



Direito não evoluiu para acompanhar avanço tecnológico

Nada tem suscitado tantas indagações como a aplicação do Código do Consumidor nas relações de consumo travadas pela Internet. A rede mundial de computadores trouxe novos desafios tanto para nós advogados como para as empresas.

O *e-commerce* tem mudado a forma costumeira, usual de se fazer negócios. As relações comerciais entre as empresas no meio eletrônico (também conhecidas como B2B) têm crescido consideravelmente nos últimos anos, estimulando a competição acirrada, que anima e movimenta a atividade mercantil.

Ipso facto, a internet, em tal contexto, é uma realidade do novo milênio, a exigir a reformulação de conceitos jurídicos, quando não a criação de uma tecnologia (no sentido de terminologia) forense própria acerca das relações comerciais, que se travam na velocidade e na amplitude do meio eletrônico.

Sem dúvida, no comércio eletrônico, o consumidor, por outro lado, contará com a oferta de maior variedade de produtos disponíveis para escolha e, ainda, maior simplificação na escolha, pesquisa e compra do que lhe interessar: não precisa sair para comparar os preços, pode os ver “on-line”, num piscar de olhos.

Sob o enfoque jurídico, nasce à preocupação com o crescente ritmo das transações eletrônicas; estas não podem ficar ao relento, sem uma norma disciplinadora. As relações comerciais via internet têm exigido, sim, amparo legal, tendo em vista a susceptibilidade de mudanças no ambiente pelo qual são feitas. É mister segurança nas compras on-line, para que se possa ter uma maior confiança e, só assim, crescimento do comércio eletrônico.

Ao passo da apreensão feita, destacamos aqui um dos assuntos que mais discutidos no meio acadêmico: o *direito de arrependimento* em compras feitas através do meio eletrônico. Conforme o art. 49 do Código de Consumidor Brasileiro, o direito de arrependimento pode ser perfeitamente aplicável à contratação de fornecimento de produtos e serviços feitos à longa distância, desde que feitas dentro do prazo de 7 (sete) dias, a contar da sua assinatura ou do ato de recebimento dos produtos.

Até então, tudo parece muito simples. Entretanto, será que a “homepage” onde estão sendo vendidos produtos e serviços, pode ser considerada estabelecimento comercial? Poderia-se aplicar o direito de arrependimento baseado na lei brasileira para programas copiados por “download” de um “site” americano, por exemplo?

Porventura o consumidor seja apto a exercer o direito de arrependimento a ele conferido, o que fazer com o programa após o “download” ou instalação no computador? Bem, como podemos observar, o problema não é tão simples como parecia ser. Primeiramente, o fornecedor teria que acreditar na boa-fé do consumidor, até porque o próprio dispositivo legal ampara as relações de consumo, sendo a boa-fé um dos princípios fundamentais de tal relação. Qual seria a solução para tais problemas? Inicialmente, eu adotaria a idéia de que para se comprar um programa por “download”, poderia o software ser um “shareware”, onde o consumidor tem um prazo mínimo para se familiarizar com o produto e assim, exercer a sua opção de compra. Quando compramos no meio virtual, caso já não tenhamos tido contato



anteriormente, não temos meios para saber como é o produto todo, até porque não podemos tocá-lo, senti-lo ou analisa-lo, como nos meios físicos pelo qual estamos acostumados a comprar.

Uma outra saída ao direito de arrependimento seria a emissão da nota fiscal de compra apenas no momento de recebimento do produto e após a devida análise e conhecimento do programa ou produto por parte do consumidor, facultando a este, ainda, o direito de devolução do produto caso não o tenha agradado, conferido ao vendedor o direito de reembolso das despesas postais.

Os contratos celebrados por meio eletrônico, notadamente pela internet, têm gerado várias discussões, levando-se em conta alguns entenderem que o contrato por este meio é um contrato celebrado entre ausentes; já outros, entendem que é entre presentes, pois as manifestações da vontade estariam sendo transmitidas de forma quase que automática, como é o caso de um “chat room”, por exemplo, ou outros métodos de envio de mensagens em tempo real. Um modo diverso, já exposto por outros operadores do direito, seria partir da premissa de que os contratos feitos “on line”, poderiam ser equiparado a contratos feitos entre presentes e àqueles feitos “off line” seriam considerados contratos feitos entre ausentes.

Quando consultarmos o Código de Proteção e Defesa do Consumidor, poderemos verificar que não há uma distinção entre compras realizadas no estabelecimento comercial e àquelas feitas a distância. Se considerarmos o fato de que as compras feitas através da internet não proporcionam uma inspeção clara, insuficiente para a avaliação da coisa e de suas qualidades, não vejo como poder se negar o direito de arrependimento ao consumidor. Ao falarmos sobre a validade destes contratos, a opinião que me parece mais aceita é a que os contratos feitos por meio eletrônico devem ser equiparados aos contratos verbais, para efeito de validade e eficácia jurídica, podendo este ser provado por todos os meios de provas admitidas em direito.

Conforme o supracitado, o direito não evoluiu de forma que pudesse acompanhar o avanço tecnológico. As normas existentes esbarram nas dificuldades de aplicação, por ser este um advento novo e ainda obscuro no nosso cotidiano.

É necessário discutirmos sempre estes fatos novos, emergentes no mundo do direito para que possamos contribuir na busca de soluções concretas para fatos como estes expostos acima e adaptarmos a legislação existente no Brasil a este novo mundo que acaba de surgir, o “mundo virtual”.

Date Created

26/06/2001

Author

raimundo-ferreira