sup> MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no código de defesa do consumidor: 4a ed. São Paulo: RT, 2002, p. 52.

<sup>12</sup> CDC: Art. 927, caput.

controle dos meios de produção e do acesso aos elementos de prova quer pela inviabilidade de acionar o vendedor ou prestador de serviço, que, só, em infindável cadeia de regresso, poderia responsabilizar o fornecedor originário, quer pelo fato de que terceiras vítimas do mesmo evento, não se beneficiariam de reparação. Consagrou o CDC, de forma incisiva e clara, que o fornecedor responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados por defeitos ou insuficiência e inadequação de informações, em relação aos produtos e serviços que colocou no mercado.<sup>13</sup> Consagrada a responsabilidade objetiva do fornecedor não se perquire a existência de culpa. Para a reparação de danos, no particular basta a demonstração do evento danoso, do nexo causal e do dano ressarcível e sua extensão. Ressaltamos que, tal consagração não significará o aniquilamento da responsabilidade com culpa, que continuará regulando a extensa gama de reparações na esfera civil, mas não terá aplicação nas reparações decorrentes das relações de consumo, igualmente numerosas, para os quais a responsabilidade objetiva mostrou-se mais eficiente e adequada.<sup>14</sup>

Mediante o exposto acima e em decorrência da falta de previsão legislativa específica, doutrinadores e os tribunais brasileiros consagraram de lege ferenda alternativas garantidoras da proteção ao consumidor. Todavia, a positivação ocorreu a edição do Código do Consumidor tendo por escopo superar insuficiências, oferecendo maior e mais efetiva proteção ao consumidor, assim como, positivou o referido Código tema pertinente à responsabilidade civil do fornecedor.<sup>15</sup>

## CONCLUSÃO

O comércio eletrônico no Brasil é apresentado como um grande desafio para os juristas da atualidade. Para poder chegar à análise desta nova modalidade de contrato há de se buscar nas origens do Direito Comercial, hoje empresarial. Tal evolução fez do comércio eletrônico o meio mais utilizado para as relações empresariais. O comércio eletrônico no Brasil, na América Latina e no mundo, vem evoluindo a uma velocidade impressionante, fazendo com que a humanidade, enquanto aspecto social, evoluísse em conjunto com o que

---

<sup>13</sup> CDC: Arts. 12 e 14.

<sup>14</sup>MARQUES, op. cit., p. 52.

<sup>15</sup> MARQUES, op. cit.



o mundo tecnológico proporciona-lhe, nascendo assim a “era da informação”, que conta com a Internet como seu carro chefe, meio este que dispõe de 209 milhões de pessoas que utilizam tal meio por mês, na América Latina, sendo o Brasil responsável por 90% do comércio eletrônico na América Latina, com números aproximados de 18 milhões de internautas no Brasil por dia, sendo o décimo país em número de acessos à Internet.

Diante disto, fica claro que o nosso ordenamento jurídico não consegue acompanhar na mesma velocidade tais relações para melhor regulá-las. Esta relação comercial terá formação, conclusão e aperfeiçoamento no mundo virtual, não cabendo a necessidade em nenhum momento de recorrermos ao mundo real. Seus princípios básicos serão os mesmos dos contratos que já fazem parte do dia-a-dia temporalmente como: obrigatoriedade, autonomia da vontade, consensualismo e uso da boa-fé. O princípio da equivalência funcional é o argumento mais genérico e básico da tecnologia jurídica dos contratos virtuais, caracterizado pela sua aceitação em forma eletrônica não se utilizando da forma material, em papel, não se tornando inválido ou ineficaz apesar disto. Como no que tange aos princípios, os requisitos de validade também seguirão o regimento dos contratos empresariais convencionais, com requisitos elencados no artigo 104 do novo Código Civil Brasileiro, combinado com artigos 6º e 51º da Lei 8.078/90, Código de Defesa do Consumidor, onde serão regidos e apreciados, o agente, o objeto, a forma legal.

Pela ausência de uma legislação específica na atualidade, adotaremos como regulamentação de tais contratos o Código Civil Brasileiro, nas hipóteses em que mostrarmos presente a figura do consumidor, não deixando de destacar os contratos em que o fornecedor esteja localizado em outro país, pois teremos como norma reguladora a Lei de Introdução ao Código Civil Brasileiro em seu artigo 9º, parágrafo único, onde será utilizado e respeitado o país de origem do fornecedor, que qualificará e regerá as obrigações, a necessidade de proteção deve ser compatibilizada com a de desenvolvimento econômico e tecnológico. Após estudo, foi percebida a necessidade de um processo legislativo moderno e com base nas atuais relações e futuras do meio eletrônico. Tratamos, neste trabalho, de um tema deveras utilizado, em evolução dinâmica, que através de tal evolução impossibilita o ordenamento jurídico acompanhá-lo. É, ainda, matéria que interage com velocidades evolutivas muito diferentes, precisando assim, que o direito se torne mais dinâmico para utilização e regulamentação de tal instituto.

## REFERÊNCIAS

**ALMEIDA**, João Batista de. Manual de direito do consumidor. São Paulo: Saraiva, 2003.

**ASCENSÃO**, José de Oliveira. Direito da Internet e da Sociedade da Informação. Rio de Janeiro: Forense, 2002.

**BRASIL**. Código Civil. (2002). Código civil. Colaboração de Antonio Luiz de Toledo Pinto, Márcia Cristina Vaz dos Santos Windt e Lívia Céspedes. 54a ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

**BRASIL**. Código Comercial. 10a ed. São Paulo: Saraiva, 2004. **BRASIL**. Código de Defesa do Consumidor. São Paulo: Saraiva, 2018.

**CORRÊA**, Gustavo Testa. A lei e o comércio eletrônico. Jus Navigandi, Teresina, a. 4, n. 39, fev. 2000. Disponível em: <<http://www1.jus.com.br/doutrina/texto.asp?id=1802>>. Acesso em: 31 out. 2017.

**DINIZ**, Maria Helena. Tratado Teórico e Prático dos Contratos. São Paulo: Saraiva, 2018.

**FERREIRA**, Aurélio Buarque de Holanda. Novo Dicionário da Língua Portuguesa. 2a ed. São Paulo: Nova Fronteira, 1996.

**MARQUES**, Claudia Lima. Contratos no código de defesa do consumidor: 4a ed. São Paulo: RT, 2002.

**MARTINS**, Guilherme Magalhães. Formação dos contratos eletrônicos de consumo. Rio de Janeiro: Forense, 2003.

**MONTENEGRO**, Antonio Lindberg. A Internet em suas relações contratuais e extracontratuais. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003.

**POTHIER**, Robert Joseph. Tradução: Adrian Sotero de Witt Batista e Douglas Dias Ferreira. Tratado das Obrigações. 1a ed. 1824.

**SILVA**, Jorge Alberto Quadros de Carvalho. Código de Defesa do Consumidor anotado e legislação complementar. 3a ed. São Paulo: Saraiva, 2003.