

A REGULAMENTAÇÃO DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR NOS CONTRATOS DE COMÉRCIO ELETRÔNICO

Uma análise crítica do decreto federal 7.962 de 15 de março de 2013

Eduardo de Souza Floriano¹

O Governo Federal publicou, em edição extra do Diário Oficial da União, em 15 de março último, dois importantes decretos visando regulamentar os direitos dos consumidores brasileiros. O primeiro (decreto 7.962/13) dispõe sobre a regulamentação do Código de Defesa do Consumidor – CDC – no tocante à contratação no comércio eletrônico e o segundo (decreto 7.963/13) dispõe acerca da instituição do Plano Nacional de Consumo e Cidadania e da criação da Câmara Nacional das Relações de Consumo.

O objetivo deste estudo é uma análise crítica do decreto 7.962/13, visando indicar a correlação da norma regulamentadora com o texto da lei (lei 8.078/90 – CDC) e apontando suas virtudes e seus eventuais equívocos.

Antes de iniciarmos a avaliação do texto legal, mister tecer alguns comentários acerca da função do decreto regulamentar.

José dos Santos Carvalho Filho² ensina que o poder regulamentar é uma prerrogativa da Administração Pública (em todas as suas esferas) de editar normas para complementar a lei, permitindo sua efetiva aplicação.

NATUREZA DO PODER REGULAMENTAR – Em primeiro lugar, o poder regulamentar representa uma prerrogativa de direito público, pois que conferido aos órgãos que têm a incumbência de gestão dos interesses públicos. Sob o enfoque de que os atos podem ser originários e derivados, o poder regulamentar é de natureza derivada (ou secundária): somente é exercido à luz de lei preexistente. Já as leis constituem atos de natureza originária (ou primária), emanando diretamente da Constituição.

1 Procurador Municipal, Assessor Jurídico do Procon de Juiz de Fora/MG, Membro do Brasilcon, Membro do Conselho Consultivo do Fórum dos Procons Mineiros, Advogado-consultor em direito do Consumidor.

2 Manual de Direito Administrativo, 11ª Edição, Ed. Lumen Juris, 2004, pág. 41.

Considerando a sua função precípua de regulamentar a legislação que lhe é imediatamente superior (lei), não pode, por certo, o decreto, inovar à lei. Neste sentido é bastante elucidativo o ensinamento da Ministra do STF, Cármen Lúcia constante no voto proferido nos autos da ADI 4.568DF: “*Vale dizer, a Presidente da República não pode, no decreto, senão aplicar o que nos termos da lei foi posto a ser apurado e divulgado. O decreto conterà norma de mera aplicação objetiva, vinculada e formal da lei, sem qualquer inovação possível, sob pena de abuso do poder regulamentar, passível de fiscalização e controle pela via legislativa ou judicial.*”

Conforme muito bem asseverado pela Exa. Ministra, o decreto deve dispor sobre a aplicação objetiva, vinculada e formal da lei. Qualquer tentativa de inovação no sistema jurídico via decreto regulamentador pode ser combatida, tanto pela via judicial, como também pelo Congresso Nacional³, através da edição de decreto legislativo.

Pois bem, após este breve introito, passemos a avaliação do texto legal.

O **primeiro dispositivo do decreto** visa a delimitação de seu objeto, apontando três direitos básicos dos consumidores a serem regulamentados, visando dar-lhes maior aplicabilidade.

Art. 1º Este Decreto regulamenta a Lei no 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico, abrangendo os seguintes aspectos:

I - informações claras a respeito do produto, serviço e do fornecedor;

II - atendimento facilitado ao consumidor; e

III - respeito ao direito de arrependimento.

O inciso I tem como regra matriz o direito básico à informação previsto no art. 6º, III do CDC. A informação ao consumidor é um dos pilares das normas protetivas do consumidor, configurando-se princípio da Política Nacional das Relações de Consumo PNRC (art. 4º, IV do CDC) sendo, ademais, previsto em diversas outras partes do Código.

Prosseguindo, ao dispor sobre o atendimento facilitado ao consumidor (inciso II), o Poder Executivo visou regulamentar as regras basilares de boa-fé nas contratações (art. 4º, III do CDC), bem como parte dos deveres anexos do contrato, dentre os quais a doutrina em geral aponta: de cuidado, de orientação, de segurança, de comunicação e informação (não só informação mas como efetivo esclarecimento), de prestação de contas, de manutenção do equilíbrio das prestações,

³ “Art. 49. É da competência exclusiva do Congresso Nacional:

(...)

V - sustar os atos normativos do Poder Executivo que exorbitem do poder regulamentar ou dos limites de delegação legislativa;”

de sigilo e, ainda, de cuidado com o patrimônio do outro contratante, dentre outros.

A boa-fé contratual e os deveres anexos do contrato são institutos tão relevantes na teoria contratual moderna que foram objeto, inclusive, de discussão na I Jornada de Direito Civil do Conselho da Justiça Federal, a qual resultou na criação do enunciado nº 24 com a seguinte redação:

"Art. 422: em virtude do princípio da boa-fé, positivado no art. 422 do novo Código Civil, a violação dos deveres anexos constitui espécie de inadimplemento, independentemente de culpa"

Desta forma, visando a melhor adaptação ou regulamentação das normas do art. 4º, III do CDC e art. 422 do Código Civil vigente e, ainda, da imposição legal de garantia de adequação do PRODUTO ou SERVIÇO (art. 24 do CDC), mister que o fornecedor mantenha franco e facilitado canal de comunicação com o consumidor para que o mesmo possa, utilizando-se o mesmo meio da contratação (eletrônico), apresentar reclamações e sugestões, pedir informações dentre outras demandas.

Vê-se, portanto, que a regulamentação da facilitação do atendimento do consumidor visa a efetiva aplicação de diversos princípios da teoria contratual e de proteção ao consumidor.

Finalizando este primeiro dispositivo legal, temos a indicação (inciso III) que o texto legal visa regulamentar, ainda, o “respeito ao direito de arrependimento”, direito básico previsto no art. 49 do CDC.

Seguindo na leitura do decreto, o **art. 2º**, dispõe, com muita propriedade, acerca das informações indispensáveis para maior segurança do consumidor no momento da contratação por meio eletrônico.

Nota-se, o cuidado do texto de lei em apontar que não somente o sítio eletrônico que consta a oferta, mas também eventualmente aquele em que se concretizará a conclusão do contrato de consumo, deverão, alternativamente, disponibilizar, em destaque, seis informações mínimas que envolvem a celebração do negócio jurídico.

***Art. 2º Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para oferta ou conclusão de contrato de consumo devem disponibilizar, em local de destaque e de fácil visualização, as seguintes informações:
I - 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;
II - endereço físico e eletrônico, e demais informações necessárias para sua localização e contato;
III - características essenciais do produto ou do serviço, incluídos os riscos à saúde e à segurança dos consumidores;
IV - discriminação, no preço, de quaisquer despesas adicionais ou acessórias, tais como as de entrega ou seguros;
V - condições integrais da oferta, incluídas modalidades de pagamento, disponibilidade, forma e prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto; e
VI - informações claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições à fruição da oferta.

A fim de melhor avaliar os requisitos insertos nos incisos I e II, importante termos em mente que, segundo ensinam Pablo Stolze e Rodolfo Pamplona⁴, a relação obrigacional é composta por três elementos fundamentais, **1)** o subjetivo, sendo sujeito ativo (credor) e sujeito passivo (devedor), **2)** o objetivo ou material, consubstanciado na prestação e **3)** o elemento ideal, imaterial ou espiritual, isto é, o vínculo jurídico.

Nota-se, portanto, que sendo da natureza do contrato a existência do sujeito ativo e passivo, nada mais lógico que neste negócio jurídico a ser celebrado por meio digital, logo, sem contato direto entre as partes, a plataforma de negociação (site) contenha, com muita clareza, a identificação exata e detalhada não só do consumidor (devedor), que preenche, sempre, minucioso cadastro on-line, mas também do fornecedor (credor), com indicação do nome empresarial, CNPJ/CPF, além de indicação de endereço, telefone e e-mail de contato.

Ademais, em exato atendimento ao art. 6º, III e 31 do CDC, deverão os sites de oferta ou os responsáveis pela conclusão do contrato, indicar com o máximo de clareza e precisão as características do produto/serviço, a discriminação completa do preço incluindo-se todas as despesas adicionais ou acessórias e, por fim, as condições integrais da oferta contemplando, ostensivamente, quaisquer restrições à fruição da oferta.

Passando à leitura do **art. 3º do decreto**, observa-se que o mesmo visa regulamentar, especificamente, as informações as quais os sites que praticam as chamadas “compras coletivas” ou modalidades análogas devem prestar ao consumidor.

Art. 3o Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para ofertas de compras coletivas ou modalidades análogas de contratação deverão conter, além das informações previstas no art. 2o, as seguintes:
I - quantidade mínima de consumidores para a efetivação do contrato;

4 Novo Curso de Direito Civil, 9ª Edição, Editora Saraiva, 2008, pág. 15

*II - prazo para utilização da oferta pelo consumidor; e
III - identificação do fornecedor responsável pelo sítio eletrônico e do fornecedor do produto ou serviço ofertado, nos termos dos incisos I e II do art. 2o.*

Não existe norma jurídica definindo o que seriam “compras coletivas”⁵. Assim, na ausência de preceito legal orientador, valemo-nos, portanto, da definição técnica estabelecida no Código de Ética do Comitê de Compras Coletivas, da CAMARA-E.NET⁶.

Artigo 1º - Para fins do presente Código, os termos abaixo terão a seguinte definição:

COMPRAS COLETIVAS: *Uma modalidade de e-commerce que tem como objetivo vender produtos e serviços de diversos tipos de estabelecimentos empresariais para um número mínimo pré-estabelecido de consumidores por oferta.*

Nota-se, pela definição acima, que o site de compras coletivas, na verdade oferece ao público produtos ou serviços de terceiros. A empresa operadora do site de compras coletivas, de forma geral, negocia com a sua parceira comercial descontos na aquisição de um número determinado de produtos. A partir desta negociação, oferece o produto deste parceiro em seu site, geralmente a preços inferiores ao do mercado convencional, justamente em razão desta negociação de um número elevado de produtos/serviços.

Todavia, não se trata de uma oferta convencional. O negócio jurídico firmado com o consumidor possui uma condição suspensiva⁷, qual seja, o contrato somente terá eficácia se um determinado número de consumidores contratarem o serviço ou adquirirem o produto.

Estas são, pois, as peculiaridades que determinam a necessidade de regulamentação específica deste tipo de contratação. Além das informações constantes no art. 2º, os sites de compras coletivas são obrigados a informar, adicionalmente, ao consumidor: **1)** a quantidade mínima de consumidores para validação da oferta (condição suspensiva do contrato); **2)** o prazo para utilização

5 Cumpre esclarecer que o Senador Antônio Carlos Rodrigues apresentou emenda ao PLS281/12 no sentido de acrescentar ao referido projeto o art. 45-F, com quatro parágrafos, nos quais pretende definir (§1º) e regular (§§2º, 3º e 4º) as compras coletivas. Em que pese a vontade do Nobre Senador, as definições trazidas tanto no *caput* do art. 45-F quanto no §1º, são, ao meu ver, equivocadas e atécnicas. (Fonte: <http://www.senado.gov.br/atividade/materia/getPDF.asp?t=118478&tp=1>)

6 Camara e.net é uma associação civil, sem fins lucrativos que tem por objeto a promoção institucional de atividades relativas ao comércio eletrônico. É formada por pessoas físicas, associações, instituições, firmas individuais, companhias, sociedades simples ou empresárias, ou qualquer outro tipo de entidade, nacionais ou estrangeiras, interessadas em incrementar o Comércio Eletrônico. (Fonte Estatuto social <http://www.camara-e.net/institucional/estatuto/>). Segundo informação constante no site da instituição (<http://www.camara-e.net/institucional/>) a instituição é “...a principal entidade multisetorial da América Latina e entidade brasileira de maior representatividade da Economia Digital.”

7 Código Civil – Lei 10.406/02 - Art. 125. Subordinando-se a eficácia do negócio jurídico à condição suspensiva, enquanto esta se não verificar, não se terá adquirido o direito, a que ele visa.

da oferta pelo consumidor e **3)** identificação do parceiro comercial. Importante ressaltar que estas informações já constavam no art. 7^o do citado Código de Ética do Comitê de Compras Coletivas da Câmara-E.net, instrumento este que, todavia, não possui força normativa.

Levando em conta que a identificação do parceiro comercial é indispensável para que o consumidor possa exercer seus direitos inerentes à aquisição do produto ou prestação do serviço, o decreto determina a obrigação da empresa responsável pelo site de compras coletivas em indicar, também, os dados dos parceiros comerciais referidos no art. 2^o, I e II, quais sejam: **1)** nome empresarial, **2)** CNPJ/CPF; **3)** endereço físico/eletrônico e **4)** outros dados como telefone, e-mail, fax etc.

Cumprido ressaltar que o Poder Executivo pecou ao não regulamentar a forma de devolução dos valores eventualmente adiantados pelo consumidor, na hipótese de não observância da quantidade mínima de consumidores para efetivação do contrato. Em razão da ausência de regulamentação, cada empresa adota um procedimento para devolução, muitos deles lesivos aos interesses dos consumidores, como a devolução em forma de créditos dentre outros.

Passada a regulamentação do direito à informação, o **art. 4^o do decreto** trata do atendimento ao consumidor, determinando critérios e mecanismos mínimos de relacionamento entre fornecedor e consumidor, na fase pré-contratual, de execução do contrato e pós-contratual.

Antes de avaliar o dispositivo legal em si, mister uma rápida análise da relação contratual. Desde a edição do CDC, ficou clara a preocupação do legislador pátrio com a vulnerabilidade e hipossuficiência do consumidor. As regras dos artigos 4^o, I, 6^o, VIII e art. 46 comprovam o alegado. O consumidor sempre foi, e sempre será, o elo mais fraco da relação de consumo e, durante muitos anos, sujeitou-se à aceitação da vontade contratual do fornecedor em razão do poder econômico deste, por desconhecimento técnico e jurídico dos termos dos contratos e, em muitos casos, em razão do próprio desconhecimento pleno do objeto contratual.

Todavia, a legislação de defesa do consumidor buscou equilibrar essa desigualdade com regras protetivas, que visam equilibrar o pacto contratual. O CDC adotou como norte não só a necessidade de prévia ciência do termo contratual mas, ainda, a sua cognoscibilidade e inteligibilidade. Não basta, portanto, o consumidor saber ler o contrato, deve efetivamente conhecê-

8 Artigo 7^o - As ofertas deverão prever regras claras e honestas no tocante ao preço, quantidade mínima para ativação, prazo de utilização do cupom/voucher, dados do parceiro, datas e horários de utilização, enfim, conter todas as informações necessárias para que o usuário tenha clareza do objeto da oferta.

lo e entendê-lo para poder exercer, de forma livre e consciente, sua vontade em contratar.

Não bastasse o exposto, verifica-se que a proteção contratual do consumidor é, ainda, mais ampla. O CDC prevê a interpretação das cláusulas contratuais de maneira mais benéfica ao consumidor (art. 47), a nulidade de diversas espécies de cláusulas contratuais lesivas (art. 51) e regras para a estipulação de contratos de adesão (art. 54), dando especial atenção, no §4º, às cláusulas de limitação de direitos.

Nota-se, portanto, que a liberdade contratual é, de certa forma, controlada pelo Estado para garantir a verdadeira isonomia entre os sujeitos contratuais, e a necessidade de se fortalecer a plena liberdade de contratação.

Nesta toada, continuando na leitura do texto do decreto, dispõe o **inciso I do art. 4º**, ser necessária a apresentação, antes da contratação, de um sumário do contrato, o qual deve enfatizar as informações básicas necessárias ao livre direito de escolha e as cláusulas limitativas de direitos.

*Art. 4o Para garantir o atendimento facilitado ao consumidor no comércio eletrônico, o fornecedor deverá:
I - apresentar 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;*

Em que pese a boa intenção de regulamentar mais um mecanismo de facilitação do entendimento do contrato pelo consumidor, parece-me que a imposição constante neste dispositivo exacerba o poder regulamentar. O decreto, como visto anteriormente, não pode inovar o ordenamento jurídico. Determinar ao fornecedor que além da entrega do contrato (inciso IV), faça também a entrega de um “sumário”, com informações não concretamente definidas, considerando a imprecisão da expressão “informações necessárias”, fere, ao meu ver, o poder regulamentar do Chefe do Poder Executivo e invade, indevidamente, a competência legislativa do Congresso Nacional. Não obstante, o uso de termos ou expressões vagos e imprecisos afronta, diretamente, as regras de redação legislativa em especial o art. 11, II, “a” da lei complementar 95/98.

Seguindo na leitura do **art. 4º**, os **incisos II a VI** tratam, especificamente, da disponibilização de ferramentas de comunicação entre consumidor e fornecedor.

II - fornecer ferramentas eficazes ao consumidor para identificação e correção imediata de erros ocorridos nas etapas anteriores à finalização

da contratação;
III - confirmar imediatamente o recebimento da aceitação da oferta;
IV - disponibilizar o contrato ao consumidor em meio que permita sua conservação e reprodução, imediatamente após a contratação;
V - manter 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;
VI - confirmar imediatamente o recebimento das demandas do consumidor referidas no inciso, pelo mesmo meio empregado pelo consumidor; e
VII - utilizar mecanismos de segurança eficazes para pagamento e para tratamento de dados do consumidor.
Parágrafo único. A manifestação do fornecedor às demandas previstas no inciso V do caput será encaminhada em até cinco dias ao consumidor.

Conforme já foi ressaltado anteriormente, dentre os diversos deveres anexos ao contrato estão os princípios da informação, da transparência, do aconselhamento e da comunicação. A regulamentação de um eficaz meio de atendimento aos consumidores, nada mais é que dar concretude à estes princípios.

Outro ponto de destaque na regulamentação introduzida pelo decreto 7.962/13 é o da simetria do meio de comunicação ou contratação. Isto é, sendo eletrônico o meio escolhido para a contratação, deve também se dar por meio eletrônico a comunicação dos atos prévios a efetivação do contrato (aceitação da oferta), do envio do contrato em meio que permita a conservação e reprodução (ex: arquivo digital com extensão *.pdf ou *.doc) e da confirmação das demandas do consumidor, que deverão ser respondidas em até 05 dias (art. 4º, parágrafo único).

Finalizando a leitura do art. 4º do decreto, temos, no inciso VII, a inclusão de dispositivo que determina a utilização de “mecanismos de segurança eficazes” para pagamento e tratamento dos dados do consumidor. Tal previsão se coaduna com o disposto no art. 4º, caput, inciso II alínea “d” e inciso V e art. 6º, I do CDC.

Importante ressaltar, contudo, que a regra embora juridicamente correta, em nada acresce ou regulamenta o tema da segurança das contratações, sendo demasiadamente genérica e abstrata.

Outro direito básico regulamentado pelo decreto 7.962/13 é o Direito de Arrependimento, previsto no art. 49 do CDC⁹.

⁹ “Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

Parágrafo único. Se o consumidor exercer o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores

Antes de adentrarmos à análise dos dispositivos, cabe aqui questionar se não seria o momento de se regulamentar questões recorrentes que chegam diariamente aos Procons e ao Poder Judiciário. Em que pese o instituto do direito de arrependimento mostrar-se importante ferramenta protetiva do consumidor, que possibilita a devolução de mercadorias ou serviços adquiridos sem o contato físico ou plena ciência do objeto do contrato, tem-se verificado, em alguns casos, o uso abusivo ou arbitrário deste direito. Explico. Como pode o consumidor de um *E-book* (livro em formato digital) pretender a devolução do arquivo digital após o seu recebimento? Como pode um consumidor após ter assistido um filme locado pelo sistema *on-demand* (visualização do filme via internet), pleitear a devolução do valor da locação avocando o direito de arrependimento. É certo que o legislador de 1990 não poderia prever este tipo de tecnologia, mas é evidente que poderíamos, interpretando a vontade do legislador e avaliando o curso da história, regulamentar o art. 49 do CDC segundo a realidade que nos cerca.

Passado a observação quanto ao alcance do instituto do direito de arrependimento, vejamos o que dispõe o **caput do art. 5º**. O referido dispositivo impõe o dever do fornecedor de informar clara e ostensivamente o meio pelo qual o consumidor poderá exercer o direito de arrependimento, ressaltando no §1º que este meio deve ser o mesmo meio utilizado pela contratação (adotando-se a regra de simetria prevista no código civil art. 472¹⁰) ou, ainda, outros meios disponíveis (pessoalmente, por telefone, fax, etc.).

Art. 5º O fornecedor deve informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados e eficazes para o exercício do direito de arrependimento pelo consumidor.

§ 1º O consumidor poderá exercer seu direito de arrependimento pela mesma ferramenta utilizada para a contratação, sem prejuízo de outros meios disponibilizados.

O **§2 do art. 5º** dispõe acerca da consequência do exercício do direito de arrependimento, qual seja a rescisão¹¹ dos contratos assessoriais e, o §3º, a obrigação do fornecedor em comunicar à instituição financeira ou administradora do cartão de crédito o cancelamento da operação ou o estorno do valor.

eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.”

10 “Art. 472. O distrato faz-se pela mesma forma exigida para o contrato.”

11 Seguindo o que dispõe o art. 473 do CC o termo tecnicamente correto seria resilição e não rescisão.

“Art. 473. A resilição unilateral, nos casos em que a lei expressa ou implicitamente o permita, opera mediante denúncia notificada à outra parte.”

§ 2o O exercício do direito de arrependimento implica a rescisão dos contratos acessórios, sem qualquer ônus para o consumidor.

§ 3o O exercício do direito de arrependimento será comunicado imediatamente pelo fornecedor à instituição financeira ou à administradora do cartão de crédito ou similar, para que:

I - a transação não seja lançada na fatura do consumidor; ou

II - seja efetivado o estorno do valor, caso o lançamento na fatura já tenha sido realizado.

Muita polêmica, certamente, advirá destes dispositivos.

Primeiro, pela amplitude que se dará à expressão “contratos acessórios”. Pela definição do art. 92 do Código Civil¹², definiu-se como acessório “*aquele cuja existência pressupõe a do principal*”. Muito se discute na doutrina a natureza dos contratos de financiamento atrelados ao de compra e venda. Em geral afirmam os doutrinadores não se tratar de contratos acessórios, mas de contratos coligados ou conexos.

Neste sentido, vejam o ensinamento do professor Orlando Gomes¹³. “*Os contratos coligados são queridos pelas partes contratantes como um todo. Um depende do outro de tal modo que cada qual, isoladamente, seria desinteressante. Mas não se fundem. Conservam a individualidade própria, por isso se distinguindo dos contratos mistos.*”

Sobre a conexão dos contratos ensina Cláudia Lima Marques¹⁴, “*A conexão é, pois, o fenômeno operacional econômico de multiplicidade de vínculos, contratos, pessoas e operações para atingir um fim econômico unitário e nasce da especialização das tarefas produtivas, da formação de redes de fornecedores no mercado e, eventualmente, da vontade das partes* .

O STJ, já enfrentou o tema sendo paradigmático o voto do Ministro Ruy Rosado sobre a questão, do qual se extrai o seguinte trecho.

“(…)Quando se cuida de contratos coligados, as circunstâncias do negócio é que determinarão quais as relações entre eles, e quando um não pode permanecer sem o outro, de modo que o descumprimento da obrigação de um possa influir também na conservação ou extinção do outro, desfazendo-se o negócio total. (…)”
(RESP 337.040 min. Ruy Rosado de Aguiar)

12 Art. 92. Principal é o bem que existe sobre si, abstrata ou concretamente; acessório, aquele cuja existência supõe a do principal.

13 GOMES, Orlando. Contratos. Atualizadores Antônio Junqueira de Azevedo e Francisco Paulo de Crescenzo Marino. Coord. Edvaldo Brito. Rio de Janeiro: Forense, 26ª Edição, 2007, p. 121.

14 Cláudia Lima Marques, in Contratos no Código de Defesa do Consumidor, ed. RT, 4ª edição, p. 92 e 93

Ainda o STJ:

RECURSO ESPECIAL. EMBARGOS À EXECUÇÃO. OFENSA AO ART. 535 DO CPC NÃO CONFIGURADA. AUSÊNCIA DE PREQUESTIONAMENTO. SÚMULAS 282 E 356 DO STF. DISSÍDIO JURISPRUDENCIAL. COTEJO ANALÍTICO. NECESSIDADE. CONTRATOS COLIGADOS. UNIDADE DE INTERESSES ECONÔMICOS. RELAÇÃO DE INTERDEPENDÊNCIA EVIDENCIADA. EXCEÇÃO DE CONTRATO NÃO CUMPRIDO. TÍTULO EXECUTIVO. INEXIGIBILIDADE. RECURSO ESPECIAL Nº 985.531 - SP (2007/0221223-2)

Temos, portanto que houve um equívoco nos institutos jurídicos, não se tratando, os contratos de financiamento, de contratos acessórios mas sim de contratos coligados/conexos ao de compra e venda ou de prestação de serviço. Certamente o contrato de financiamento tem por objetivo a consecução do contrato de compra e venda mas, não necessariamente é dependente deste para sua existência.

Tendo em vista o exposto, vê-se que, o que realmente pretende-se regulamentar, é a resilição de contrato coligado/conexo e não de contrato acessório. Ocorre que não há no direito positivado, previsão neste sentido. Conforme noticiado anteriormente, o poder judiciário vem, apenas no caso concreto, e avaliando o necessário vínculo econômico, determinando a rescisão dos contratos coligados/conexos, mesmo a despeito da existência de lei expressa neste sentido.

Salvo melhor juízo, carece de legalidade, então, a regulamentação constantes nos §§ 2º e 3º do art. 5º do decreto 7.962/13, já que, neste ponto, inova, indevidamente, o ordenamento jurídico, conforme já discutido na introdução deste estudo.

Cumpramos ressaltar que já existe projeto de lei (PLS281/12¹⁵) em tramitação no Senado Federal, expressamente dispondo sobre a rescisão dos contratos coligados/conexos de crédito (§4º da proposta de redação do art. 49 do CDC).

Finalizando a análise do **art. 5º**, temos o **§4º** que dispõe ter o fornecedor que confirmar, de imediato, o recebimento da manifestação do consumidor do arrependimento na celebração do contrato eletrônico.

§ 4o O fornecedor deve enviar ao consumidor confirmação imediata do

15 <http://www.senado.gov.br/atividade/materia/getPDF.asp?t=112481&tp=1>

recebimento da manifestação de arrependimento.

Prosseguindo, o **art. 6º do decreto**, visa regulamentar os arts. 30 e 31 do CDC¹⁶, reiterando a obrigação de cumprimento dos termos da oferta e minudenciando a expressão “entre outros dados” indicadas no art. 31, fazendo incluir, quanto à entrega de produtos e serviços, a necessária observância dos prazos, quantidade, qualidade e adequação.

Art. 6o *As contratações no comércio eletrônico deverão observar o cumprimento das condições da oferta, com a entrega dos produtos e serviços contratados, observados prazos, quantidade, qualidade e adequação.*

Já o **art. 7º do decreto** dispõe que a infração à quaisquer condutas determinadas na regulamentação sujeitam os infratores às penalidades administrativas previstas no CDC.

Art. 7o *A inobservância das condutas descritas neste Decreto ensejará aplicação das sanções previstas no art. 56 da Lei no 8.078, de 1990.*

Finalizando a análise da regulamentação do comércio eletrônico temos que, na forma do **art. 8º do decreto**, as regras previstas nos arts. 2º, 3º e 9º do decreto 5.903/06 aplicam-se às contratações eletrônicas.

Art. 8o *O Decreto no 5.903, de 20 de setembro de 2006, passa a vigorar com as seguintes alterações:*

“Art. 10.

Parágrafo único. *O disposto nos arts. 2o, 3o e 9o deste Decreto aplica-se às contratações no comércio eletrônico.” (NR)*

Vejamos o que dispõem os referidos dispositivos legais:

Art. 2o *Os preços de produtos e serviços deverão ser informados adequadamente, de modo a garantir ao consumidor a correção, clareza, precisão, ostensividade e legibilidade das informações prestadas.*

§ 1o *Para efeito do disposto no caput deste artigo, considera-se:*

I - *correção, a informação verdadeira que não seja capaz de induzir o consumidor em erro;*

II - *clareza, a informação que pode ser entendida de imediato e com facilidade pelo consumidor, sem abreviaturas que dificultem a sua*

¹⁶ “Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia,” prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

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.

Art. 3º O preço de produto ou serviço deverá ser informado discriminando-se o total à vista.

Parágrafo único. No caso de outorga de crédito, como nas hipóteses de financiamento ou parcelamento, deverão ser também discriminados:

I - o valor total a ser pago com financiamento;

II - o número, periodicidade e valor das prestações;

III - os juros; e

IV - os eventuais acréscimos e encargos que incidirem sobre o valor do financiamento ou parcelamento.

Art. 9º Configuram infrações ao direito básico do consumidor à informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, sujeitando o infrator às penalidades previstas na Lei no 8.078, de 1990, as seguintes condutas:

I - utilizar letras cujo tamanho não seja uniforme ou dificulte a percepção da informação, considerada a distância normal de visualização do consumidor;

II - expor preços com as cores das letras e do fundo idêntico ou semelhante;

III - utilizar caracteres apagados, rasurados ou borrados;

IV - informar preços apenas em parcelas, obrigando o consumidor ao cálculo do total;

V - informar preços em moeda estrangeira, desacompanhados de sua conversão em moeda corrente nacional, em caracteres de igual ou superior destaque;

VI - utilizar referência que deixa dúvida quanto à identificação do item ao qual se refere;

VII - atribuir preços distintos para o mesmo item; e

VIII - expor informação redigida na vertical ou outro ângulo que dificulte a percepção.

Logo, assim como no comércio em geral, também na contratação por meio eletrônico o consumidor deverá ser informado, no caso de outorga de crédito: **1)** o valor total a ser pago com financiamento; **2)** o número, periodicidade e valor das prestações; **3)** os juros; e **4)** os eventuais acréscimos e encargos que incidirem sobre o valor do financiamento ou parcelamento. Além disso prevê o art. 9º do decreto 5.903/06 uma série de regras visando impedir condutas comerciais que pretendam dificultar o perfeito conhecimento do valor do produto ou que privilegie a informação do valor das parcelas do financiamento em detrimento ao valor total, de forma a tentar induzir o consumidor a erro quanto ao efetivo preço do produto.

Realizada a devida avaliação do texto do decreto, mister apontar duas importantes conclusões.

Em que pese a edição do decreto ser muito valiosa, a comunidade jurídica acompanha, com muita apreensão, a tão discutida atualização do CDC. Elaborada por notável comissão de Juristas e apresentada ao Senado em agosto de 2012, em três projetos de lei distintos (PLS 281, 282 e 283), esta atualização trata, com maior profundidade, do comércio eletrônico. O PLS 281 propõe alteração substancial do direito de arrependimento, acrescenta alguns direitos básicos à lista do art. 6º do CDC e regula, nos arts. 45A a 45E, temas como a oferta por meio eletrônico, atendimento ao consumidor, confirmação da aceitação da oferta, envio de contrato em suporte duradouro, proibição do SPAM, proteção aos dados pessoais do consumidor. Dispõe, ainda, o referido PLS sobre a criação de nova penalidade administrativa (suspensão temporária ou proibição de oferta e comércio eletrônico), além de medidas para assegurar o cumprimento desta penalidade (art. 59, §4º), sobre o crime de manipulação indevida dos dados pessoais do consumidor e, por fim, sobre a competência em ações judiciais de responsabilização contratual e extracontratual relativas ao fornecimento a distância, inclusive internacional, de produtos e serviços. Para melhor comparar o texto do PLS281 com o do decreto 7.962/13 foi elaborada tabela comparativa que encontra-se anexa a este estudo.

É necessário reconhecer, todavia, que, embora o decreto, com suas naturais limitações, não trate do comércio eletrônico com toda a profundidade necessária, esta nova regra inegavelmente trará uma maior segurança aos *e-consumidores* e permitirá, a partir de 14 de maio de 2013¹⁷, uma uniformização na maneira de se ofertar produtos pela internet. Não sobram dúvidas, portanto, da importância do esforço do SENACON e do Ministério da Justiça, em regulamentar, de forma corajosa, o texto do CDC, que embora consiga resolver grande parte dos conflitos atuais, devido à consistência e efetividade de suas regras principiológicas e atemporais, foi editado há mais de vinte anos e não poderia, por óbvio, prever a complexidade do tema tratado neste estudo.

Juiz de Fora, 15 de abril de 2013

17 Por expressa previsão do art. 9º o decreto somente terá vigência a partir do dia 14 de maio de 2013.
“Art. 9o Este Decreto entra em vigor sessenta dias após a data de sua publicação.”

Quadro comparativo PLS 281/12 e Decreto Federal 7.962/13 (comércio eletrônico)

PLS 281/12	Decreto 7.962/13
<p>“Art. 6º</p> <p>XI - a autodeterminação, a privacidade e a segurança das informações e dados pessoais prestados ou coletados, por qualquer meio, inclusive o eletrônico;</p> <p>XII - a liberdade de escolha, em especial frente a novas tecnologias e redes de dados, sendo vedada qualquer forma de discriminação e assédio de consumo. (NR)”</p>	<p>Sem Correspondente</p>
<p>Art. 45-A. Esta seção dispõe sobre normas gerais de proteção do consumidor no comércio eletrônico, visando a fortalecer a sua confiança e assegurar tutela efetiva, com a diminuição da assimetria de informações, a preservação da segurança nas transações, a proteção da autodeterminação e da privacidade dos dados pessoais.</p> <p>Parágrafo único. As normas desta Seção aplicam-se às atividades desenvolvidas pelos fornecedores de produtos ou serviços por meio eletrônico ou similar.</p>	<p>Sem Correspondente</p>
<p>Art. 45-B. Sem prejuízo do disposto nos arts. 31 e 33, o fornecedor de produtos e serviços que utilizar meio eletrônico ou similar deve disponibilizar em local de destaque e de fácil visualização:</p>	<p>Art. 2º Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para oferta ou conclusão de contrato de consumo devem disponibilizar, em local de destaque e de fácil visualização, as seguintes informações:</p>
<p>I - seu nome empresarial e número de sua inscrição no cadastro geral do Ministério da Fazenda;</p>	<p>I – 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;</p>
<p>II - seu endereço geográfico e eletrônico, bem como as demais informações necessárias para sua localização, contato e recebimento de comunicações e notificações judiciais ou extrajudiciais.</p>	<p>II – endereço físico e eletrônico, e demais informações necessárias para sua localização e contato;</p>
<p>III - preço total do produto ou do serviço, incluindo a discriminação de quaisquer eventuais despesas, tais como a de entrega e seguro;</p>	<p>IV – discriminação, no preço, de quaisquer despesas adicionais ou acessórias, tais como as de entrega ou seguros;</p>
<p>IV - especificidades e condições da oferta, inclusive as modalidades de pagamento, execução, disponibilidade ou entrega;</p>	<p>V – condições integrais da oferta, incluídas modalidades de pagamento, disponibilidade, forma e prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto; e</p>

V - características essenciais do produto ou do serviço;	III – características essenciais do produto ou do serviço, incluídos os riscos à saúde e à segurança dos consumidores;
VI – prazo de validade da oferta, inclusive do preço;	Sem Correspondente
VII - prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto.	Vide inciso V última parte
Sem Correspondente	VI – informações claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições à fruição da oferta.
PLS não regula compras coletivas	Art. 3º Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para ofertas de compras coletivas ou modalidades análogas de contratação deverão conter, além das informações previstas no art. 2º, as seguintes:
PLS não regula compras coletivas	I – quantidade mínima de consumidores para a efetivação do contrato;
PLS não regula compras coletivas	II – prazo para utilização da oferta pelo consumidor; e
PLS não regula compras coletivas	III – identificação do fornecedor responsável pelo sítio eletrônico e do fornecedor do produto ou serviço ofertado, nos termos dos incisos I e II do art. 2º.
Art. 45-C. É obrigação do fornecedor que utilizar o meio eletrônico ou similar:	Art. 4º Para garantir o atendimento facilitado ao consumidor no comércio eletrônico, o fornecedor deverá:
I - manter disponível serviço adequado, facilitado e eficaz de atendimento, tal como o meio eletrônico ou telefônico, que possibilite ao consumidor enviar e receber comunicações, inclusive notificações, reclamações e demais informações necessárias à efetiva proteção dos seus direitos;	V – manter 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;
Sem Correspondente	Parágrafo único. A manifestação do fornecedor às demandas previstas no inciso V do caput será encaminhada em até cinco dias ao consumidor.
Sem Correspondente	I – apresentar 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 - confirmar imediatamente o recebimento de comunicações, inclusive a manifestação de arrependimento e cancelamento do contrato, utilizando o mesmo meio empregado pelo consumidor ou outros costumeiros;	III – confirmar imediatamente o recebimento da aceitação da oferta;

<p>III - assegurar ao consumidor os meios técnicos adequados, eficazes e facilmente acessíveis que permitam a identificação e correção de eventuais erros na contratação, antes de finalizá-la, sem prejuízo do posterior exercício do direito de arrependimento;</p>	<p>II – fornecer ferramentas eficazes ao consumidor para identificação e correção imediata de erros ocorridos nas etapas anteriores à finalização da contratação;</p>
<p>IV - dispor de meios de segurança adequados e eficazes;</p>	<p>VII – utilizar mecanismos de segurança eficazes para pagamento e para tratamento de dados do consumidor.</p>
<p>V - informar aos órgãos de defesa do consumidor e ao Ministério Público, sempre que requisitado, o nome e endereço eletrônico e demais dados que possibilitem o contato do provedor de hospedagem, bem como dos seus prestadores de serviços financeiros e de pagamento.</p>	<p>Sem Correspondente</p>
<p>Art. 45-D. Na contratação por meio eletrônico ou similar, o fornecedor deve enviar ao consumidor:</p>	
<p>I - confirmação imediata do recebimento da aceitação da oferta, inclusive em meio eletrônico;</p>	<p>Art. 4º..... VI – confirmar imediatamente o recebimento das demandas do consumidor referidas no inciso, pelo mesmo meio empregado pelo consumidor; e</p>
<p>II - via do contrato em suporte duradouro, assim entendido qualquer instrumento, inclusive eletrônico, que ofereça as garantias de fidedignidade, inteligibilidade e conservação dos dados contratuais, permitindo ainda a facilidade de sua reprodução.</p>	<p>Art. 4º..... IV – disponibilizar o contrato ao consumidor em meio que permita sua conservação e reprodução, imediatamente após a contratação;</p>
<p>Art. 45-E. É vedado enviar mensagem eletrônica não solicitada a destinatário que:</p> <p>I - não possua relação de consumo anterior com o fornecedor e não tenha manifestado consentimento prévio em recebê-la;</p> <p>II - esteja inscrito em cadastro de bloqueio de oferta; ou</p> <p>III - tenha manifestado diretamente ao fornecedor a opção de não recebê-la.</p> <p>§ 1º Se houver prévia relação de consumo entre o remetente e o destinatário, admite-se o envio de mensagem não solicitada, desde que o consumidor tenha tido oportunidade de recusá-la.</p> <p>§ 2º O fornecedor deve informar ao destinatário, em cada mensagem enviada:</p> <p>I - o meio adequado, simplificado, seguro e eficaz que lhe permita, a qualquer momento, recusar, sem ônus, o envio de novas mensagens eletrônicas não solicitadas; e</p>	<p>Sem Correspondente</p>

<p>II - o modo como obteve os dados do consumidor.</p> <p>§ 3º O fornecedor deve cessar imediatamente o envio de ofertas e comunicações eletrônicas ou de dados a consumidor que manifestou a sua recusa em recebê-las.</p> <p>§ 4º Para os fins desta seção, entende-se por mensagem eletrônica não solicitada a relacionada a oferta ou publicidade de produto ou serviço e enviada por correio eletrônico ou meio similar.</p> <p>§ 5º É também vedado:</p> <p>I- remeter mensagem que oculte, dissimule ou não permita de forma imediata e fácil a identificação da pessoa em nome de quem é efetuada a comunicação e a sua natureza publicitária.</p> <p>II- veicular, hospedar, exibir, licenciar, alienar, utilizar, compartilhar, doar ou de qualquer forma ceder ou transferir dados, informações ou identificadores pessoais, sem expressa autorização e consentimento informado do seu titular, salvo exceções legais.”</p>	
<p>“Art. 49. O consumidor pode desistir da contratação a distância, no prazo de sete dias a contar da aceitação da oferta ou do recebimento ou disponibilidade do produto ou serviço, o que ocorrer por último.</p>	<p>Art. 5º O fornecedor deve informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados e eficazes para o exercício do direito de arrependimento pelo consumidor.</p>
<p>§ 1º.....</p>	<p>Sem Correspondente</p>
<p>§ 2º Por contratação a distância entende-se aquela efetivada fora do estabelecimento, ou sem a presença física simultânea do consumidor e fornecedor, especialmente em domicílio, por telefone, reembolso postal, por meio eletrônico ou similar.</p>	<p>Sem Correspondente</p>
<p>§ 3º Equipara-se à modalidade de contratação prevista no § 2º deste artigo aquela em que, embora realizada no estabelecimento, o consumidor não teve a prévia oportunidade de conhecer o produto ou serviço, por não se encontrar em exposição ou pela impossibilidade ou dificuldade de acesso a seu conteúdo.</p>	<p>Sem Correspondente</p>
<p>§ 4º Caso o consumidor exerça o direito de arrependimento, os contratos acessórios de crédito são automaticamente rescindidos, sem qualquer custo para o consumidor;</p>	<p>§ 2º O exercício do direito de arrependimento implica a rescisão dos contratos acessórios, sem qualquer ônus para o consumidor.</p>
<p>§ 5º Sem prejuízo da iniciativa do consumidor, o fornecedor deve comunicar de modo imediato a manifestação do exercício de arrependimento à</p>	<p>§ 3º O exercício do direito de arrependimento será comunicado imediatamente pelo fornecedor à instituição financeira ou à</p>

instituição financeira ou à administradora do cartão de crédito ou similar, a fim de que:	administradora do cartão de crédito ou similar, para que:
I – a transação não seja lançada na fatura do consumidor;	I – a transação não seja lançada na fatura do consumidor; ou
II – seja efetivado o estorno do valor, caso a fatura já tenha sido emitida no momento da comunicação;	II – seja efetivado o estorno do valor, caso o lançamento na fatura já tenha sido realizado.
III – caso o preço já tenha sido total ou parcialmente pago, seja lançado o crédito do respectivo valor na fatura imediatamente posterior à comunicação.	Sem Correspondente
§ 6º Se o fornecedor de produtos ou serviços descumprir o disposto no § 1º ou no § 5º, o valor pago será devolvido em dobro.	Sem Correspondente
§ 7º O fornecedor deve informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados, facilitados e eficazes disponíveis para o exercício do direito de arrependimento do consumidor, que devem contemplar, ao menos, o mesmo modo utilizado para a contratação.	§ 1º O consumidor poderá exercer seu direito de arrependimento pela mesma ferramenta utilizada para a contratação, sem prejuízo de outros meios disponibilizados.
§ 8º O fornecedor deve enviar ao consumidor confirmação individualizada e imediata do recebimento da manifestação de arrependimento.	§ 4º O fornecedor deve enviar ao consumidor confirmação imediata do recebimento da manifestação de arrependimento.
§ 9º O descumprimento dos deveres do fornecedor previstos neste artigo e nos artigos da Seção VII do Capítulo V do Título I desta lei enseja a aplicação pelo Poder Judiciário de multa civil em valor adequado à gravidade da conduta e suficiente para inibir novas violações, sem prejuízo das sanções penais e administrativas cabíveis e da indenização por perdas e danos, patrimoniais e morais, ocasionados aos consumidores.	Sem Correspondente
“Art. 56. XIII - suspensão temporária ou proibição de oferta e de comércio eletrônico.	Sem Correspondente (Decreto não pode criar inovar no ordenamento jurídico)
“Art. 59. “§ 4º Caso o fornecedor por meio eletrônico ou similar descumpra a pena de suspensão ou de proibição de oferta e de comércio eletrônico, sem prejuízo de outras medidas administrativas ou judiciais de prevenção de danos, o Poder Judiciário determinará, a pedido da autoridade administrativa ou do Ministério Público, no	Sem Correspondente (Decreto não pode criar inovar no ordenamento jurídico)

limite estritamente necessário para a garantia da efetividade da sanção, que os prestadores de serviços financeiros e de pagamento utilizados pelo fornecedor, de forma alternativa ou conjunta, sob pena de pagamento de multa diária:

I - suspendam os pagamentos e transferências financeiras para o fornecedor de comércio eletrônico;

II - bloqueiem as contas bancárias do fornecedor. (NR)”

“Art. 72-A. Veicular, hospedar, exibir, licenciar, alienar, utilizar, compartilhar, doar ou de qualquer forma ceder ou transferir dados, informações ou identificadores pessoais, sem a expressa autorização de seu titular e consentimento informado, salvo exceções legais. Pena – Reclusão, de um a quatro anos, e multa.”

**Sem Correspondente
(Decreto não pode criar norma penal)**

“Art. 101. Na ação de responsabilidade contratual e extracontratual do fornecedor de produtos e serviços, inclusive no fornecimento a distância nacional e internacional, sem prejuízo do disposto nos Capítulos I e II deste Título:

I - será competente o foro do domicílio do consumidor, nas demandas em que o consumidor residente no Brasil seja réu e que versem sobre relações de consumo;

II – o consumidor, nas demandas em que seja autor, poderá escolher, além do foro indicado no inciso I, o do domicílio do fornecedor de produtos ou serviços, o do lugar da celebração ou da execução do contrato ou outro conectado ao caso;

III - são nulas as cláusulas de eleição de foro e de arbitragem celebradas pelo consumidor.

Parágrafo único. Aos conflitos decorrentes do fornecimento a distância internacional, aplica-se a lei do domicílio do consumidor, ou a norma estatal escolhida pelas partes, desde que mais favorável ao consumidor, assegurando igualmente o seu acesso à Justiça. (NR)”

**Sem Correspondente
(Decreto não pode dispor sobre Processo Civil)**