

Fórum propõe princípios para normas e decisões sobre comércio eletrônico

30/08/2010

O abismo entre a prática do comércio eletrônico e as regras comerciais existentes hoje pode começar a diminuir a partir do dia 1º de setembro. É quando o Fórum do Comércio Eletrônico, organizado pelo Ministério Público Federal, o Ministério da Justiça e entidades de defesa do consumidor e da iniciativa privada, apresentará o primeiro protocolo do país a respeito do tema, em Brasília. Embora não tenha ousado entrar em temas polêmicos como tributação, a proposta firma definições importantes para consumidores e empresas.

Em franco crescimento, o comércio eletrônico no Brasil deve chegar à marca de R\$ 13,6 bilhões negociados por 23 milhões de consumidores até o fim do ano, segundo expectativas da câmara especializada. Nem mesmo a crise econômica mundial conseguiu parar o avanço das operações, que aumentou 30% em 2008 em relação ao ano anterior, alcançando movimentação de R\$ 8,2 bilhões. Em 2009, novo recorde, agora de R\$ 10,6 bilhões apenas em compras pela internet, impulsionadas pela redução de impostos como o IPI sobre alguns produtos.

Operações entre pessoas jurídicas pela internet, chamadas “b2b” — *business to business* —, no ano passado, responderam por 58% dos negócios dessas corporações, enquanto que as trocas entre empresas e consumidores — “b2c”, ou *business to consumer* — foram feitas pela rede em 25% dos casos. Os dados são de uma pesquisa feita pela Escola de Administração da Fundação Getúlio Vargas. Em 2008, 64% das empresas já usavam a internet para ofertar produtos e serviços aos consumidores, segundo o Comitê Gestor da Internet no Brasil.

É por isso que a [Carta de Princípios do Comércio Eletrônico](#), documento que resume os temas discutidos no fórum e as conclusões acordadas pela maioria dos participantes, se propõe a desatar nós normativos. Para a tarefa, o Fórum do Comércio Eletrônico, criado em fevereiro por representantes de empresas, consumidores, especialistas e acadêmicos, reuniu-se 16 vezes desde então. “Os obstáculos advêm da inexistência de legislação específica para o comércio eletrônico e da aplicação não uniforme das leis existentes”, diz a carta. “Esses obstáculos geram incerteza quanto ao regime jurídico aplicável aos serviços da sociedade da informação e por isso criam insegurança jurídica.”

Quem coordena o fórum é o Grupo de Trabalho Tecnologias da Informação e da Comunicação, do Ministério Público Federal paulista, sob o comando do procurador da República em São Paulo Luiz Fernando Gaspar Costa. Entre outras entidades representadas estão o Departamento de Proteção e de Defesa do Consumidor do Ministério da Justiça, o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), a Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (Câmara-e.net), a Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços e a E-bit – Informações de Comércio Eletrônico.

“A carta é uma simbologia do que o fórum virá a ser”, diz o coordenador jurídico e vice-presidente da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico, **Leonardo Palhares**, sócio do escritório Almeida Advogados. Segundo ele, pontos espinhosos não foram abordados porque o intuito foi de fazer uma “carta de consenso”. O documento servirá, ele explica, como referência para práticas empresariais, futuras leis e decisões judiciais. “É o primeiro filho do fórum”, afirma.

Embora, como reconhece a própria carta, a solução de conflitos não dependa de normas específicas para a internet, já que a Justiça tem aplicado às relações o Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil, de outro lado regras mais claras aumentarão a segurança jurídica dos *players*. “Esse marco deve ser orientado por princípios e ser suficientemente flexível para acompanhar a evolução tecnológica e não restringir o crescimento, o desenvolvimento do comércio eletrônico e a proteção das partes envolvidas”, diz a carta. É exatamente esse espaço que o Fórum do Comércio Eletrônico quer ocupar: o balizamento dos princípios para uma normatização.

É nesse sentido que a carta censura “qualquer oferta que induza o destinatário em erro ou possibilite a compra de bem distinto ou na forma diversa daquela pretendida”. Uma das práticas visadas pela máxima são os golpes comuns na internet





por meio de sistemas como o *one-click-buy*, pelo qual apenas um clique do internauta sobre a imagem do produto já é interpretado como confirmação da compra. Contra isso, ficam os vendedores obrigados a dar ao comprador a possibilidade de conferir o pedido e o preço e de corrigir possíveis erros antes de o negócio ser fechado. Por definição, o comerciante é o responsável pela segurança do pagamento e o sigilo das informações.

A segurança de dados fornecidos por consumidores ou destinatários de serviços não cabe ao provedor, segundo a proposta, “desde que ele não esteja na origem da transmissão, não selecione o destinatário da transmissão e não selecione ou modifique os dados objeto da transmissão”. Além disso, e-mails com ofertas de produtos só são considerados aceitáveis caso o destinatário já tenha comprado produto semelhante na mesma loja.

Quanto a serviços de hospedagem como o do *Youtube*, por exemplo, que armazena vídeos, o fórum sugere que a responsabilidade por conteúdos ilícitos não seja atribuída ao serviço, mas apenas ao usuário, a não ser que o prestador se negue a bloquear o acesso depois de notificado judicialmente. Mesmo assim, segundo a proposta, o uso de multas deve ser estimulado em substituição à remoção de conteúdo. “É um dos casos em que não dá para se levar referência do mundo real para o ambiente virtual”, diz Palhares. “Um serviço de hospedagem com mais de 150 mil postagens por dia não pode ter controle sobre conteúdo. Seria criar um tipo de censura.”

De acordo com o advogado, a jurisprudência tem flertado com a ideia de responsabilizar a todos os serviços pelo que acontece na internet. É o caso de *hiperlinks* que, em vez de levar aos endereços a que se referem, redirecionam o usuário a conteúdos maliciosos. Na opinião de Palhares, um portal não pode ser responsabilizado pelo desvio. “Não é porque tenho o *hiperlink* que sou responsável pelo destino a que ele aponta”, diz.

As conclusões do fórum, no entanto, não tiveram a concordância de todos os seus representantes. O Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, por exemplo, se recusou a aceitar as proposições por entender que as normas vigentes já se referem de forma satisfatória à relação entre empresas e consumidores (*clique [aqui](#) para ler o ofício do órgão*). Já a Câmara-e.net e o Comitê Gestor da Internet no Brasil manifestaram apoio integral ao texto.

Clique [aqui](#) para ler a carta.

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2010-ago-30/forum-propoe-principios-normas-decisoes-comercio-eletronico/>