

# A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR E O COMÉRCIO ELETRÔNICO

*Simone de Lima<sup>1</sup>*

**Resumo:** É notório que a internet tem se desenvolvido muito com o passar dos dias. Nota-se também o desenvolvimento das relações comerciais advindas desse avanço, por esta razão se faz necessário um estudo voltado ao alcance e aplicação das atuais normas consumeristas, e a necessidade da criação de uma legislação específica, para que essa relação de consumo realizada por meio virtual esteja totalmente amparada e possa se desenvolver sem qualquer impedimento.

**Palavras-Chave:** Internet; Relações de consumo; Normas Consumeristas.

**Abstract:** *Clearly the internet greatly improved over the days. Note also the development of trade resulting from this development, therefore it is necessary a study related to the scope and application of current standards consumerists and the necessity of creating a new law so that the ratio of consumption conducted through the virtual, is fully supported and can develop without any hindrance.*

**Keywords:** *internet, Consumer relations; Standards consumerism.*

---

<sup>1</sup> Advogada e Bacharel em Direito pela UNIARA - Centro Universitário de Araraquara. Artigo apresentado e aprovado como requisito para obtenção do Grau de Especialista no Curso de Pós-Graduação em Direito Eletrônico e Tecnologia da Informação, orientado pelo Professor Dr. Marco Aurélio Brasil Lima.

# 1. INTRODUÇÃO

No mundo atual, diariamente lidamos com o meio eletrônico, seja através de pesquisas, verificação de e-mail, realização de estudos, possibilidade de cursar faculdades, realização de compras de variados itens, dentre várias outras coisas.

A internet se desenvolveu muito nos últimos anos e irá se desenvolver mais nos anos que virão, mudando a vida dos consumidores, dos fornecedores, das pessoas em geral, e dos negócios realizados no mundo.

Com esse desenvolvimento um aspecto que ganha força na mesma proporção é o comércio eletrônico, ou “e-commerce”.

Segundo uma pesquisa feita pelo Jet Sites Agencia Digital, Marketing Digital, Desenvolvimento para internet, constatou-se que:

O setor de comércio eletrônico fechou o ano passado com faturamento de R\$ 10,6 bilhões, um crescimento de 30% sobre os R\$ 8,2 bilhões de 2008, segundo dados da empresa de pesquisa E-bit divulgados nesta terça-feira.

O número de consumidores que fizeram compras na internet no ano passado passou para 17,6 milhões de pessoas, uma alta de 33% em relação a 2008.

No ano passado, o valor médio das compras (tíquete médio) ficou em R\$ 335, o que representou um aumento de 2% ante o valor de 2008. As categorias de produtos que puxaram o volume das vendas no ano passado foram livros, saúde, beleza e medicamentos, eletrodomésticos, informática e eletrônicos.

Para 2010, a estimativa é de que as vendas pela internet cheguem a R\$ 13,6 bilhões, uma alta também de 30%. Já o número de consumidores deve alcançar 23 milhões, o que representaria uma elevação de 35%.<sup>2</sup>

Com isso nota-se que atualmente cresce o interesse dos consumidores na realização de negócios através do mundo virtual, crescendo também o número de fornecedores. Hoje é mais prático, rápido e em algumas situações mais seguro realizar negócios por meio da internet.

---

<sup>2</sup> CORALLO, Paulo E. *Vendas pela internet somam R\$ 10,6 bilhões em 2009, diz pesquisa. Jet sites Agência Digital, Marketing Digital, Desenvolvimento para Internet. Publicado em 16 de março de 2010. Disponível em: <<http://blog.jetbsites.com.br/mercado/o-consumidor-e-o-e-commerce>>. Acesso: 15 mai. 2010.*

Observando-se que tecnologia atinge picos enormes de evolução, surge outra preocupação no que diz respeito à legislação adequada a ser utilizada, levando-se em conta à problemática dos direitos a serem resguardados, como o direito do consumidor, direito a privacidade, o direito a igualdade de acesso entre outros, pois o Brasil não possui uma regulamentação legal relacionada ao tema.

Apesar da evolução do direito que trata das relações jurídicas no mundo virtual, se faz necessária a criação de normas específicas sobre o tema com regulamentação adequada e uniformização (a exemplo do que ocorre com o Código de Defesa do Consumidor, a legislação de proteção ao meio ambiente etc.). Tudo isso com a finalidade de reduzir gastos, em outras palavras, para não haver um retardamento da evolução dessas transações realizadas neste meio, já que a falta de normas que regulamentem com maior exatidão essas relações acabam causando uma falta de segurança jurídica que, por sua vez, pode causar até mesmo prejuízos financeiros ao e-commerce. Afinal, poucas pessoas arriscam perder dinheiro ou bens em relações jurídicas e comerciais instáveis.

O presente artigo pretende provar que o Código de Defesa do Consumidor tem respaldo para a proteção dos consumidores das negociações realizadas no mundo virtual, porém as normas consumeristas não se aplicam a todas as relações ocorridas por meio da internet, e por esse motivo deveria haver uma legislação específica voltada para o tema.

## **2. SURGIMENTO DA INFORMÁTICA**

Não se pode começar a falar das relações comerciais advindas dos meios eletrônicos, sem antes abordar o surgimento da informática, da internet e das relações comerciais feitas por meio delas.

Para isso se começa definindo o que é informática. Segundo o Dicionário Wikipédia, a palavra informática:

[...] é o termo usado para se descrever o conjunto das ciências da informação, estando incluídas neste grupo: a ciência da computação, a teoria da informação, o processo de cálculo, a análise numérica

e os métodos teóricos da representação dos conhecimentos e de modelagem dos problemas.

Seu componente mais conhecimento é o computador. Este foi criado para auxiliar na solução de problemas de forma mais eficaz, para ajudar o homem a automatizar tarefas repetitivas. Assim nasceu a informática.

O computador elétrico surgiu na década de 30. Foram feitas muitas tentativas para se substituir as partes mecânicas<sup>3</sup> dos equipamentos por partes elétricas, como por exemplo, o uso de relés. Quando foi feita a substituição dos relés por válvulas se permitiu a criação da primeira geração de computadores modernos.

Foi na década de 50, que surgiram os computadores de segunda geração. Os cientistas dos Laboratórios Bell, ligados à *American Telephone & Telegraph (AT&T)*, criaram o *transistor*, em 1947, que fazia as mesmas funções das válvulas a custo bem menor.

Os computadores de terceira geração foram lançados, no final da década de 50. Em 1958, a Texas Instruments anunciou os resultados de uma pesquisa que revolucionou o mundo: o circuito integrado.

A quarta geração dos computadores surgiu no final dos anos 60. A *Intel* projetou o microprocessador, que é um dispositivo que reúne em um mesmo circuito integrado todas as funções do processador central, que é a base para os microcomputadores. O primeiro modelo foi o *Altair*, que era baseado no microprocessador 808 da *Intel*, que era vendido na forma de kit.

Bill Gates e Paul Allen, em 1974 desenvolveram o sistema operacional do *Altair* e um ano após fundaram a Microsoft, que hoje é a maior companhia de software do mundo. De 1984 em diante, as evoluções no campo da informática e da tecnologia se tornaram cada vez mais constantes e significativas, existindo atualmente computadores com altíssima capacidade de armazenamento e processamento.

---

<sup>3</sup> WIKIPÉDIA, Dicionário. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Informatica> . Acesso em: 11 jun. 2010.

## 2.1 História da Internet

A Internet, ou rede mundial de computadores, teve seu surgimento em plena guerra fria e foi criada pela forças armadas norte-americanas com objetivos militares para assegurar a comunicação, acaso os meios convencionais de telecomunicações fossem destruídos. Nessa época também foi utilizada no meio acadêmico, principalmente por estudantes e professores dos Estados Unidos da América, para efetuarem trocas de idéias, mensagens, dentre outros.

Em 1990 a internet começou a se popularizar no restante do mundo, mas a mesma só cresceu em ritmo acelerado após o engenheiro inglês Tim Bernes-Lee, desenvolver a World Wide Web, que possibilitava a utilização de uma interface gráfica e a criação de sites dinâmicos e visualmente interessantes.

A partir desse período a internet só se expandiu. Foram criados navegadores como, por exemplo, o Internet Explorer da Microsoft e o Netscape Navigator. Junto com os navegadores surgiram portais de serviço *on line*, provedores de acesso etc. e assim a internet passou a ser utilizada por vários segmentos sociais.

As mais variadas atividades começaram a ser realizadas na rede mundial de computadores. Desempregados passaram a procurar empregos, agências passaram a anunciar vagas de empregos, adolescentes começaram a participar de sites de conversas e de jogos, estudantes passaram a realizar pesquisas e diversas outras coisas.

Nessa oportunidade também as empresas descobriram que através da internet, poderiam efetuar negócios *on line*, conseguindo melhorar vendas e lucros, transformando a internet em “shoppings virtuais”.

Hoje notadamente não podemos mais viver sem internet. Ela se tornou parte da vida das pessoas ao redor do mundo, e por que não dizer até uma necessidade.

## 3. DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR E DO FORNECEDOR

As relações de consumo são reguladas no Brasil, pelo Código de Defesa do Consumidor, Lei 8078/90, que igualmente dispõe sobre direitos e deveres do consumidor.

Somos todos consumidores natos, seja de bens ou de serviços e por esse motivo temos direitos e garantias. Neste sentido podemos citar o direito a segurança, direito a informação, direito a escolha, direito de exigir nota fiscal, dentre outros.

Importante saber aqui o que é o direito do consumidor. Celso Marcelo de Oliveira nos ensina em “O direito do consumidor e os bancos”:

Entende-se por Direito do Consumidor, o agrupamento de normas jurídicas que visam regular as relações estabelecidas entre a pessoa do consumidor e do fornecedor. Esta relação, denominada relação jurídica de consumo, é então no ensinamento de Cláudio Bonatto ‘o vínculo que se estabelece entre um consumidor, destinatário final, e entes a ele equiparados, e um fornecedor profissional, decorrente de um ato de consumo ou como reflexo de um acidente de consumo, a qual sofre a incidência de norma jurídica específica, com o objetivo de harmonizar as interações naturalmente desiguais da sociedade moderna de massa’.<sup>4</sup>

Os direitos e defesas dos consumidores estão no rol dos direitos fundamentais, como se pode verificar pelo artigo 5º, inciso XXXII, o Estado tem o dever de promover na forma de lei a defesa do consumidor, nos ensina Paulo Roberto Roque Antônio Khouri:

Esse direito é reconhecido no texto constitucional como fundamental porque o consumidor busca no mercado, na qualidade de não profissional, de destinatário de tudo o que o mercado produz, a satisfação de suas necessidades essenciais de alimentação, saúde, educação, segurança, lazer etc. o consumidor não exerce esse direito fundamental apenas quando esta celebrando um contrato de assistência à saúde ou adquirindo um imóvel para moradia; esse direito fundamental é indissociável da condição de consumidor, seja a relação de consumo contratual ou extracontratual.

O CDC é uma normalização que visa dar eficácia plena ao preceito constitucional do art. 5º, XXXII. É por tal motivo que o Código não cuidou de um contrato específico, mas de proteger o consumidor em toda a relação, principalmente, no domínio contratual, em que haja relação de consumo entre um fornecedor profissional e um consumidor não profissional.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> OLIVEIRA, Celso Marcelo de. *ADIN 2591: o direito do consumidor e os bancos*. Disponível em: <http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=2741>. Acesso em: 24 ago. 2005.

<sup>5</sup> KHOURI, Paulo Roberto Roque Antônio. *Direito do consumidor: contratos, responsabilidade civil e defesa do consumidor em juízo*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

A filosofia trazida no Código de Defesa do Consumidor busca harmonizar não somente os interesses do consumidor e do fornecedor em uma relação de consumo, como também na adoção de parâmetros que até pouco tempo não afetavam o mundo jurídico, um exemplo disso é a vulnerabilidade do consumidor.

Os deveres do fornecedor correspondem, na metodologia do Código de Defesa do Consumidor, aos direitos dos consumidores. Por exemplo, se o consumidor tem o direito de informação, o fornecedor deverá prestá-la, o que pode acontecer de várias formas, podendo ser por impressos, através de rádio, televisão, panfletos e outros. Esta condição de ampla informação já criará um vínculo obrigacional pré-contratual.

Os direitos básicos do consumidor a serem respeitados encontram respaldo no artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor e a violação dos mesmos na maioria das vezes ocorre com abuso de poder por parte dos fornecedores.

#### **4. ALCANCE DAS NORMAS CONSUMERISTAS**

É importante verificar qual é o alcance das normas consumeristas já que não se pode aplicá-las a toda e qualquer situação, ou fatos ocorridos através da internet.

Primeiramente devemos esclarecer essas normas protegem as relações de consumo, que nada mais são do que relações onde existe um consumidor inicial que adquire produto ou serviço de um destinatário final, ou fornecedor. Tudo que estiver fora dessa relação, não será protegido pelas normas consumeristas, por exemplo: se uma pessoa loca um imóvel via internet para passagem das férias, qualquer problema a ser resolvido deverá ser baseado na lei de locações, especificamente locação por temporada.

Não terá alcance a norma consumerista também no caso de pessoa que efetuar compras, por exemplo, de diversos notebooks via internet, para posteriormente revendê-los, pois, nesse caso se aplicariam normas comerciais para solução de eventual conflito.

## **5. QUESTÕES POLÊMICAS E/OU RELEVANTES DA DEFESA DO CONSUMIDOR NO ÂMBITO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO**

A legislação consumerista regula alguns aspectos da negociação virtual, mas ainda existem muitos pontos a serem melhorados. Uma das dificuldades a serem ultrapassadas é com relação a negociações realizadas com fornecedores que se encontram em outro país, pois em caso de surgir litígio entre as partes o consumidor certamente encontrará dificuldades para sanar seu problema. Por isso mesmo, o consumidor deve sempre estar atento e se precaver antes de efetuar qualquer compra, especialmente no âmbito internacional.

Por seu turno, os fornecedores devem ser transparentes em relação aos produtos e serviços oferecidos, devem cumprir a oferta realizada, entregar e dar assistência técnica a seus consumidores, caracterizando assim um atendimento profissional responsável e comprometido com a lisura de suas relações comerciais.

### **5.1 Da oferta e da publicidade**

Inegável que a internet facilitou muito a apresentação, publicidade e a oferta de produtos e serviços. Estas devem, porém, serem feitas assegurando informações corretas, precisas e claras, sobre as características, qualidade, quantia, função, composição, preço, garantia, prazo de validade e origem e, devem ainda estar em língua nacional. Tudo deve ser feito com base na legislação consumerista, não sendo permitida aquela que publicidade que seja falsa, inteira ou parcialmente, ou capaz de induzir ao erro o consumidor a respeito do qualquer característica do produto ou serviço. Não se permite ainda produto ou serviço que induza a violência, contenha conteúdo discriminatório ou que desrespeite os valores ambientais, pois caso isso ocorra o fornecedor estará cometendo crime, passível ainda de sanções administrativas e civis.

Outro fator importante que tem sido considerado essencial é constar informações sobre o fornecedor, ou ofertante, tais como número de CNPJ, endereço físico do estabelecimento, ou do armazenador, o endereço de correio eletrônico e um sistema que garanta segurança da transação.



Já em relação ao direito de arrependimento, o professor Fabio Ulhôa Coelho nos ensina que o direito de arrependimento se aplica a todo e qualquer tipo de produto adquirido via Internet, pois apesar da compra ter sido feita por um meio virtual, o produto não é virtual, apenas foi adquirido de um estabelecimento comercial que se encontra em domínio virtual.

Para o Professor Fábio Ulhôa Coelho<sup>6</sup>:

A rede mundial de computadores (internet) tem sido largamente utilizada para a realização de negócios. Em razão disto, criou-se um novo tipo de estabelecimento, o virtual. Distingue-se do estabelecimento empresarial físico, em razão dos meios de acessibilidade. Aquele o consumidor ou adquirente de bens ou serviços acessa exclusivamente por transmissão eletrônica de dados, enquanto o estabelecimento físico é acessível pelo deslocamento no espaço. A natureza do bem ou serviço objeto de negociação é irrelevante para a definição da virtualidade do estabelecimento. Se alguém adquire, via internet, um eletrodoméstico, a mercadoria nada tem de virtual, mas como a sua compra decorreu de contrato celebrado com o envio e recepção eletrônicos de dados via rede mundial de computadores, considera-se realizada num estabelecimento virtual.

Outro fator de relevância é a questão do frete de retorno da mercadoria. Em que pese o brilhantismo das orientações contrárias, acreditamos que quem deve arcar com o frete de retorno da mercadoria é o vendedor já que este obtém lucro na negociação e arca com o ônus da mesma.

Porém há divergência na opinião dos juristas acerca desses dois últimos tópicos (direito de arrependimento e frete de retorno), ficando patente a necessidade de uma legislação específica que dirima as posições divergentes em um único sentido.

É necessário que o consumidor sempre busque informações juntos aos órgãos de proteção para verificar se consta algum gravame contra o fornecedor, bem como procurar se precaver nas compras feitas onde o fornecedor é de outro país, pois o CDC não alcança essas relações.

Talvez falem iniciativas do governo e dos órgãos de proteção do

---

<sup>6</sup> Disponível em: <<http://www.buscalegis.ufsc.br/revistas/files/journals/2/articles/27435/public/27435-27445-1-PB.pdf>> Acesso em: 16 nov. 2010.

consumidor no sentido de educar o usuário de Internet. Grandes esforços têm sido feitos para a inclusão digital, mas pouco ou nada para educar esses novos usuários.

## **5.2 Da garantia legal**

Assim como nas relações realizadas no mundo real, as negociações feitas através da internet seguem os prazos estabelecidos do CDC, em seu artigo 26, ou seja, o prazo é de 30 dias para produtos não duráveis e de 90 dias para os duráveis, mas pode ocorrer que o fornecedor ofereça um prazo maior de garantia, o que fará com que o mesmo se comprometa com a oferta.

O projeto de Lei n. 1.599/99 prevê a possibilidade de o consumidor fazer a reclamação por meio do e-mail do fornecedor.

Também há a possibilidade do arrependimento nas relações de consumo realizadas através da internet, neste caso, o consumidor tem o prazo de até sete dias a contar da assinatura do contrato ou recebimento da mercadoria, devendo requerer a devolução da quantia paga e devolver o produto adquirido.

## **5.3 Outras proibições**

Existem algumas proibições nas relações de consumo realizadas pela internet são elas: a) enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto ou fornecer qualquer serviço, considerando-se caso ocorra, como sendo amostra grátis, não sendo o consumidor obrigado a pagar; b) cumprir o prazo de entrega do produto ou de execução do serviço; c) informar previamente das despesas de remessa do produto; d) executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor; e) cobrar quantia indevida, que uma vez paga, deverá ser devolvida em dobro corrigida monetariamente e com juros legais.

## **5.4 Novas diretrizes**

Recentemente foram publicadas diretrizes<sup>7</sup> pelo Ministério da Justiça,

---

<sup>7</sup> *MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. Diretrizes do Comércio Eletrônico. Disponível em: <<http://www.mj.gov.br/>>. Acesso em: 05 out. 2010.*

que determinaram que o Código de Defesa do Consumidor se aplica totalmente ao comércio eletrônico. Dentre essas diretrizes estão o dever de assegurar aos consumidores do comércio eletrônico uma proteção transparente na realização das negociações, bem como proteção contra má publicidade, acesso a informações corretas e precisas, acesso as condições gerais de contratação, exercício efetivo de arrependimento, facilidade do cancelamento da cobrança ou Emissor do Cartão de Crédito e, ainda, direito a informações relativas ao fornecedor, informações sobre produtos e serviços, informações sobre as transações, dentre outras.

O objetivo dessas diretrizes é fazer com que o consumidor tenha a mesma confiança do mundo físico, no mundo virtual, possibilitando assim a evolução do direito eletrônico. Vale também ressaltar que estas diretrizes não valem para sites estrangeiros, permanecendo, portanto o problema de adquirir bem ou serviços internacionais.

Essas novas diretrizes, porém não trouxeram nada de novo, pois estamos cansados de saber que as relações de consumo realizadas pela Internet, são alcançadas pelo CDC, como vemos a tempos pela Jurisprudência pátria.

## **6. NECESSIDADE DE UMA LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA**

Conforme já dito no início deste estudo, o comércio eletrônico no Brasil não possui regulamentação jurídica específica, sendo aplicável por analogia à legislação já existente, incluindo-se mais recentemente pelas mencionadas Diretrizes traçadas pelo Ministério da Justiça, a aplicação do Código de Defesa do Consumidor. Mesmo com esse recente implemento legislativo, essas relações ainda podem ficar sem uma proteção eficaz somente pelo fato de não existir, no ordenamento brasileiro, normas específicas de proteção a estes consumidores.

Como conseqüência, todo tipo de transação eletrônica tem sido regida por uma complexa mistura de diferentes aspectos, tais como jurisprudência, em possíveis casos aplicação de analogia, e várias instruções normativas relacionadas

ao comércio eletrônico. Isso resulta em uma incerteza que rotunda essa relação eletrônica, gerando assim maiores custos para essa atividade, bem como contribui para o seu retardamento.

O Brasil é um dos países que tem maior número de internautas no mundo, e com muito potencial de crescimento, assim, se não houver uma nova norma que dê segurança jurídica aos usuários deste sistema, os custos relacionados a litígios ocasionados nessa nova prática comercial serão vultosos. Com isso já se percebe a necessidade de se fazer uma uniformização de princípios para estruturação dessa relação comercial eletrônica, para que haja facilitação, transparência, segurança e, com isso tudo, uma conseqüente redução de custo dessa atividade.

No caso da aplicação subsidiária do CDC nas relações comerciais eletrônicas, este garante dos direitos do consumidor pouco importando se a negociação foi realizada por meio de estabelecimentos virtuais ou físicos, porém, como são os contratos feitos a distância, podem os mesmos apresentar maiores problemas, transcendendo a eficácia do CDC. Apesar dessa aplicabilidade, entende-se que se faz necessária uma legislação de fato voltada para a implementação de critérios que se adéqüem inteiramente ao e-commerce, traduzindo-se ao usuário a confiabilidade, privacidade, transparência e segurança para este tipo de comércio.

Outro ponto inegável da necessidade de normalização específica para este tema, que causa um grande desconforto nas contratações realizadas através da internet, é o fato de que fica por conta da interpretação doutrinária e dos tribunais a resolução dos possíveis conflitos, e ainda deixa de intensificar os investimentos e o crescimento do comércio eletrônico.

Nessa falta de regulamentação acabam existindo alguns males como, por exemplo, a invasão de privacidade e a falta de regras claras que atingem diretamente os internautas que utilizam a rede para realizar contratos. Um terceiro que nada tem haver com a relação jurídica pactuada, pode se interpor nesta relação alterando dados de um contrato, por exemplo, falseando documentos dentro outros. A violação de privacidade pode dar margem a danos causados por leitura não autorizada de e-mails, dados sobre as preferências de determinados consumidores, classe social, nível econômico etc. Este tipo de infração legal

pode ocorrer com a venda de cadastros de clientes ou com a ou cópia não-autorizada de registro de usuários inscritos em um site. Abrange dois aspectos: o aspecto comercial decorre do compromisso da empresa em assumir uma política de privacidade de dados perante seus usuários; o aspecto técnico surge da necessidade de arquivamento de dados com as devidas preocupações com a segurança, em servidores protegidos contra invasões.

Outro exemplo que se pode citar e que tem uma grande ocorrência são casos que acabam trazendo conflitos legais, estão relacionados à definição do que é registrável como marca (Lei n. 9.279 de 14/05/1996) ou domínio (Resolução n. 001/98 do Comitê Gestor Internet do Brasil de 15 de abril de 1998, publicada no D.O.U. de 21 de maio de 1998).

É necessário apresentar o pedido ao INPI - Instituto Nacional de Propriedade Industrial, para obter o registro de uma marca, que o examinará com base nas normas legais estabelecidas pela Lei da Propriedade Industrial e nas resoluções administrativas

Para registrar um domínio, a FAPESP adota o princípio de “first come, first get”, ou seja: “o Registro de Nome de Domínio adotará como critério o princípio de que o direito ao nome do domínio será conferido ao primeiro requerente que satisfizer, quando do requerimento, as exigências para o registro do nome, conforme as condições descritas nesta Resolução e seus Anexos” (art. 1º. da Resolução n. 001/98)

Esta modalidade de registro é necessária em transações bancárias e também no momento da compra *on line*. Para garantir esta segurança, em se usando assinatura digital, são requeridas a garantia da origem das partes, integridade do conteúdo negociado e certificação da identidade do signatário. As tecnologias aplicadas podem reunir criptografia com chaves públicas e privadas e certificação digital.

O Governo brasileiro pretende ter controle da idoneidade das entidades certificadoras e realizar trocas de correspondência (inclusive bancária) utilizando-se da certificação digital. Para isso, o Decreto n. 3.587, de 5 de setembro de 2000 estabelece normas para a Infra-Estrutura de Chaves Públicas do Poder Executivo Federal/ICP-Gov, e dá outras providências.

Nota-se, portanto que é fundamental que se apresentem soluções para os diversos conflitos de interesse relacionados, para que seja conferida segurança nessas relações comerciais eletrônicas, pois sob uma perspectiva funcionalista, o direito deve ser dinâmico e responder as mudanças que são verificadas e aos anseios da sociedade produzidos por essa revolução tecnológica.

Entende-se ser necessária uma regulamentação específica sobre o assunto, pois somente assim será garantida a segurança fundamental dos internautas, e isso proporcionará um avanço nas negociações feita pelo meio eletrônico.

## **7. CONCLUSÃO**

Com o desenvolvimento das tecnologias de comunicação e, sobretudo, com o advento da *Internet*, surgiram novas questões a serem analisadas pelos operadores do Direito, uma vez que não se pode olvidar que a ciência jurídica deve acompanhar a evolução da sociedade, adequando-se à nova realidade social que se apresenta, qual seja, a do mundo virtual e da sociedade da informação, afinal, como alude o conhecido brocardo romano: *ubi societas ibi jus*.

Desse modo, para o Estado manter a paz social, para prevenir e reprimir as negociações de danos causados aos consumidores é preciso convencer o Poder Legislativo acerca da necessidade de criação de uma legislação específica sobre a Legislação Consumerista.

Apesar da aplicabilidade do Código de Defesa do consumidor servir de sustentáculo para a proteção dos consumidores internautas, necessário e urgente se faz uma legislação voltada para a implementação de critérios de confiabilidade, privacidade e segurança no comércio eletrônico, intensificando assim os investimentos e crescimento do comércio eletrônico.

Por fim, deve-se destacar que esse trabalho buscou demonstrar que o Código do Consumidor hoje atente algumas das necessidades advindas nas negociações realizadas através do meio eletrônico, mas para se dinamizar essas negociações, dar garantias e plena segurança aos consumidores, se faz necessário a criação de uma legislação específica, o que se espera ficou demonstrado, sem, no

entanto, ter a pretensão de esgotar o assunto, fica a sugestão de ampliar os debates legislativos sobre o tema, com o surgimento, enfim, de uma regulamentação ampla e específica sobre o e-commerce .

## 8. REFERÊNCIAS

BOGO, Kellen Cristina. **Historia da Internet**. Como tudo começou. Disponível em: <<http://www.kplus.com.br/materia.asp?co=11&rv=Vivencia>>. Acesso em: 15 de maio de 2010.

BRAIN, Marshall. **Como funciona o comércio eletrônico**. HowStuffWorks. Disponível em: <<http://empresasefinancas.hsw.uol.com.br/comercio-eletronico.htm>>. Acesso em: 15 de outubro de 2009.

BRITO, Angela Maria de; LIMA, Terezinha Bazé de. **A Organização do Projeto de Pesquisa: uma introdução necessária**. Dourados: UNIGRAN, 2005.

CORALLO, Paulo E. **Jet Sites Agencia Digital, Marketing Digital**. Desenvolvimento para internet Vendas pela internet somam 10,6 milhões em 2009. Disponível em: <<http://blog.jetsites.com.br>>. Acesso em: 15 mai. 2010.

CORREIA, Gustavo Testa. A lei e o comércio eletrônico. **Jus Navigandi**. Teresina, ano 4, n. 39, fev 2000. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=1802>>. Acesso em: 14 out. 2009.

FARIELLO, Danilo. **Comércio eletrônico ganha mais transparência com as novas regras**. iG Brasília 24/08/10. Disponível em: <<http://blogdasppps.blogspot.com/2010/08/comercio-eletronico-ganha-mais.html>>. Acesso em 05 out. 2010.

HOLLANDA, Aurélio B. de. **Novo Dicionário Aurélio**. Versão 5.0.40 São Paulo: Positivo, 2009.

IDG NOW. **Governo lança diretrizes para defesa do consumidor em e-commerce**. Publicada em 20 de agosto de 2010 às 18h34. Disponível em: <<http://idgnow.uol.com.br/internet/2010/08/20/governo-lanca-diretrizes-para-defesa-do-consumidor-de-e-commerce/>>. Acesso em: 05 out. 2010.

LIMA, Marcus Vinícius Bazé de. **A terceirização do contrato de trabalho: Violação dos direitos sociais trabalhistas?** Projeto de Pesquisa. Marília, 2005.

LUPPI, Iria. **Histórico do comércio eletrônico**. Disponível em: <[http://www.oficinadanet.com.br/artigo/1718/historico\\_do\\_comercio\\_eletronico](http://www.oficinadanet.com.br/artigo/1718/historico_do_comercio_eletronico)>. Acesso em: 26 mai. 2009.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. **Diretrizes do Comércio Eletrônico**. Disponível em: <<http://www.mj.gov.br/>>. Acesso em: 05 out. 2010.

OLIVEIRA, Juarez de. **Código Civil comentado**. 14.ed. São Paulo: Edições Jurídicas Manole, 2003.

WIKIPÉDIA. **A enciclopédia livre**. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org>>. Acesso em: 14 out. 2009.