

140

A ARBITRABILIDADE DAS RELAÇÕES DE CONSUMO NO COMÉRCIO ELETRÔNICO.

Luiz Gustavo Meira Moser, Claudia Lima Marques (orient.) (UFRGS).

A arbitragem consiste em um mecanismo alternativo de resolução de controvérsias, por meio do qual as partes contratantes comprometem-se a se socorrer do juízo arbitral para dirimir qualquer conflito originário da avença, renunciando, portanto, à ingerência do Estado-juiz. Tendo em conta a dinamicidade do comércio eletrônico, no qual a evolução tecnológica permite aos consumidores estabelecerem as mais variadas relações jurídicas, necessário se faz a utilização de mecanismos céleres de composição de litígios, dentre os quais destacamos a arbitragem, cujo fim precípua é proporcionar ao consumidor uma alternativa de ver seus direitos contemplados de forma ágil, segura e eficiente. Em que pese a incipiente legislação nacional a respeito do tema, a lei de arbitragem brasileira (lei nº 9.307/96) autorizou em seu art. 4º, §2º a utilização de cláusula compromissória nos contratos de adesão. Nesse passo, ambiciona-se, com a presente pesquisa, demonstrar a viabilidade e as vantagens da utilização da arbitragem na resolução de controvérsias no âmbito consumerista, sobretudo no comércio eletrônico, sem que se sonegue a observância irrestrita e continente aos princípios basilares esposados tanto na Constituição Federal quanto no Código de Defesa do Consumidor. Para tanto, a pesquisa adota o método tópico ao analisar o caso paradigmático *Union des consommateurs v. Dell Computer Corporation*, cujo deslinde inovador corrobora com o espírito deste trabalho, pois reconhece a força vinculante da cláusula compromissória inserida em contrato eletrônico. Outrossim, o estudo fundamenta-se na doutrina nacional e internacional, bem como na jurisprudência internacional. Os resultados obtidos com esta pesquisa apontam para um posicionamento, tanto na legislação quanto na jurisprudência internacional, favorável à arbitralidade das disputas originárias do comércio eletrônico.