



Clarissa Varella: Generalizar arrependimento no e-commerce é temerário

Cada vez mais incorporamos em nosso cotidiano a contratação na qual um simples tocar nos teclados e um direcionar do *mouse* importam na aquisição dos mais variados bens e serviços. A rapidez, a praticidade e a comodidade dos contratos eletrônicos provocam o Direito a prever, em novas situações, a mesma efetividade das normas já existentes e a adequação de novas normas aos princípios que norteiam nossa sociedade.

Para tratar a questão, necessário admitir que o contrato eletrônico traz como peculiaridade um ofertante automatizado, globalizado, sem rosto, sem sede e sem tempo (a oferta está permanentemente exposta), que pode falar todas as línguas. Por outro lado, quem contrata não dialoga sobre suas necessidades ou desejos, pois se comunica por senha, assinatura eletrônica, número de cartão de crédito, cliques.

Atenta a todas estas particularidades, a legislação brasileira acrescentou recentemente ao Código de Defesa do Consumidor regras específicas para o comércio eletrônico, no intuito de conferir segurança jurídica a esta nova modalidade de contrato, respeitando suas peculiaridades, mas também observando o princípio constitucional de defesa do consumidor.

Foram levados em conta três aspectos cruciais: o dever de informação pelo fornecedor, o atendimento facilitado e eficaz e o direito de arrependimento do consumidor.

Como já analisado, é típico do contrato eletrônico o anonimato, pois os signos representativos de uma pessoa (física ou jurídica) no mundo virtual não necessariamente equivalem à pessoa responsável no mundo real, o que dificulta a proteção do consumidor.

Por conta disto, as novas regras tornam obrigatório ao fornecedor em meio eletrônico que disponibilize seus dados e seus endereços físico e eletrônico, além do detalhamento, características e riscos do produto/serviço que comercializa e todas as condições da oferta, execução, preço e demais despesas adicionais e acessórias, com a possibilidade de materialização em arquivo passível de armazenamento e reprodução.

As normas em apreço também garantem que o retorno ao consumidor, quanto ao recebimento de sua aceitação, o andamento de seu contrato e o tratamento de quaisquer dúvidas ou reclamações, sejam feitos com a mesma rapidez e meios utilizados para a contratação, o que imprime agilidade, mas importa em investimentos pesados em infraestrutura por parte dos fornecedores que desejam manter sua atividade por meios eletrônicos.

As novas regras são incisivas quanto à responsabilidade do fornecedor em resguardar os dados e informações do consumidor e dos contratos celebrados, bem como em garantir a segurança quanto aos pagamentos realizados por meio eletrônico.

As imposições concernentes à informação e à agilidade se repetem quanto ao direito de arrependimento pelo consumidor, na medida em que obriga os fornecedores a identificar os meios pelos quais poderá o



consumidor solicitar o cancelamento do negócio e, caso haja solicitação, que o fornecedor a recebuu.

A crítica quanto ao direito de arrependimento é que, no Código de Defesa do Consumidor, ele não é garantido simplesmente por haver contratação. É necessário que também haja impessoalidade e incerteza de satisfação do consumidor, ao não ter o contato direto com o produto ou serviço.

Garantir o arrependimento para todo contrato efetivado por comércio eletrônico afigura-se temerário, pois há casos em que não há qualquer incerteza que leve ao arrependimento. Como exemplo, temos a compra de passagens aéreas ou de convites para cinema. Dificilmente as informações passadas por meio eletrônico trarão divergências em relação à aquisição por meio físico – a expectativa e o conhecimento do bem/serviço adquirido são os mesmos, o que torna injusto o direito de arrependimento só porque feita a contratação por meio eletrônico.

Outra preocupação quanto ao direito de arrependimento é o limite da responsabilidade do fornecedor do produto/serviço para cancelar o contrato, o prazo e a obrigação de outros entes participantes da contratação, como o cartão de crédito, em efetuar o estorno de eventual pagamento realizado, o que deve ser palco de debates junto ao Poder Judiciário.

Também nesta linha de raciocínio, as novas regras não trazem qualquer dispositivo específico quanto à responsabilização solidária entre os sites de compras coletivas e os fornecedores de produtos/serviços nele anunciados ou a responsabilidade dos provedores quanto aos conteúdos expostos na internet, o que também será objeto de análise caso a caso.

Como vemos, o uso do meio eletrônico e a interação virtual cada vez maior entre as pessoas, demonstram a necessidade em se entender e regulamentar satisfatoriamente este novo modo de vida, representado por novas formas de expressão da vontade, de convívio, de responsabilidade e de circulação de riquezas.

A tarefa não é fácil, mas todo o exercício é válido no repensar dos institutos do direito a dar suporte à efetividade das relações humanas, homenageando os princípios universais do respeito, da boa-fé, da probidade e da ética, sem tolher as tecnologias e a nova forma de comunicação estabelecida entre as pessoas.

Date Created

24/10/2013