

FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA

ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

WILIAM BENTO DA COSTA

**COMÉRCIO ELETRÔNICO: ASPECTOS JURÍDICOS
ENVOLVENDO DIREITO E INTERNET**

RUBIATABA – GO

2007

FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA

ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

WILIAM BENTO DA COSTA

**COMÉRCIO ELETRÔNICO: ASPECTOS JURÍDICOS
ENVOLVENDO DIREITO E INTERNET**

Monografia apresentada à Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba como requisito para obtenção de título de Bacharel em Administração com Habilitação em Gestão de Sistemas de Informação sob a orientação do Profº. Marcos de Moraes Sousa.

RUBIATABA – GO

2007

WILIAM BENTO DA COSTA

**COMÉRCIO ELETRÔNICO: ASPECTOS JURÍDICOS
ENVOLVENDO DIREITO E INTERNET**

COMISSÃO JULGADORA

MONOGRAFIA PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE GRADUADO PELA
FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA

RESULTADO _____

Orientador: _____
Prof.º MARCOS DE MORAES SOUZA

2º Examinador: _____
Prof.º ELTON ADENAUER VON-GRAPP DE OLIVEIRA

3º Examinador: _____
Prof.º KALED SULAIMAN KHIDIR

Rubiataba, 16 de janeiro de 2007.

FICHA CATALOGRÁFICA

Costa, Wiliam Bento da

Comércio eletrônico: aspectos jurídicos envolvendo direito e internet / Wiliam Bento da Costa – Rubiataba - GO: FACER, 2007.

63f.

Orientador: Marcos de Moraes Sousa (Mestre)

Monografia (Graduação) Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba.

Curso de Administração.

Bibliografia.

1. Comércio eletrônico. 2. Direito e internet. 3. Transações eletrônicas. I. Costa, Wiliam Bento da. II. . Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba. III. Título.

CDU 004.738.5:34

Elaborada pela biblioteconomista Célia Romano do Amaral Mariano – CRB1/1528

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a Deus e também a minha família e amigos que sempre me apoiaram e nunca deixaram de acreditar em mim.

AGRADECIMENTO

Agradeço a Deus por estar sempre ao meu lado, concedendo-me saúde, fé e perseverança para enfrentar as dificuldades.

A minha família, pelo amor e proteção dedicados no percorrer desta caminhada.

Ao meu orientador Prof^o. Marcos de Moraes Sousa, por ter contribuído para o meu aprendizado; proporcionando-me apoio e incentivo na concretização deste trabalho.

E aos meus amigos, que sempre estiveram presentes, a certeza de que nunca serão esquecidos.

RESUMO

O presente trabalho monográfico aborda o tema COMÉRCIO ELETRÔNICO: ASPECTOS JURÍDICOS ENVOLVENDO DIREITO E INTERNET, relata a origem e o desenvolvimento da Internet no Brasil e no mundo, identifica as perspectivas históricas e estima o mercado potencial, analisa as perspectivas jurídicas e as leis existentes até o momento. A pesquisa procura demonstrar a evolução, em curto prazo, das transações eletrônicas com movimentações no sistema comercial e bancário. Utiliza pesquisa exploratória, método dedutivo, livros clássicos, revistas científicas e sites, os principais históricos de crescimento da Internet e do comércio eletrônico são analisados de forma abrangente. As conclusões obtidas indicam que o comércio e as transações bancárias são fomentados pela Internet, que torna o mundo comercial mais ágil e eficiente, ressalta a importância dos países reformularem suas leis para adaptá-las à nova realidade, e assim prover tratamento jurídico igualitário para o uso da documentação tradicional e da digital.

Palavras-chave: Comércio Eletrônico; segurança; aspectos jurídicos; informação.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01: DESEMPENHO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO - BRASIL.....	18
Gráfico 02: VOLUME DE PEDIDOS DO COMÉRCIO ELETRÔNICO.....	19
Gráfico 03: PESQUISA SOBRE O CONSUMIDOR ON-LINE.....	19
Gráfico 04: PERFIL DO INTERNAUTA – BRASIL (IDADE).....	19

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
2 PROBLEMA.....	11
3 OBJETIVOS.....	12
3.1 GERAL.....	12
3.2 ESPECIFICOS.....	12
4 JUSTIFICATIVA.....	13
5 REFERENCIAL TEÓRICO.....	14
5.1 ASPECTOS GERAIS.....	14
5.1.1 O Comércio Eletrônico no Mundo.....	16
5.1.2 Comercio Eletrônico decola, também no Brasil.....	17
5.1.3 Estrutura do Comércio Eletrônico.....	20
5.1.4 Principais aspectos da análise do Comércio Eletrônico.....	20
5.1.5 Principais preocupações.....	21
5.1.5.1Cartilha de segurança para internet.....	22
5.1.6 A compra e venda na rede.....	23
5.1.7 Normas jurídicas adotadas para regulamentar a rede.....	24
5.1.8 Regulamentação do Comércio Eletrônico.....	25
5.2 ASPECTOS LEGAIS.....	26
5.2.1 Validade jurídica dos atos negociais por meios eletrônicos.....	28
5.2.2 Consumidor e contrato eletrônico.....	29
5.2.3 Conceito de contrato eletrônico.....	30
5.2.4 Violação de direitos do consumidor: os cookies:.....	30
5.2.5 O documento em papel e suas diversas funções.....	31
5.2.6 Direitos autorais.....	31
5.2.7 Deveres dos provedores frente aos consumidores virtuais.....	32
5.2.8 Contratos digitais.....	33
6 METODOLOGIA.....	36
7 CONCLUSÃO.....	37
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	38

1 INTRODUÇÃO

O comércio eletrônico é uma apresentação eletrônica de bens e serviços, estrutura predominantemente pública de fácil e livre acesso e baixo custo.

Hoje em dia todas as empresas querem estar presentes no mundo virtual. Trata-se de um consenso de que toda empresa moderna, por força do fenômeno da globalização, deve se preocupar com dois temas importantes: Internacionalização e Comércio Eletrônico.

Porém, a maioria dos empresários simplesmente desenvolve um web site conforme suas necessidades e o coloca na Internet sem que o site passe por uma análise jurídica prévia, expondo a empresa ao risco de se envolver em processos judiciais dispendiosos e desgastantes.

A tecnologia atual, que faz a Internet operar, é incipiente e rudimentar perto do que está por vir; mal começamos a dar os primeiros passos na utilização da Internet como eficaz instrumento de trabalho, lazer e comunicação entre pessoas. Por esta simples razão devemos nos cercar de muita cautela ao adotarmos como definitivo as formas da Internet que utilizamos hoje em dia. No Brasil, assim como em outros países, a legislação relativa à transmissão e registro de informação é inadequada ou ultrapassada, pois não contempla o uso do comércio eletrônico.

Em alguns casos, a lei impõe restrições, direta ou indiretamente, ao uso do comércio eletrônico, quando, por exemplo, prescreve a necessidade de documentos "escritos", "assinados" ou a apresentação de "originais" para certos atos jurídicos.

A monografia trata sobre a validação dos contratos digitais, assunto não só abordado por doutrinadores, mas também pela mídia atual. O que outrora predominava as transações comerciais elaboradas no "papel", hoje com advento dos computadores tais transações se dão através desse eficiente meio em questões de minutos de qualquer parte do mundo.

2 PROBLEMA

Mediante a problemática: Quais as deficiências nos aspectos jurídicos envolvendo direito e internet?

No Brasil, assim como em outros países, a legislação relativa à transmissão e registro de informação é inadequada ou ultrapassada, pois não contempla o uso do comércio eletrônico. Em alguns casos, a lei impõe restrições, direta ou indiretamente ao uso do comércio eletrônico, quando, por exemplo, prescreve a necessidade de documentos escritos, assinados ou a apresentação de originais para certos atos jurídicos.

O principal fator que pode ser considerado um obstáculo ao desenvolvimento do comércio eletrônico no Brasil e no mundo é a insegurança. Grande parte das pessoas ainda não se sente segura em realizar suas transações através da Internet.

3 OBJETIVOS

3.1 GERAL

- ✓ Realizar uma análise dos principais aspectos jurídicos envolvendo direito e internet, com ênfase nos contratos e documentos eletrônicos.

3.2 ESPECÍFICOS

- ✓ Relatar a origem e o desenvolvimento da Internet no Brasil e no mundo.
- ✓ Identificar as perspectivas históricas e estimar o mercado potencial.
- ✓ Analisar as perspectivas jurídicas e as leis existentes até o momento.

4 JUSTIFICATIVA

Hoje em dia todas as empresas querem estar presentes no mundo virtual. A cada dia cresce o número de participantes, e o que é mais importante, o volume de negócios apresenta um potencial de crescimento fantástico. Porém, a maioria dos empresários simplesmente desenvolve um web site conforme suas necessidades e o coloca na Internet sem que o site passe por uma análise jurídica prévia, expondo a empresa ao risco de se envolver em processos judiciais dispendiosos e desgastantes.

Com base nesta realidade o trabalho monográfico realiza uma análise dos principais aspectos jurídicos envolvendo direito e internet, com ênfase nos contratos e documentos eletrônicos. Espera-se que através do presente trabalho, a comunidade acadêmica, as empresas e demais pessoas e instituições compreenderam com mais facilidade a importância dos aspectos jurídicos relacionados ao comércio eletrônico.

5 REFERENCIAL TEÓRICO

5.1 ASPECTOS GERAIS

O século XX tem sido caracterizado por intensas transformações que se processam num ritmo jamais visto antes na história. A década de 90, por sua vez, se caracteriza por mudanças assombrosas em todo o planeta, em tecnologia, novas oportunidades econômicas, culturais, ideológicas, religiosas, e surpreendentes reformas políticas.

Tais mudanças interferem no comportamento do cliente, desde que seus costumes, hábitos, desejos, valores e preferências estão constantemente em mutação, num mundo extremamente dinâmico e veloz. Desta forma, as empresas terão que ajustar-se às preferências individuais de cada consumidor.

Um fato importante é que, nesta década, graças ao avanço tecnológico e o crescimento espantoso da Internet, a rede mundial de computadores, estão sendo criadas as condições necessárias para uma nova revolução nas formas de compra, e conseqüentemente, nas formas de prestar serviços aos clientes.

Algumas empresas já perceberam isso e já trabalham com serviço de venda via Internet. Esta, por sua vez, é o meio de compra do futuro e por si só representa a grande oportunidade de negócios do próximo milênio. A cada dia cresce o número de participantes, e o que é mais importante, o volume de negócios apresenta um potencial de crescimento fantástico.

Nesse enfoque, o Comércio Eletrônico seria considerado como um substituto das maneiras tradicionais de comprar mercadorias e serviços. Mas, como cada nova tecnologia, o Comércio Eletrônico também permite novas possibilidades, impossíveis até então, especialmente por sua natureza interativa.

A Internet foi iniciada como um sistema de comunicação militar, com objetivos estratégico-militares do Departamento de Defesa americano. Idealizada como um sistema de comunicação de informações em 1969, quando foi possível compartilhar pesquisas acadêmicas, entre diversas entidades acadêmicas, dando acesso a diversos computadores de qualquer lugar do mundo, esta infra-estrutura global e descentralizada de comunicação englobou posteriormente a área comercial, proporcionando mudanças no conceito de tempo e espaço, tanto em termos sociais como empresariais.

A Internet hoje é um sistema de distribuição de informação espalhado em vários países. Sua infra-estrutura atinge não só aplicações, mas também serviços baseados em computador, tais como o e-mail. Ela é considerada como uma combinação entre serviços postais, sistema de telefonia, pesquisas bibliográficas, comércio e centro de entretenimento, permitindo as pessoas compartilhar, vender e comprar informações, serviços e produtos.

Fazer negócio em um ambiente digital como a Internet, pode ser estimulante, mas também frustrante, pois ao mesmo tempo em que para algumas empresas o Comércio Eletrônico é um crescimento natural, proporcionando melhorias e redução de custos, para outras este é um empenho difícil, principalmente pelo fato de sentirem a necessidade de regras específicas.

A Internet foi desenvolvida por uma comunidade com perfil científico, onde as regras raramente eram escritas, pois os usuários podiam facilmente entendê-las. Já com o avanço para os meios comerciais e domésticos, tornou-se necessário a criação de um conjunto de regras, é o caso, por exemplo, das formas eletrônicas de pagamentos, sem uma regra específica, às possibilidades de fraude, roubo, evasão de taxas, etc., representando um risco para as instituições financeiras e o governo.

Para falar de comércio eletrônico é necessário saber que não é um conceito revolucionário, pois a tecnologia do comércio eletrônico foi evoluindo como um método de transmissão de dados, substituto dos documentos de papel, ao mesmo ritmo de evolução do poder de processamento dos computadores e das telecomunicações.

O incremento do comércio eletrônico, também conhecido como "comércio sem papel", tem gerado um grande desenvolvimento na economia mundial, seja em países de tradição anglo-saxão ou latina, tendo como principal tônica a capacidade de agilização de operações negociais, gerando inclusive seu incremento em patamares significativos.

Todo aquele que se serve dos meios eletrônicos deve observar algumas regras de prudência. Com o intuito de evitar a atuação dos hackers, recomenda-se a utilização da criptografia para a transferência de dados sigilosos. Também pode evitar a atuação dos hackers à utilização de dinheiro virtual ou e-money.

Segundo Volpi (1999 apud ALBERTIN, 2000), a revolução tecnológica que estamos presenciando agora deverá criar um campo de atuação igualitário, oportunidades comerciais mundiais e uma força de trabalho dita "virtual" permitindo as pessoas viverem e trabalharem num estilo de vida que mais lhes apeteçam.

A opinião geral é que a emergente infra-estrutura dos modelos empresariais, comerciais e institucionais permitirá que a distância seja menor respectivamente entre o cliente / fornecedor, consumidor, usuário do serviço, em síntese, o cidadão.

Volpi (1999 apud ALBERTIN, 2000) acredita que a "competição", entendida aqui numa acepção construtiva, orientará as práticas nas relações sociais, sendo que a base de informação da instituição deverá estar facilmente disponível e as pessoas que trabalham com informação deverão ser equipadas com tecnologia através da qual obterão maiores níveis de desempenho, produtividade e satisfação profissional.

Os sistemas jurídicos dos Estados nacionais não estão preparados para lidar com esse fenômeno, na medida em que prescrevem regras de validade dos negócios jurídicos fundadas na concepção de documentos escritos e arquivados em papel, trazendo insegurança jurídica quanto à natureza e efeitos dos documentos eletrônicos.

Tudo aquilo que temos no nosso sistema jurídico, aplicável às atividades comerciais comuns, é também aplicável ao comércio eletrônico. Assim, sendo os produtos e serviços que o consumidor pode adquirir devem ser apresentados de forma correta e clara, com informações seguras e que não deixem margem a dúvidas sobre a qualidade, garantia, preços, validade e outros elementos exigidos para segurança do consumidor, conforme estabelece a legislação atual, principalmente o Código de Defesa do Consumidor.

Assim, as informações sobre o produto devem ser completas e não podem ser contraditórias, sob pena de se submeter o fornecedor aos rigores da lei. Essa situação representa hoje um dos maiores empecilhos ao desenvolvimento do comércio eletrônico; a segurança é a principal preocupação, quando se trata de comércio eletrônico.

Mas, não basta a segurança tecnológica. Investir apenas em máquinas, softwares, servidores de segurança, firewalls e antivírus são insuficientes. É preciso realizar todo o projeto de forma juridicamente segura.

5.1.1 O COMÉRCIO ELETRÔNICO NO MUNDO.

Afinal de contas, quantas pessoas utilizam a Internet por esse mundo afora? Sem dúvida, uma pergunta muito difícil de ser respondida com precisão, mas calcula-se que em 1996 havia cerca de 50 milhões de usuários e que, no ano 2005, este número ultrapassou a

marca de 1 bilhão de usuários. Um crescimento exponencial destas proporções deixa qualquer estatístico desorientado.

Nos Estados Unidos, as pesquisas indicam que 70% das casas têm computador instalado, dos quais a metade está ligada à Internet. E a tendência é um aumento cada vez maior destes números, com amplas oportunidades de novos negócios. O comprador on-line americano típico é do sexo masculino, está na casa dos 35 anos de idade, tem diploma superior e ganha mais de 50 mil dólares por ano.

Um exemplo de maior impacto de uma empresa bem sucedida no comércio eletrônico mundial é o caso da livraria on-line Amazon.com. A empresa criou um site próprio e começou a oferecer seus livros à venda na Internet. Em menos de três anos de atividades, a livraria já tinha mais de 600 clientes e vendas que ultrapassaram 100 milhões de dólares.

Além disso, a metade de seus pedidos vinha de clientes que haviam comprado dela antes e que haviam voltado para comprar mais, satisfeitos com os produtos e serviços recebidos. Naturalmente, a nova livraria começou a incomodar os concorrentes, que continuavam a vender livros da forma tradicional. Um deles, a grande cadeia americana de livraria Barnes & Noble, com lojas espalhadas em várias partes do mundo, moveu em 1997 uma ação legal contra a Amazon, exigindo que a empresa deixasse de anunciar o slogan de "a maior livraria da Terra". Por trás de todas as implicações legais deste caso na Justiça, surgiu uma discussão intrigante: afinal de contas, o que constitui realmente uma "livraria"?

Parece uma pergunta elementar, mas na verdade ela traz à tona muitas reflexões interessantes. Com o Comércio Eletrônico, a Amazon revolucionou o conceito tradicional de livraria; em vez de ser um local físico e concreto, para onde as pessoas se dirigem para comprar livros, a livraria da era eletrônica simplesmente não existe em lugar nenhum. Ela simplesmente gerencia a informação, reduzindo drasticamente seus custos e todo o trabalho de gerenciamento de lojas e estoques. O resultado desta "briga" não tardou a aparecer, em 1997, a Barnes & Noble criou sua própria livraria eletrônica e, no ano seguinte, a livraria Borders resolveu fazer o mesmo.

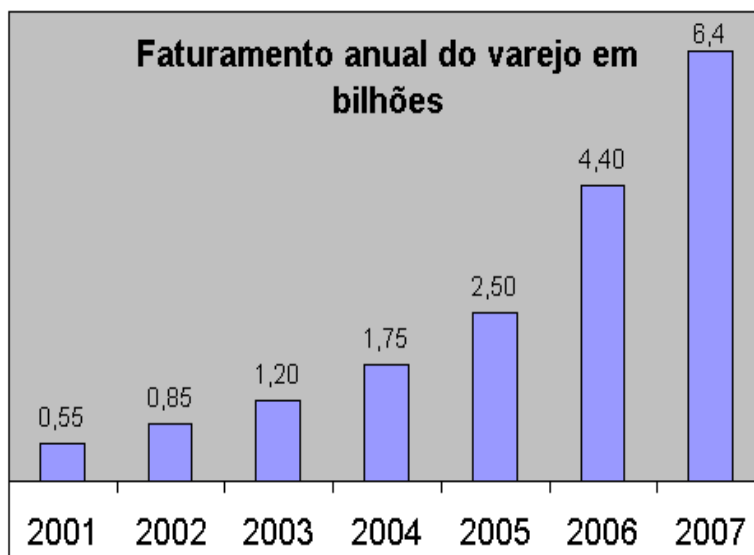
5.1.2 COMÉRCIO ELETRÔNICO DECOLA, TAMBÉM NO BRASIL.

Existe certa tradição no mundo dos negócios de que tudo que ocorre nos Estados Unidos em termos de mercado ocorre no Brasil alguns anos depois. O Comércio Eletrônico não foge a essa regra. As vendas por meio do Comércio Eletrônico começaram a deslanchar nos Estados Unidos por volta de 1995, com o surgimento da Amazon.com e outras empresas.

Cinco anos depois no Brasil o Comércio Eletrônico começou a ser levado a sério e diversas lojas virtuais começaram a aparecer no horizonte da Internet. Desce então, da mesma forma que o ocorrido nos Estados Unidos, as vendas por meio do Comércio Eletrônico não pararam de crescer no Brasil, conforme atestam os números do primeiro semestre de 2004 publicados pela empresa eBit. Os principais destaques do Comércio Eletrônico são os seguintes:

O montante faturado no Comércio Eletrônico no Brasil no ano de 2006 foi de aproximadamente 4,4 bilhões, um aumento de 76% em relação ao faturamento do ano anterior. É bom frisar que estamos falando do Comércio Eletrônico puro, que não considera vendas de automóveis, leilões, passagens aéreas. Trata-se de milhares de lojas virtuais que vendem roupas, bebidas, remédios, livros, cds, eletrodomésticos, entre outros. É um excelente faturamento tendo em vista, o pouco tempo de existência do Comércio Eletrônico e mais importante que o número em si é a tendência constante de crescimento que pode ser visualizada claramente pelo gráfico abaixo:

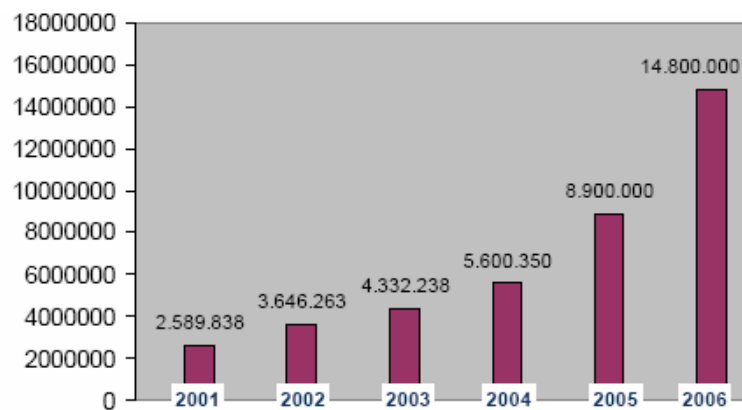
Gráfico 01: desempenho do comércio eletrônico - Brasil



Fonte: eBit, 2007 - Compilação <http://www.e-commerce.org.br/>

Conforme mostrado pela tabela o faturamento saltou de R\$ 549 milhões em 2001 para uma previsão de R\$ 6,4 bilhões em 2007. A evolução do faturamento está associada à quantidade de pedidos efetivados, que atingiu mais de 5,6 milhões em 2004. No gráfico abaixo se evidencia o forte crescimento na quantidade desses pedidos desde 2001.

Gráfico 02: volume de pedidos – Comércio eletrônico



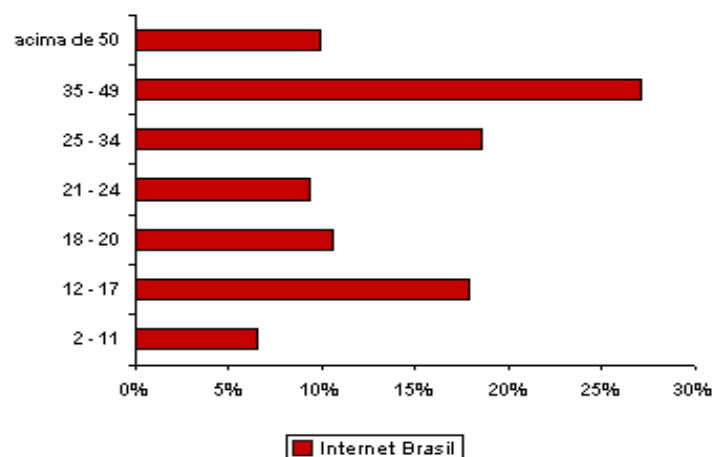
Fonte: eBit, 2007 - Compilação <http://www.e-commerce.org.br/>

Gráfico 03: pesquisa sobre o consumidor on-line

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Consumidores na Internet (em milhões)	1.1	2.0	2.6	3.4	4.8	7.0	9.5
Crescimento. %	-	81%	30%	31%	41%	46%	36%

Fonte: eBit, 2007 - Compilação <http://www.e-commerce.org.br/>

Gráfico 04: PERFIL do internauta – Brasil (idade)



Fonte: Nielsen/NetRatings
Usuários domésticos.
Brasil – Setembro 2000

5.1.3 ESTRUTURA DO COMÉRCIO ELETRÔNICO

Conforme verificado por Albertin (2000), o comércio eletrônico é considerado como tendo grande potencial para novas estratégias e oportunidades de negócio, tanto dentro das organizações com redução de custo e melhoria de processos, como no relacionamento com novos clientes, com novos canais de vendas, novos produtos e serviços, novas formas de relacionamento, e até mesmo em novas oportunidades em novos escopos de negócio. Assim, o aumento da complexidade do comércio eletrônico e, conseqüentemente, das organizações que o adotam, deve significar mais oportunidade do que risco.

5.1.4 PRINCIPAIS ASPECTOS DA ANÁLISE DO COMÉRCIO ELETRÔNICO

✓ **Conscientização:** Os altos executivos da empresa devem empenhar-se para demonstrar para os funcionários que a mudança de cultura e a segurança do sistema são o fator crítico de sucesso da empresa.

✓ **Análise do Negócio.** Utilizando entrevistas para analisar o fluxo de informações, os processos críticos e visando o negócio da empresa baseados em um plano diretor de segurança bem definido.

✓ **Análise das Vulnerabilidades.** Necessita identificar e analisar as instalações do prédio como: instalações elétricas, acesso a locais restritos, condições de segurança em caso de incêndio e a existência de documentos de política corporativa e normas de qualidade que devam ser consideradas como regras para tomada de decisões críticas.

Servidores, estações de trabalho, firewalls, roteadores, switches (dispositivos de rede que podem enviar pacotes diretamente à porta do endereço de rede associado), links (linha ou canal para transmissão de dados) e equipamentos de conectividade em geral são analisados tecnicamente a procura de vulnerabilidades que potencializem as ameaças.

5.1.5 PRINCIPAIS PREOCUPAÇÕES

A experiência com computadores e o uso diário faz muitas pessoas acreditarem que qualquer coisa digital é passível de ser copiada, programas de computador, livros digitais, jornais, música e vídeo. Alguns estudiosos da era digital foram longe ao proclamar que a facilidade de duplicação de dados anuncia o fim dos direitos autorais: a informação "quer ser livre", eles insistem.

É impossível demover a disseminação de informações, pois foram veiculadas por todos meios de comunicação, então tal argumento tem sentido. Tudo que pode ser reduzido a bits pode ser copiado. Mas a raiz do problema é que os autores e editores não podem se manter distribuindo gratuitamente seu trabalho.

A reprodução sem controle moveu a balança do contrato social entre criadores e consumidores de trabalhos digitais para a situação de não lançarem seus melhores trabalhos na Internet (e na forma digital), mediante essa panorâmica temos que rever algumas colocações.

Segundo Ventura (1999 apud COSTA, 2002), a cultura de segurança de sistemas informatizados já é bastante difundida. Várias empresas já prestam este tipo de serviço, oferecendo ao mercado soluções modernas em segurança. Todo aquele que monta o seu sistema e o conecta a uma rede externa, como a Internet, sabe que suas preocupações básicas são os hackers¹ e os vírus.

Para se precaver, as empresas mais prudentes instalam em seus sistemas os melhores e mais adequados firewalls² e os melhores e atualizados antivírus. Também há outros problemas que se remediam com soluções de caráter tecnológico, como a filtragem de conteúdo e a elaboração de novas propostas nessa área.

Mas, mesmo na hora de elaborar sua política de segurança, a maioria das empresas se esquece de se proteger juridicamente, fato de suma importância para qualquer empresa de pequeno e grande porte no mercado nacional e internacional, não estar juridicamente amparado por leis, com certeza, aparecerão problemas futuros ou até mesmo imediatos.

¹ Pessoas que, utilizando-se de altos conhecimentos técnicos, invadem computadores ou sistemas alheios, através da Internet, sem a devida autorização.

² Firewall, ou parede de fogo é um software que protege computadores conectados à Internet contra ataques de hackers.

5.1.5.1 Cartilha de segurança para internet

- ✓ Como devemos escolher senhas adequadas para não termos problemas na Internet;
- ✓ As formas pelas quais "hackers" conseguem entrar em nossos computadores e controlá-los à distância, através de programas conhecidos como "Cavalos de Tróia", lendo e copiando nossos arquivos, conhecendo nossas senhas, números e códigos de acesso a contas bancárias e formatando nossos discos rígidos, causando substanciais prejuízos;
- ✓ O que fazem os vírus e como se pode evitá-los;
- ✓ Como nos protegemos de programas "Java" hostis e de programas "ActiveX";
- ✓ Quais os riscos de se ficar muito tempo conectado em salas de bate-papo e em programas de trocas instantâneas de mensagens;
- ✓ O que são "Cookies", quais os seus riscos e como podemos nos configurar para evitar "Spam" e "Hoaxes";
- ✓ Quais cuidados devemos ter com nossos dados pessoais ao utilizar o comércio eletrônico e o "home-banking";
- ✓ o que são "antivírus" e "firewalls"; criptografia de chave pública e privada e assinatura eletrônica de documentos – e qual o real nível de segurança disto tudo.

Apesar das divergências, a maioria dos 60 países que atenderam ao convite do Governo Francês pareceu concordar que a aplicação das mesmas normas de "broadcasting" utilizadas para TV e rádio seria a melhor forma de enquadrar a Internet em parâmetros legais.

Os delegados da Holanda, por exemplo, declararam a importância da informação não sofrer influências comerciais, assim, os consumidores deveriam confiar na informação transmitida pela rede e todos deveriam seguir princípios rígidos de divulgação de informações.

Alguns países declararam que longe de ser uma "aldeia global" ou um instrumento de comunicação mundial, a Internet, hoje, sob todos os aspectos, está claramente dominada por alguns poucos países da região norte.

Representantes dos Estados Unidos lideraram a opinião da maioria, no sentido de que a Internet não deverá conviver muito bem com ambientes regulamentados de forma tradicional.

Há também uma questão moral envolvida, onde todas as atitudes tomadas pelo governo americano, no mundo virtual, poderão ter um efeito desproporcional no resto do mundo, justamente por possuírem uma influência dominante no propósito da Internet.

Quando os Estados Unidos restringem a exportação de tecnologias de criptografia de dados, tal ato pode reverter-se em um efeito profundo no resto do mundo. Isto significa que o legislador americano deve ser mais cuidadoso no sentido de assegurar que as regras impostas por ele, na Internet, não interfiram nos direitos de outras nações.

No Brasil, o Coordenador do Comitê Gestor da Internet afirmou faz pouco tempo que o Governo não vai usar mão de ferro para tentar dominar o mercado de comércio eletrônico no Brasil, esse setor é desregulamentado e vai continuar assim.

Segundo ele, não está se defendendo a idéia de que a Internet, ou ciberespaço deve tornar-se um ambiente anárquico, sem quaisquer regras. Defende-se o ponto de vista de que, primeiramente, basicamente, deve-se reprimir todo e qualquer ilícito que seja cometido, com ou sem auxílio da Internet, e caso nossos tipos penais ou normas civis não sejam suficientemente claras, devemos esclarecê-las ou baixar novas leis que reprimam o "cyber" crime de maneira eficaz e inequívoca.

O que se enfatiza é que é precipitado legislar sobre algo ainda tão prematuro e desconhecido quanto a Internet, e, sem dúvida, o excesso de regulamentação exacerba o risco de inibir o pleno desenvolvimento da "Grande Rede".

5.1.6 A COMPRA E VENDA NA REDE

Segundo Baptista (1998), o procedimento é o clássico, sob o ângulo jurídico, tem início pela oferta. A oferta se faz tal como nos catálogos impressos em papel,

através da apresentação da imagem, das características técnicas da mercadoria (ou serviço), do seu preço, das condições relativas ao pagamento, e à sua entrega. A colocação da mercadoria na tela do computador, como no papel do catálogo, por essa forma, do ponto de vista do direito, assume a característica de uma oferta.

O comprador, ao vê-la, procede ao exame das características, e se o bem oferecido responder às suas expectativas, escolhe-o. Ao manifestar a sua intenção de compra, responde à oferta, por uma comunicação feita, via de regra, por via eletrônica.

Em geral, a aceitação está associada ao pagamento, este também pela mesma via. Assim, as operações de compra e venda na Rede caracterizam-se como ofertas e aceitações instantâneas, não permitindo a negociação. É claro que a Internet pode ser usada (como o telefone ou o correio) para as partes negociarem, nos moldes tradicionais, mas isto é usual, ainda que possível.

5.1.7 NORMAS JURÍDICAS ADOTADAS PARA REGULAMENTAR A REDE

- ✓ Os parâmetros técnicos como elementos fundamentais, simultaneamente, para a consecução do ilícito e para sua prevenção e repressão;
- ✓ A universalidade da norma a ser aplicada, e sua independência quanto a limites e valores nacionais, como fator preponderante para sua eficácia.

Valente (2001)³, consultor de informática diz, inclusive, que “um firewall, um antivírus e um bom software antiintrusão já trazem um bom nível de segurança para empresas”. Mas, isto não é verdade. Afinal, não adianta se cercar de soluções tecnológicas modernas e eficientes de segurança, se a empresa pode ser lesada, sob o ponto de vista econômico e, até mesmo, extra patrimonial, por força de uma ação judicial.

A segurança de um sistema informatizado deve ser encarada como uma corrente, isto é, cada ferramenta de segurança é um elo, onde todos os elos devem ser muito fortes. Um destes fundamentais elos é a segurança jurídica, que irá dar suporte para qualquer problema que por ventura aparecer.

O impulso de comprar pela grande rede é freqüentemente contido pelo pavor de ter a senha do cartão de crédito violada durante uma transação. Se depender do

³ Engenheiro de sistemas da Symantec.

empenho na indústria de computação, esse pavor pode diminuir, e a vida dos crackers se tornar bem mais dura, mas não impossível deles continuarem a praticar seus atos.

A chave da segurança no comércio eletrônico é o SET (Secure Electronic Transaction), uma arma desenvolvida em consórcio por Visa, Mastercard, Microsoft, IBM e Netscape. Essa primeira transação, em caráter experimental, utilizando o novo protocolo, foi realizada em julho pela rede de varejo WalMart, nos Estados Unidos, mas ainda sem um parecer como foi o resultado.

O SET permitirá que cada informação seja aberta única e exclusivamente por quem tiver de manipulá-la. Segundo Basso (2007), o uso dos modernos meios de comunicação, nas transações internacionais, tem crescido rapidamente e vai se desenvolver ainda mais, à medida que técnicas, tais como a Internet, se tornarem mais acessíveis.

Por outro lado, a comunicação de informações juridicamente relevantes através de mensagens eletrônicas pode ser dificultada por obstáculos legais e pela incerteza quanto à sua validade ou eficácia jurídica, nas leis vigentes do país.

5.1.8 REGULAMENTAÇÃO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO

Se o comércio eletrônico não supera todas aquelas questões da intermediação, já que a venda de produtos ou prestação de serviços verifica-se na maioria dos casos indiretamente, por via de estabelecimentos virtuais, é certo que as relações jurídicas decorrentes, assim que configuradas, não nos apontam qualquer diferença em relação ao que encontramos no Direito Comercial ou Civil.

Tudo aquilo que temos no nosso sistema jurídico, aplicável às atividades comerciais comuns, é também aplicável ao comércio eletrônico. Assim, sendo os produtos e serviços que o consumidor pode adquirir devem ser apresentados de forma correta e clara, com informações seguras e que não deixem margem a dúvidas sobre a qualidade.

A garantia, preços, validade e outros elementos exigidos para segurança do consumidor, conforme estabelece a legislação atual, principalmente o Código de Defesa do Consumidor, deve prevalecer em qualquer situação.

Assim, as informações sobre o produto devem ser completas e não podem ser contraditórias, sob pena de se submeter o fornecedor aos rigores da lei.

Há de se levar em conta que, quando se fala de regulação do comércio eletrônico no Brasil, surgem dois grupos: o dos que entendem não ser necessário o estabelecimento de uma nova legislação, porque nada muda simplesmente porque negócios são feitos por meio eletrônico; e o daqueles que pensam ser necessária a criação de novas leis, porque o comércio eletrônico proporciona novas situações jurídicas.

O fato é que o Congresso trabalha muito devagar e, pelo menos por um bom tempo, a tendência é a auto-regulamentação. Segundo Ventura (1999 apud COSTA, 2002), não há nenhuma lei brasileira que trate de comércio eletrônico. Cita que, em 1999, havia 03 (três) projetos de lei tramitando pelo Congresso Federal.

O primeiro deles é o Projeto de Lei do Senado nº 00022, que dispõe sobre os documentos produzidos e os arquivados em meio eletrônico, e que tramita pelo Congresso desde 1996.

O segundo é o recente PL 01483, que institui a fatura eletrônica e a assinatura digital nas transações de comércio eletrônico, e que tramita desde 12 de agosto de 1999.

O terceiro projeto de lei, que inclusive foi pensado ao anterior, é exatamente o que foi proposto pela Ordem dos Advogados do Brasil - Seção de São Paulo, no dia 31 de agosto de 1999. O teor desse projeto dispõe sobre o comércio eletrônico, a validade jurídica do documento eletrônico e a assinatura digital, assim como algumas linhas mestras propostas pela UNCITRAL (Comissão das Nações Unidas para o Direito Comercial Internacional) em sua Lei Modelo sobre Comércio Eletrônico.

5.2 ASPECTOS LEGAIS

O desenvolvimento das tecnologias de comunicação proporcionou paralelamente um rápido e inesperado aumento das transações comerciais a nível global. O uso dos meios eletrônicos de comunicação, utilizando como suporte a Internet ou qualquer outro tipo de rede informática, deu lugar a uma expansão comercial que não conhece fronteiras territoriais - o comércio eletrônico (eletronic commerce).

No Brasil, assim como em outros países, a legislação relativa à transmissão e registro de informação é inadequada ou ultrapassada, pois não contempla o uso do

comércio eletrônico. Em alguns casos, a lei impõe restrições, direta ou indiretamente ao uso do comércio eletrônico, quando, por exemplo, prescreve a necessidade de documentos escritos, assinados ou a apresentação de originais para certos atos jurídicos.

Com o impacto das tecnologias de informação na sociedade globalizada não podemos mais fugir da análise das dimensões legais que esta nova forma de fazer comércio apresenta. Não se podem negar efeitos jurídicos, validade ou eficácia à informação apenas porque esteja na forma de mensagem eletrônica. É preciso, antes de qualquer aprofundamento legal nesse tema, romper o preconceito com o assunto. Tratando-se de informática, temos a tendência de buscar uma segurança que nem de longe existe no "comércio tradicional" em suas variadas formas.

O preconceito nesse tema, com o agravante para os não especialistas em informática, decorre da dificuldade de entender essa tecnologia. A realidade é que hoje, as fraudes são raras, porém quando acontecem implicam quantias vultosas e notícias, assim como, por exemplo, nos acidentes com aviões, quando sabemos que na verdade o automóvel mata todos os dias uma verdadeira multidão.

O que ocorre é que o comércio convencional possui uma grande margem de fraudes e riscos, já absorvidos pela prática, enquanto no eletrônico tudo é novidade. Portanto, não é lógico exigir uma segurança maior no comércio eletrônico que o convencional, que como veremos adiante, sob vários aspectos é incomparavelmente mais seguro.

Segundo Basso (2007) ⁴, no Brasil, precisamos começar a pensar seriamente acerca das dimensões legais do comércio eletrônico. Este autor, em 2000, cita que o Brasil respondia por 88% do comércio eletrônico da América Latina, assim como possuímos o maior número de varejistas on-line (307), seguido do México (50). Estimava-se, na época que, as vendas on-line deveriam movimentar US\$ 160 milhões na América Latina, no ano de 2000.

A luz do nosso Código Civil em seu título IV, quando regula os contratos, tem como primeiro requisito em seu art. 1.079 a manifestação de vontade. Para podermos identificar uma manifestação de vontade, devemos em primeiro lugar identificar seu autor.

⁴ Maristela Basso é professora Livre-docente de Direito Internacional da USP e sócia da Tozzini, Freire, Teixeira e Silva Advogados.

Essa identificação pode ser feita por documento de identidade, ou testemunhas, no caso de pessoas físicas e nas pessoas jurídicas através de contrato social, estatuto, atas, etc. No comércio eletrônico essa identidade é garantida através de um cadastramento daquele usuário.

Os bancos e administradoras de cartão de crédito, por exemplo, fornecem aos seus clientes cartões magnéticos e senhas personalíssimas. Esse fornecimento implica na responsabilidade do cliente pela sua senha e cartão através de um contrato.

Segundo especialistas, a probabilidade de um falsificador copiar uma assinatura no papel é em torno de 60%, para quebra de um bom sistema de informática a probabilidade estão em torno de 3%.

O Código Civil, em seu art. 1.081, considera também presente a pessoa que contrata por meio de telefone, obviamente, nesse caso partindo do pressuposto de que há uma identificação, um reconhecimento da identidade de quem está no aparelho.

Albertin (2000), ressalta a importância do aspecto de segurança no nível de nação, mencionando que alguns sistemas tecnológicos internacionais, uma vez instalados, irão então diluir a autonomia e soberania das nações. Um dos exemplos citados é o caso das redes eletrônicas de informações.

5.2.1 VALIDADE JURÍDICA DOS ATOS NEGOCIAIS POR MEIOS ELETRÔNICOS

Como ficam as exigências legais de forma e documentação dos atos jurídicos diante das novas modalidades contratuais por meios eletrônicos? Contratos formalizados por meio eletrônico e documentados em meio digital geram obrigações e deveres para as partes?

Segundo Demócrito Filho (2007), um dos pressupostos de validade de todo e qualquer negócio jurídico é a forma com que o ato se reveste. Para alcançar um resultado juridicamente protegido, a declaração de vontade deve observar a forma prevista em lei, sempre que esta exigir forma especial.

A forma do ato assume tal importância porque serve sempre à documentação do ato, facilitando sua prova, dando-lhe publicidade ou impedindo que a declaração de vontade venha a ser conspurcada. Segundo ele, todas as exigências de forma presentes

nas leis dos Estados nacionais estão relacionadas com conceitos decorrentes da documentação em papel.

De fato, as exigências de forma "escrita", "assinada" e em "original" (exigidas para certos atos solenes) partem do pressuposto de que os atos jurídicos são registrados tendo o papel como suporte material.

O nosso Código Civil, só para exemplificar, exige escritura pública lavrada em notas de tabelião e assinada pelas partes para a validade de certos atos (como por exemplo, contratos constitutivos ou translativos de direitos reais sobre imóveis acima de certo valor - art. 134, II, par. 1º, f).

A Lei de Registros Públicos (Lei 6.015/73) complementa o sentido dessas exigências, ao estabelecer que toda "a escrituração será feita em livros encadernados" e impõe, desde logo, os modelos, dimensões e métodos de autenticação desses livros.

Ou seja, existe todo um conjunto de exigências quanto à forma e documentação dos atos jurídicos, para que produzam validamente os seus jurídicos efeitos. A permanecer as regras atuais, somente os atos cujo registro possa ser documentado na forma de papel têm valor jurídico.

5.2.2 CONSUMIDOR E CONTRATO ELETRÔNICO

Aparece aqui uma primeira dúvida, quando se trata de contratos feitos pela Internet. Realmente, a Internet é uma rede internacional. Claro, no Brasil, há provedores e, como é natural, usam da língua portuguesa. Os contratos, feitos com empresas brasileiras, são realizados em português, mesmo porque não há interesse em usar de língua estrangeira.

Sucedem que a Internet permite que o usuário se conecte a qualquer empresa estrangeira, que ofereça produtos e, em geral, as empresas usam de sua língua ou do atual idioma internacional, que é o inglês, mas não só a língua estrangeira. Estas empresas em grande parte não têm sede no Brasil.

Temos então, os contratos internacionais e entram em jogo outras normas, que podem divergir de nossas normas internas.

5.2.3 CONCEITO DE CONTRATO ELETRÔNICO

Contrato eletrônico é aquele celebrado por meio de programas de computador ou aparelhos com tais programas. Dispensam assinatura ou exigem assinatura codificada ou senha, mas não é assim tão simples. Não há em parte alguma definição legal ou jurisprudencial deste tipo de contrato.

Segundo Baptista (1998), contrato eletrônico é “convenção pela qual uma oferta e uma aceitação se encontram numa rede internacional de telecomunicações”.

5.2.4 VIOLAÇÃO DE DIREITOS DO CONSUMIDOR: OS COOKIES:

De acordo com BILL MACHRONE, cookies (em inglês, biscoitos, mas uma gíria da informática) são pequenos arquivos que um site visitado grava no computador do visitante. Quando este volta ao mesmo site, o cookie informa quais os interesses do visitante, se ele compra e quais os produtos, se ele procura este ou aquele assunto, enfim, diz são impressões digitais do visitante que ficam nos lugares por ele visitados.

Percebe-se, portanto que, a funcionalidade permitida com avanço das tecnologias da informação, nenhum benefício traz no campo jurídico, se não for alterada a legislação dos países. As partes contratantes podem se utilizar de meios eletrônicos de comunicação, como o eletrônico mail (e-mail) ou o EDI (eletronic data interchange), nas discussões comerciais, mas não formarão contratos, nem assumirão direitos e obrigações se não reduzi-los a um meio material (papel) e arquivá-los segundo os tradicionais métodos de documentação cartorária.

Antecipando-se na visão dessa necessidade, a UNCITRAL - United Nations Commission on International Trade Law resolveu elaborar um modelo de lei sobre comércio eletrônico, a fim de ajudar os Estados nacionais a adaptar a legislação doméstica. E o que é melhor é que todo esse trabalho foi desenvolvido muito inteligentemente, sem a necessidade de se remover o arsenal de leis nacionais que tratam dos requisitos legais de forma e documentação dos atos jurídicos.

Em outras palavras, os fundamentos do documento em papel escrito, assinado e original permanecem íntegros, devendo os documentos eletrônicos alcançar as funções que esses conceitos procuram garantir.

5.2.5 O DOCUMENTO EM PAPEL E SUAS DIVERSAS FUNÇÕES

- ✓ Garantir uma tangível evidência da existência da vontade contratual das partes;
- ✓ Providenciar que possa ser lido por todos;
- ✓ Possibilitar que permaneça inalterado ao longo do tempo e fornecer um permanente registro da transação, permitindo sua reprodução por meio da extração de cópias;
- ✓ Permitir a autenticação por meio de uma assinatura; permitir o fácil arquivamento dos dados em forma tangível e facilitar o controle e auditoria para fins de contabilidade, tributação ou outros propósitos regulatórios.

Como se vê, a exigência da apresentação de documento em papel na forma escrita, que pode ser combinada com outros requisitos como assinatura e apresentação na forma original, ou ainda a autenticação legal do ato, visam a emprestar maior confiabilidade e segurança jurídica ao documento.

5.2.6 DIREITOS AUTORAIS

Segundo Ferreira e Siqueira (2007), cada Nação tem suas próprias leis sobre Direitos Autorais, naturalmente circunscritas aos atos cometidos em seu território, com jurisdição sobre as pessoas nele habitando, em consequência, incapazes de fornecer proteção, em termos da matéria, aos seus cidadãos em território estrangeiro.

No Brasil, é a Lei no. 5.988, de 14 de dezembro de 1973, retificada em 09 de dezembro de 1974, que regula os Direitos Autorais.

Embora já tenhamos observado que há um tempo considerável a questão dos Direitos Autorais extravasou fronteiras nacionais, o estabelecimento de consenso entre Países que desejam assegurar a proteção internacional da propriedade intelectual de seus cidadãos é fato historicamente recente, tendo desabrochado num campo do Direito Internacional ainda pouco explorado.

Trata-se, hoje em dia, de repetir o óbvio, quando se diz que a evolução meteórica da Internet, passando de rede universitária e governamental a plataforma de comunicações e trocas diversificadíssimas, vem revolucionando continuamente e

dinamicamente variados setores econômicos, tendo já adquirido enorme relevância nos domínios culturais, educativos e sociais, oferecendo a cidadãos e educadores mecanismos que facilitam o processo criativo, a difusão de seu conteúdo, e ainda oferecendo oportunidades de acesso universal a fontes de informações as mais diversificadas.

5.2.7 DEVERES DOS PROVEDORES FRENTE AOS CONSUMIDORES VIRTUAIS

Segundo Schoueri (2001 apud BASSO, 2007), a oferta e a apresentação de produtos ou serviços devem assegurar aos consumidores informações, corretas, claras, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados (art. 31 do CDC).

As informações ou publicidade veiculadas por qualquer forma ou meio de comunicação, incluindo-se aí a internet, com relação a produtos e serviços obrigam o fornecedor (art. 30 do CDC). O site destinado ao comércio eletrônico deve trazer informações claras e precisas acerca dos produtos e serviços que estão sendo comercializados, sendo que qualquer problema advindo da ausência de informações necessárias poderá representar grande infortúnio ao fornecedor.

Verifica-se nos arts. 18 e 20 do CDC, que se consideram viciados (qualidade ou quantidade) os produtos ou serviços que apresentarem disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária, podendo inclusive o consumidor exigir:

- ✓ A substituição do produto;
- ✓ A restituição imediata da quantia paga ou;
- ✓ O abatimento proporcional do preço.

As informações e indicações divulgadas pelo estabelecimento virtual devem ser claras, e, sobretudo, verdadeiras, sob pena de restar configurado vício de fornecimento, ensejando a verificação das hipóteses acima descritas, em favor do consumidor prejudicado.

Os sites também se constituem importante mídia publicitária, como instrumento de estímulo de consumo, e sujeita, por conseguinte, às regras traçadas pela legislação

consumerista. Toda a publicidade enganosa e/ou abusiva, veiculada via internet, e desde que demonstrado o seu beneficiário, autor e titular, deverá ser reprimida, de acordo com o art. 36 a 38 do Código de Defesa do Consumidor.

Essa responsabilidade (civil, penal e administrativa) é adstrita unicamente ao anunciante, tal qual ocorre com o canal de televisão, com o jornal impresso, com o rádio, etc. Quando o titular do site é apenas o veiculador do informe publicitário, disponibilizando o respectivo espaço, não responde por publicidade enganosa ou abusiva, que ocorre apenas quando anuncia seus próprios produtos ou serviços.

Importante salientar que todas as disposições constantes no Código de Defesa do Consumidor a respeito das cláusulas abusivas têm plena aplicação ao comércio eletrônico, devendo ser consideradas nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais arroladas pelos arts. 51 a 53 do Código de Defesa do Consumidor. Por exemplo, são consideradas abusivas:

- ✓ Cláusula que exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualquer natureza;
- ✓ Que subtraíam o consumidor à opção de reembolso da quantia já paga; que transfiram responsabilidades a terceiros;
- ✓ Que estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, ou que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, etc.

Igualmente os preceitos trazidos pelo art. 54 do Código de Defesa do Consumidor, que trata dos contratos de adesão, são aplicáveis ao comércio via internet. Os contratos eletrônicos em regra são oferecidos ao usuário em modelo uniforme, contendo as cláusulas essenciais (comprador, objeto e preço, com as condições de pagamento) e as cláusulas acessórias.

Ao consumidor compete apenas preencher os dados faltantes e manifestar seu consentimento aos termos e condições propostos mediante acionamento do botão do mouse nos campos apropriados.

5.2.8 CONTRATOS DIGITAIS

Contratos eletrônicos são os negócios jurídicos bilaterais que utilizam o computador como mecanismo responsável pela formação e instrumentalização do

vínculo contratual. Com relação aos contratos eletrônicos à distância deve-se considerar quanto ao momento de conclusão do contrato, se a contratação efetivou-se entre presentes ou se a contratação efetivou-se entre ausentes.

Conceder-se-á a contratação eletrônica entre presentes quando a proposta e a aceitação realizarem-se de forma imediata (on-line), aplicando neste caso o art. 1.081, I do CC. Já a contratação eletrônica entre ausentes ocorrerá quando a proposta e a aceitação forem mediante correios eletrônicos (e-mails) desde que não estejam conectados on-line, aplicando neste caso o art. 1086 do CC.

Segundo Pereira (1998 apud COSTA, 2002), o conceito de contrato, “acordo de vontades, na conformidade com a lei, e com a finalidade de adquirir, resguardar, transferir, conservar ou extinguirem direitos”, mostra-se plenamente aplicável aos negócios celebrados através da rede.

Os contratos tradicionais, firmados em papéis, precisaram adaptar-se para reger as relações envolvendo hardwares e softwares. Ressalta-se, todavia, que muitas das operações realizadas na rede configuram, na realidade, negócios jurídicos tradicionais, como a compra e venda de livros e cds.

Contratos de hardware: compra e venda, locação, leasing O hardware, sendo bem móvel, pode ser objeto dos três contratos acima descritos. Cumpre apenas ressaltar que ao se contratar a locação, a compra e venda ou o leasing de um hardware deve se estar atento de que este venha acompanhado do seu software de base, sem o qual não funciona, sendo um produto inútil.

Contratos de software: a licença de uso A maioria dos softwares são comercializados mediante um contrato de adesão de licença de uso. O contrato de licença é não exclusivo e geralmente temporário. O ponto nodal consiste em que mediante esse contrato o autor permite a utilização do software, mas resguarda o seu direito de propriedade.

De acordo com a legislação brasileira, o software não é patenteável, sendo sua proteção efetivada mediante a aplicação dos princípios de proteção do direito do autor, tendo em vista que a criação de um software pressupõe trabalho intelectual, criatividade e originalidade. A lei de software atualmente vigente, consagra a proteção ao autor durante 50 (cinquenta anos).

Em linhas muito genéricas, a mensagem enviada através do e-mail deixa o computador do emitente e chega ao seu provedor⁵ de acesso à rede. O provedor encaminha sua mensagem para o servidor⁶ mais próximo, operadores responsáveis pela ligação entre os provedores e, a seguir, sua mensagem passa por diversos routers⁷ até alcançar o servidor mais próximo ao provedor de seu destinatário, que descarrega a mensagem na caixa postal eletrônica deste.

Diaz (1999) comenta que, o direito prevê que, salvo quando a lei exija expressamente determinada forma para a celebração de um contrato, este, em regra, poderá adotar qualquer das formas não vedadas pela lei (art. 332 do Código de Processo Civil). Portanto, o meio digital é forma capaz de fornecer validade ao contrato eletrônico, em respeito ao princípio da liberdade das formas negociais. Quando a lei exige a forma escrita como da essência do contrato, a doutrina é divergente quanto à possibilidade de realizá-lo por meio digital.

Na verdade, o contrato eletrônico não se confunde com sua reprodução impressa, pois além do texto, seu arquivo pode conter muitas outras informações, tais como as localidades por onde o documento passou na rede, datas de suas alterações, assinaturas digitais e demais mecanismos de proteção à sua integridade, etc.

⁵ Provedor de Acesso à Internet – organização que provê acesso à Internet.

⁶ um computador em uma rede compartilhado por vários usuários. O termo pode se referir a ambos hardware e software ou apenas ao software que realiza o serviço. Por exemplo, Servidor da Rede pode se referir ao software do servidor da rede em um computador que também roda outros aplicativos, ou pode referir-se a um sistema de computador dedicado apenas a rodar o aplicativo do servidor da rede.

⁷ dispositivo que envia pacotes de informação de uma área local da rede (LAN) ou área longínqua da rede (WAN) para outra. Baseado em tabelas de rotas e protocolos de rotas, os routers lêem o endereço eletrônico de cada mensagem transmitida e decidem como enviá-la de acordo com a melhor rota disponível (tráfego, custo, velocidade, qualidade das linhas, etc.).

6 METODOLOGIA

A metodologia em questão foi realizada com método dedutivo e com base nas premissas da pesquisa exploratória, na qual Gil (1996, p. 45), ressalta que “Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições”. Os dados foram coletados utilizando-se livros clássicos e sites especializados, com conteúdo dinâmico e artigos técnicos.

Segundo Roesch (1999, p.106),

Pesquisa exploratória é o primeiro passo de todo trabalho científico. São finalidades de uma pesquisa exploratória, sobretudo quando bibliográfica, proporcionar maiores informações sobre determinado assunto; facilitar a delimitação de um tema de trabalho; definir os objetivos ou formular hipóteses de uma pesquisa ou descobrir novo tipo de enfoque para o trabalho que se tem em mente.

A dedução consiste em partir de uma verdade já conhecida (seja por intuição, seja por uma demonstração anterior) e que funciona como um princípio geral ao qual se subordinam todos os casos que serão demonstrados a partir dela. Em outras palavras, na dedução parte-se de uma verdade já conhecida para demonstrar que ela se aplica a todos os casos particulares iguais. Por isso também se diz que a dedução vai do geral ao particular ou do universal ao individual.

7 CONCLUSÃO

As conclusões obtidas indicam que o comércio e as transações bancárias são fomentados pela Internet, tornando o mundo comercial mais ágil e eficiente, porém ainda falta muito avanço da técnica para possibilitar a criação de um ambiente digital totalmente seguro. É preciso ter sofisticados equipamentos de sistemas de comunicação, potentes softwares que viabilizem os procedimentos de autenticação digital e uma legislação atualizada que regulamente o uso do Comércio eletrônico. Mas o futuro não está assim tão longe como se pode pensar. As instituições bancárias e empresas de cartões de crédito já estão se preparando para serem os cartórios da nova sociedade virtual. Por isso, é bom que as autoridades do nosso país comecem a trabalhar no sentido de adaptar a legislação pátria à realidade do comércio eletrônico, sob pena de aprofundarmos ainda mais o fosso que nos separa dos países do "primeiro mundo".

Na Europa, Alemanha e França adotaram a lei-modelo da Uncitral. Nos Estados Unidos, o estado da Califórnia já tem lei sobre a assinatura eletrônica. Até a Colômbia e a Argentina já adotaram uma lei para regulamentar o comércio eletrônico, seguindo também o modelo proposto pela Uncitral. Os países precisam reformular suas leis para adaptá-las à nova realidade, provendo tratamento jurídico igualitário para o uso da documentação tradicional e da digital. O governo deve assumir um papel mais pró-ativo em relação à Internet e tomar providências sérias nos campos da regulamentação, da informação e educação, de infra-estrutura e de prevenção contra o mau uso da rede. O principal fator que poderia ser considerado um obstáculo ao desenvolvimento do comércio eletrônico no Brasil é a insegurança. Grande parte das pessoas ainda não se sente segura em realizar suas transações através da Internet, razão pela qual se sugere a união de todos os seguimentos ligados ao comércio eletrônico em prol de uma campanha nacional de informação do bom uso dos meios eletrônicos.

Seja qual for a legislação estabelecida no Brasil, ela deverá partir de alguns princípios fundamentais, dentre os quais se destacam a segurança nas transações e a garantia de privacidade na troca de informações privadas, sem os quais não teremos um comércio eletrônico eficaz e confiável. Porém não se deve tentar resolver os problemas da Internet e do comércio eletrônico pensando localmente. Afinal, comércio eletrônico não é um assunto de âmbito meramente local, mas por sua própria definição trata-se de um tema global.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBERTIN, A. L. **Comércio Eletrônico**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2000.

BAPTISTA, Luiz Olavo. Comércio Eletrônico: uma visão do direito brasileiro. **Relatório do Simpósio de Direito Comparado Brasil-Japão**, ICCLP Publications, n. 5, p. 25-26, ago. 1998.

BASSO, Maristela. **A prudência nas transações pela rede**. Disponível em: <<http://cf6.uol.com.br/consultor/arti.cfm?numero=2504>> Acesso em: 28 jun. 2007.

CASTRO, Aldemario Araújo. **O comércio eletrônico**. Brasília, 11 maio, 2002. Disponível em: <[http://www.True Access Consulting.htm](http://www.TrueAccessConsulting.htm)>. Acesso em 28 jun. 2007.

CERQUEIRA, Tarcisio Queiroz. A regulamentação da internet no Brasil. **Jus Navigandi**, Teresina, ano 5, n. 49, fev. 2001. Disponível em: <<http://www1.jus.com.br/doutrina/texto.asp?id=1769>>. Acesso em: 30 jul. 2007.

COSTA, Wille Duarte Contratos Comerciais Eletrônicos **Revista de faculdade de Direito**, Rio de Janeiro: Revista dos Tribunais, v. 9, 2002.

DEMÓCRITO FILHO, Reinaldo,. **A questão da validade jurídica dos atos negociais por meios eletrônicos**. Disponível em: <<http://www.infojus.com.br/area1/democritofilho13.htm>>. Acesso em 15 set. 2007.

DIAZ, José Setti. Contratos Eletrônicos. In: **Palestra proferida no seminário Direito e Internet: aspectos jurídicos das operações on line**, 25 nov. 1999.

FERREIRA, Horácio Coelho da Costa, SIQUEIRA, Iêda. **A questão dos direitos autorais na internet**. Disponível em: <http://www.ccj.ufsc.br> Acesso em: 20 ago. 2007.

GOMES, Orlando. Contratos. 18 ed Rio de Janeiro: Forense, 1998.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. Projetos de estágio e de pesquisa em administração. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

DECLARAÇÃO

Eu, CÉLIA ROMANO DO AMARAL MARIANO, RG nº. 5.714.022-4, formada em Biblioteconomia pela Faculdade de Sociologia e Política da USP com diploma registrado no MEC, inscrita no CONSELHO REGIONAL DE BIBLIOTECONOMIA – CRB/1-1528, DECLARO para os devidos fins acadêmicos que fiz a revisão das citações e referências bibliográficas da monografia de **WILIAM BENTO DA COSTA** do curso de Administração da Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba – FACER.

Rubiataba, 27 de janeiro de 2008

Célia Romano do Amaral Mariano
Biblioteconomista – FACER
CRB/1- 1528