



# 21212 Academy

## 3 DICAS JURÍDICAS PARA PROTEGER SEU SITE

Hoje vamos abordar um tema que a maioria das empresas que vendem produtos ou serviços pela internet acaba deixando de lado (ou apenas desconhecem), e que é resolvido com um punhado simples de algumas informações básicas que precisam constar em algum local da página HOME, por exemplo. NADA DE MINI LETRAS OU ESCONDIDO NUM CANTO MALUCO DO SITE. Ao contrário, como você não tem contato físico com o seu consumidor, você como dono do negócio precisa se certificar que seu consumidor esteja ciente das condições nas quais ele está adquirindo o produto.

Além do empreendedor digital ter que respeitar o Código do Direito do Consumidor ao pé da letra ([http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm)), adaptações precisam ser feitas ao vender produtos e serviços no ambiente digital.

Portanto, seguem aqui umas dicas para evitar dores de cabeça (ou a maioria das dores... pelo menos).

### 1. DECRETO PARA REGULAMENTAR COMÉRCIOS ELETRÔNICOS

( [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm))

O Decreto 7.962/2013 estabeleceu regras específicas aplicáveis às contratações realizadas por meio de comércio eletrônico, regulamentando assim essa forma de contratação online de serviços e produtos por consumidores de acordo com o Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90).

O decreto trouxe algumas inovações importantes. Agora, os fornecedores deverão propriamente se identificar para seus consumidores em seus sites, publicando em local visível sua razão social completa, nº de CNPJ, endereços eletrônico e físico.

O decreto ainda impõe aos fornecedores algumas regras específicas, incluindo:

- a. Eventuais impostos ou taxas (correios inclusive) que não estariam incluídos nos preços apresentados no site;
- b. Obrigação de apresentar aos consumidores um sumário do contrato antes da conclusão da contratação (leia-se Termo de Uso). ATENÇÃO: O direito brasileiro trata o consumidor como “hipossuficiente”, ou seja, o consumidor é o elo mais fraco da cadeia e tem que ser protegido frente ao fornecedor/empresário (herança de nosso estado paternalista). Porque chamo a atenção para isso? Porque aqui no Brasil, a mera obrigação de apresentar os Termos de Uso como um link no final da página, por exemplo, se o consumidor tiver interesse em consultar um dia, não é suficiente. Para você se proteger daquelas reclamações “ah, mas eu não li os Termos de Uso e não sabia”, você precisa ter a concordância ATIVA do consumidor com os termos de uso. Como você faz isso? Tem inúmeras formas, mas vamos mostrar alguns exemplos:



- i. EXEMPLO 1: Ao se cadastrar ou ANTES de efetivar uma compra, o Consumidor precisa ativamente ticar um quadrado (“checkbox”) com os seguintes dizeres: “Você concorda com nossos termos de serviço (com um link aqui para o Contrato) ao preencher e confirmar o envio deste”. Ele não poderá já estar “ticado” e sim tem que ter um movimento ativo do usuário;
- ii. EXEMPLO 2: Muito comum quando você compra a licença de um software. Quando você está instalando o produto, aparece uma página com o Contrato. O consumidor deve escorregar “ativamente” até o final para depois aceitar, e que sem isso, não dá para continuar a instalação.

Por que isso é importante? Porque você, como fornecedor de um serviço ou um produto pela internet, fez tudo em seu poder para informar o consumidor quais eram as condições da compra do serviço ou do produto, e alegar que “não sabia” fica bem mais difícil. Além disso, nestes casos, você pode se proteger com a “litigância de má-fé”, ou seja, o consumidor entrou na justiça porque ele sabe que é mais fácil ganhar, mesmo tendo consciência que foi a preguiça dele que lhe trouxe prejuízo.

- c. Obrigação de confirmar imediatamente o recebimento da aceitação da oferta e das demandas do consumidor (ou seja, um email enviado para o email cadastrado do consumidor, informando que “sua compra foi aprovada”, por exemplo);
- d. Obrigação de manter um serviço adequado e eficaz de atendimento em meio eletrônico às demandas dos consumidores (um “Fale Conosco”, por exemplo), com prazo máximo de cinco dias para envio de manifestação (seja reclamação ou elogio) sobre a demanda do consumidor; e
- e. Obrigação de garantir o exercício do direito de arrependimento pelo consumidor pela mesma ferramenta utilizada para a contratação (ou seja, o consumidor poderá ir diretamente no site e pedir o estorno da compra, ou seu arrependimento, que pode ser feito em uma aba específica ou através do “Fale Conosco”) e de comunicar esse aviso do consumidor imediatamente às instituições financeiras envolvidas (cartões de crédito, meios de pagamento online, etc), de forma a evitar a cobrança na fatura do consumidor ou efetivar o estorno.

Para quem não conhece, o direito de arrependimento está previsto no artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor e permite a desistência das compras realizadas fora de estabelecimento comercial, ou pela internet, dentro de até 07 (sete) dias contados de sua assinatura ou do momento que receber acesso aos serviços contratados ou do recebimento do produto em casa, visto que a maioria dos portais que vendem produtos usam os correios com código de rastreamento para saber quando o produto foi entregue.

Mas e se eu vendo um serviço pela internet? Se aplica a mesma regra, 07 dias contados do dia da compra. Portanto, tomem cuidado com o fluxo de caixa de vocês, porque se um consumidor comprar um serviço no último dia do mês, vocês só poderão contar como venda totalmente efetiva, somente após o decurso deste prazo de arrependimento.

## **2. TER O LINK DO PROCON DO SEU ESTADO NO SITE**

Saiu na surdina uma lei estadual no Rio de Janeiro em março de 2014 (que entrou em vigor em 19/06/2014), que exige que todo site que tenha sede no Estado do Rio de Janeiro, tenha um link para o Procon-RJ.



Só soubemos da notícia pois muitas empresas de comércio eletrônico começaram a ser multadas pelo Procon, conforme matéria abaixo.

-----

## DIÁRIO DO COMÉRCIO – ECONOMIA

Empresas do Rio são multadas por não disponibilizar link para a página do Procon-RJ

Dez empresas que atuam na área de comércio eletrônico foram notificadas pelo Procon do Rio de Janeiro, vinculado à Secretaria de Estado de Proteção e Defesa do Consumidor, pelo não cumprimento da Lei Estadual nº 6.718/14.

Esta lei determina que as empresas privadas sediadas no Rio que comercializem bens e serviços via internet em sites próprios são obrigadas a disponibilizar nas suas páginas link para a página oficial do Procon-RJ. “A lei concretiza o direito básico do consumidor de ter facilidade de acesso aos seus direitos, conforme é determinado pelo art. 6º, inciso VIII, do Código de Defesa do Consumidor (CDC), estabelecendo um canal direto com o Procon-RJ”, ressalta a instituição.

As empresas - Casa Vídeo, Hermes, Ingresso.com, Hotel Urbano, Peixe Urbano, Urbi Et Orbi, Boa Diversão, New It Club, Nice Rio e Super Matriz Ações – têm um prazo de 15 dias para apresentar sua defesa e, findo o processo, poderão ser multadas, cujo valor será determinado a partir do porte econômico das empresas. Para isso, elas deverão fornecer o valor de suas receitas brutas dos últimos três meses.

-----

Ou seja, todas as empresas com sede no Estado do Rio de Janeiro, devem colocar imediatamente o link do Procon, nas proporções exigidas em lei (para referência, segue o texto da lei abaixo).

-----

LEI Nº 6718 DE 19 DE MARÇO DE 2014.

OBRIGA AS EMPRESAS SEDIADAS NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO QUE COMERCIALIZAM BENS E SERVIÇOS PELA INTERNET A EXIBIREM A OPÇÃO DE REDIRECIONAMENTO AUTOMÁTICO PARA OS SÍTIOS DO PROCON-RJ EM SUAS RESPECTIVAS PÁGINAS NA INTERNET.



## O GOVERNADOR DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Faço saber que a Assembléia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º As empresas concessionárias e permissionárias de serviços públicos, e as empresas privadas sediadas no Estado do Rio de Janeiro e que comercializem bens e serviços em sítio próprio na internet, ficam obrigadas a exibir dispositivos de direcionamento automático para a página oficial do PROCON-RJ, em seus respectivos sítios.

Art. 2º Os dispositivos de redirecionamento automático ou “links” deverão ser configurados no mesmo alinhamento vertical ou horizontal dos principais anúncios ou tópicos de bens e serviços comercializados pela empresa, na mesma proporção gráfica utilizada na divulgação e venda de produtos.

Art. 3º O descumprimento desta Lei sujeitará o infrator às multas previstas na Lei Federal nº 8.078 de 11 de setembro de 1990, na forma disciplinada pela Lei Estadual nº 3.906 de 25 de julho de 2002.

Art. 4º V E T A D O.

Art. 5º V E T A D O.

Art. 6º Esta Lei entrará em vigor em 90 dias após a publicação.

Rio de Janeiro, 19 de março de 2014.

SÉRGIO CABRAL  
Governador

-----

Para as demais empresas de outros estados, SUGIRO QUE VOCÊS JÁ SE ADAPTEM O QUANTO ANTES, pois soube de outros Estados que já estão se movimentando da mesma forma (com votação de projeto de lei em andamento). É uma forma explícita e ditatorial de exigir ao empresário que respeite o Código do Consumidor, mas devemos nos adaptar.

Portanto, é só inserir o link do Procon do seu Estado de forma visível para seus clientes e menos uma dor de cabeça! Assim, você já está fazendo a sua parte, não só de comunicar aos seus consumidores os termos e condições dos serviços ou produtos que você está vendendo, mas um link direto para onde eles podem reclamar.

### **3. SE VOCÊ VENDER VESTUÁRIO PELA INTERNET (E-COMMERCE), OS SEUS PRODUTOS DEVEM RESPEITAR A REGULAMENTAÇÃO TÊXTIL, ALÉM DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR:**

Segundo a Regulamentação Têxtil, as seguintes informações deverão constar não só nas etiquetas das vestimentas, mas também no Site de vocês, em local visível, e de preferência na mesma página onde o consumidor compra os produtos:



- Indicação do fabricante ou importador do produto sem abreviações (razão social completa);
- O CNPJ do fabricante ou importador;
- Indicação de Tamanho
- Composição têxtil do produto em massa na forma percentual;
- Modo de conservação quanto à Lavagem, Alvejamento, Secagem, Passadoria e Limpeza Profissional;
- Indicação do país de origem do produto.

Mas as informações acima também devem respeitar os seguintes padrões (os tamanhos indicados são para as informações que deverão constar nas etiquetas, mas as informações não podem estar escondidas no site):

- Nenhuma informação pode estar abreviada;
- Todas as letras devem ter no mínimo 2 mm de altura;
- A denominação de país de origem deve estar em português;
- A composição têxtil deve conter o nome da fibra em percentual na ordem decrescente (em massa);
- O modo de conservação pode ser indicado através de símbolos, textos ou ambos;
- Os símbolos devem seguir a norma NBR ISO 3758 e ter no mínimo 16 mm<sup>2</sup> (4 x 4 mm). Para ver a NBR ISO 3758, clique aqui: <http://www.ebah.com.br/content/ABAAAIX4AA/norma-abnt-nbr-iso-3758#>

Não sou nenhuma especialista no assunto, mas pelas pesquisas que já fiz para nossas empresas, os itens acima são um resumo da maioria das regras. De qualquer forma, anexo aqui ainda toda a Resolução e outros manuais que entendi importantes para quem busca mais detalhes (por exemplo, a partir de quando você considera que deve informar que aquela fibra faz parte da composição têxtil da peça?).

Outros produtos não têxteis também têm suas próprias regulamentações, portanto, muita pesquisa antes de lançá-los ao mercado, para atender as respectivas regulamentações.

Fico por aqui.

Até a próxima!

Natalie Witte