

## **DIREITO DO CONSUMIDOR E AS COMPRAS PELA INTERNET**

*Heber Sanches Madeira<sup>1</sup>*

**RESUMO:** Destaca-se que são evidentes as mudanças que a tecnologia trouxe ao mundo, e nos últimos anos, se vivencia uma revolução tecnológica da informação, a destacar o surgimento da internet. Tecnicamente, a Internet é um sistema mundial de rede de computadores, estruturado para uso público e irrestrito, que viabiliza o intercâmbio de dados e a comunicação entre duas ou mais máquinas conectadas a diferentes redes locais, independentemente de onde se encontrarem. Este sistema é utilizado com inúmeras finalidades, incluindo a realização de comércio e contratos. Desta forma, centenas de pessoas negociam diariamente através da Internet, que podem caracterizar uma relação de consumo. Nesse cenário, surge também o comércio eletrônico, e juntamente com ele necessidade de assegurar os direitos dos mais vulneráveis na relação de consumo. Desta forma, O presente trabalho tem como tema, o Direito do consumidor nas compras pela internet, objetiva-se analisar a aplicação do Código de Defesa do Consumidor (CDC) no comércio virtual brasileiro. Para isto utilizar-se-á método de pesquisa bibliográfica, com pesquisas em artigos especializados, doutrinas e jurisprudência, para ao fim chegar à conclusão de como ocorre a aplicação do CDC, no comércio Virtual.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comércio. Internet. Consumidor. Legislação.

### **1 INTRODUÇÃO**

O presente trabalho tem por objetivo em principal o estudo dos direitos dos consumidores no Brasil e as práticas dos fornecedores, mais especificamente no que diz respeito as compras a distância no ambiente virtual, visto que as práticas consumeristas mudam e se adaptam na mesma medida do avanço tecnológico no país.

A revolução digital impactou totalmente a forma de consumo atual do brasileiro, principalmente depois da pandemia que se iniciou em 2020 consequente da alta transmissão do vírus covid-19, autoridades decretaram medidas sanitárias de restrições e fechamento total do comércio.

Por isso, a importância deste tema reside nas dificuldades encontradas pelo Consumidor em garantir seus direitos de acordo com o atual Código de Defesa do Consumidor, para a reparação dos danos causados pelos fornecedores, pelos vícios existentes nos produtos ou serviços.

---

<sup>1</sup> Acadêmico do 10º período do curso de Direito do Centro Universitário Alfredo Nasser, em 2022/2. Email: heber82095025@gmail.com.

De acordo com a tratativa, este presente trabalho visa também apresentar as principais violações de direitos mais comuns do ambiente virtual do século XXI. A discussão acerca da responsabilidade civil dos fornecedores em face do Código de Defesa do Consumidor, atualmente traz uma preocupação que a sociedade tem em relação aos prejuízos psíquico-físico causados pelos produtos e serviços fornecidos ao consumidor, principalmente em relação da punição dos profissionais que agem de má fé e atuam na área de comercialização utilizando-se de marketing enganoso para enriquecimento próprio.

Conforme as práticas consumeristas se atualizam e o livre mercado se aquece no Estado democrático de direito, se idealiza muito sobre a revolução digital e o direito do consumidor.

## **2 METODOLOGIA**

Quanto à metodologia, utilizar-se-á método hipotético dedutivo, baseando-se em pesquisas já realizadas, utilizado como método de exploração bibliográfica, analítica e descritiva. Para tanto, as informações serão coletadas das seguintes fontes: livros, artigos, notícias, jornais e dissertações.

## **3 DISCUSSÕES, RESULTADOS E/OU ANÁLISE DE DADOS**

A relação de consumo, embora advinda dos contratos de compra e venda civis, não deve ser considerada uma espécie da compra e venda civil. A codificação da Lei n. 8.078/1990 demonstra que há atenção especial para esta relação jurídica, que necessitou que a mesma fosse apartada dos contratos civis. “Consiste na aquisição, pelo consumidor (aceitante), de produtos ou serviços oferecidos pelo fornecedor (proponente), através da prestação, em pecúnia, do valor correspondente ao bem adquirido” (GOMES, 2009, p.274).

Assim, as relações de consumo estão pautadas nos princípios da vulnerabilidade do consumidor; intervenção do Estado; harmonização de interesses; boa-fé e probidade; equidade; informação; educação; transparência; controle de qualidade e segurança dos produtos e serviços; coibição e repressão das práticas abusivas e, por fim; estudo das modificações constantes no mercado. Tais princípios foram instituídos pela Política Nacional das Relações de Consumo (GIANCOLI; ARAUJO JR, 2012, p. 48).

Desta forma, atualmente, milhares de pessoas compram ou vendem produtos através da internet, utilizando-se de sistemas de mediação de compra e venda, ou mesmo de redes sociais para divulgarem a oferta, estas relações se configuram como relações de consumo.

Neste sentido, a jurisprudência também entende:

EMENTA: APELAÇÃO CÍVEL - AÇÃO DE DESFAZIMENTO DE NEGÓCIO JURÍDICO C/C INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS - APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR - COMPRA E VENDA PELA INTERNET - FALHA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS - NÃO ENTREGA DO PRODUTO ADQUIRIDO - VERIFICAÇÃO - NÃO CANCELAMENTO DA VENDA E PERMANÊNCIA DA COBRANÇA DAS PARCELAS - NÃO CABIMENTO - RESPONSABILIDADE DA FORNECEDORA - POSSIBILIDADE - DANO MORAL - CONFIGURADO - JUROS DE MORA - TERMO INICIAL - HONORÁRIOS DE SUCUMBÊNCIA - MAJORAÇÃO.

- A relação jurídica existente entre as partes litigantes é tipicamente de consumo, atraindo, assim, a aplicação do Código de Defesa do Consumidor à lide. Assim, a responsabilidade é objetiva, prevista no art. 14 do CDC.

- Restam evidenciados os danos morais, comprovada a falha na prestação do serviço, consubstanciada na não entrega do produto adquirido pelo consumidor na internet e no não cancelamento dos valores cobrados em seu cartão de crédito.

- Os fatos narrados na inicial não constituem mero aborrecimento ou dissabor do dia-a-dia. Ao contrário, os fatos relatados configuram um grave desrespeito para com o consumidor que, repita-se, ficou meses sem resolver o problema, o que lhe causou indignação, frustrações e angústia, primeiramente, diante da espera pela entrega do produto e, posteriormente, em virtude da negligência com que a ré conduziu a situação.

- O valor da indenização deve ser fixado com prudência, segundo os princípios da razoabilidade e proporcionalidade, mostrando-se apto a reparar, adequadamente, o dano suportado pelo ofendido, servindo, ainda, como meio de impedir que o condenado reitere a conduta ilícita.

- Tratando-se de dano moral e de responsabilidade contratual, os juros de mora de 1% ao mês incidem desde a citação.

- Deve ser majorado o valor arbitrado para os honorários quando não fixados adequadamente com base no § 3º do artigo 20 do CPC. (TJMG - Apelação Cível 1.0194.12.010247-1/001, Relator(a): Des.(a) Evandro Lopes da Costa Teixeira, 17ª CÂMARA CÍVEL, julgamento em 13/02/2014, publicação da súmula em 25/02/2014).

Desta maneira, os fornecedores são pessoas físicas, jurídicas, empresárias ou não, que podem ou não buscar lucro com a negociação, e que têm em comum a utilização da rede para a realização dos contratos. Esta nova modalidade contratual trouxe incertezas para este ordenamento jurídico, pois difere-se estruturalmente dos contratos de compra e venda ou relações de consumo realizadas pessoalmente (TARTUCE, NEVES, 2019).

A principal característica dessa relação comercial é a falta de contato entre fornecedores e consumidores, ou seja, o comércio virtual é um negócio legítimo que se realiza à distância por meio da comunicação entre consumidores e fornecedores de forma virtualizada (NUNES, 2018).

Assim, segundo Rover (2000, p. 61), “o comércio virtual possui dois modelos, um indireto, onde os pedidos de forma eletrônicos devem ser entregues fisicamente, e o outro direto, que consiste no pedido, pagamento e entrega de bens incorpóreos”.

Portanto, nas formas indiretas de comércio virtual, os produtos devem ser entregues pessoalmente aos consumidores, como transportadoras e correios. Ao pagar por bens incorpóreos, os indivíduos o recebem imediatamente, como jogos virtuais, e-books, etc. (GONÇALVES, MAIA, 2018).

Ocorre, que a falta de legislação específica para conduta na Internet dificulta a efetivação de alguns dos direitos consagrados na Lei de Defesa do Consumidor (BARROS, 2011).

Como tal, o comércio virtual desafia a legislação promulgada para proteger os consumidores. Os principais desafios a observar no e-commerce estão relacionados à realização de ofertas, publicidade enganosa, cláusulas abusivas em contatos eletrônicos, validade da garantia do direito de arrependimento, etc.

Dessa forma, desde 2010, foram iniciados projetos para estabelecer melhores diretrizes de direitos do consumidor, principalmente no comércio virtual.

Assim, um acordo entre o Senado e o Governo Federal foi firmado e resultou na sanção do Decreto-Lei nº 7.962, de 15 de março de 2013, que dispõe sobre a contratação no comércio virtual, que entrou em vigor em 14 de maio de 2013, ratificando que as disposições relativas ao código do consumidor se aplica ao comércio virtual, (MONTEIRO, 2013).

Dessa forma, o Decreto nº 7.962/2013 é composto por 9 artigos que estabelecem diretrizes para: Facilitação do atendimento ao cliente com informações claras e precisas sobre os fornecedores; As lojas virtuais são obrigadas a fornecer sede física e informações, como o Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) número de registro, razão social, endereço, detalhes da cotação, preços, prazos e disponibilidade de entrega, e uma descrição clara dos produtos e serviços oferecidos; apresentar o contrato ao consumidor, confirmando imediatamente o recebimento da cotação, mantendo um atendimento de qualidade ao cliente, utilizar mecanismos de segurança eficazes para pagamentos e processamento de dados do consumidor (MONTEIRO, 2013).

Por fim, no que se refere à responsabilidade civil nas relações de consumo, a teoria da responsabilidade civil subjetiva não pode se aplicada, pois a adoção da teoria da responsabilidade civil subjetiva dificulta a proteção do consumidor como garantia constitucional.

Desta forma, se a responsabilidade civil subjetiva for utilizada como regra nas relações de consumo, o legislador ignorará a vulnerabilidade do consumidor, que é o que confere ao consumidor todas as proteções. Para tanto, a vulnerabilidade é entendida como a qualidade das pessoas que são desfavorecidas às outras na relação que existe entre elas. (PEREIRA, 2018).

Desta forma, devido às dificuldades que os consumidores têm em provar a culpa de um agente, as regras de responsabilidade objetiva são utilizadas hoje no direito de defesa do consumidor. A partir do CDC, então, o consumidor que sofre dano precisa apenas comprovar o dano, o uso do produto ou serviço e o nexo de causalidade, que também se aplica das relações de consumo virtuais. (PEREIRA, 2018).

#### **4 CONCLUSÕES**

Verifica-se que, no Brasil, a Internet só começou a se expandir na década de 1990, e não há regulamentação própria para contratos de compra e venda civis realizados pela Internet.

No que tange as relações de consumo advindas do comércio eletrônico, a legislação consumerista, consagra a responsabilidade do fornecedor como objetiva, ou seja, inexistente a necessidade de comprovação de culpa pelos produtos com defeito inseridos no mercado, sendo necessário apenas comprovar a existência do dano ocorrido.

Porém, imperioso destacar que esta responsabilidade não é integral, e assim o CDC, apresentou algumas hipóteses de exclusão de responsabilidade.

Destaca-se que a alegação de não conhecimento científico e tecnológico suficiente para detectar o defeito não merece prosperar para que o fornecedor possa se exonerar dos danos que ele venha a ocasionar aos consumidores. Essa responsabilidade deve mesmo recair sobre os fornecedores, pois no direito consumerista ela é fundada na teoria do risco.

Ademais, o CDC trata da vulnerabilidade do consumidor, que é considerado princípio estruturante do direito do consumidor, uma vez que dele decorrem os demais princípios e normas, isto porque, o Código de Defesa e Proteção do Consumidor tem esse nítido intuito de equiparar os sujeitos da relação de consumo. Para tanto, é fundamental que se reconheça a vulnerabilidade do consumidor em face do fornecedor.

Por fim, conclui-se que atualmente, utilizam-se, por analogia, os princípios e a norma já disposta no Código Civil vigente; os princípios e a norma disposta no Código de Defesa do

Consumidor, acrescida das alterações do Decreto-Lei n. 7.962/2013; e, por fim, os princípios elencados na Lei n. 12.695/2014, quando os contratantes estão no território nacional; acrescentando-se como fonte cartas, normas e pactos internacionais, quando as partes se encontrem em nações distintas.

## REFERÊNCIAS

BARROS, Flávio Monteiro. **Manual de Direito do Consumidor**. São Paulo: Ridel, 2011.

BRASIL. **Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013**. Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio virtual. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2013/decreto-7962-15-marco-2013-775557-norma-pe.html>. Acesso em: 22 set. 2020.

GIANCOLI, Brunno Pandori; ARAUJO JR, Marco Antonio. **Difusos e Coletivos: Direito do Consumidor**. 3. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012, p. 48.

GOMES, Orlando. **Contratos**. 26. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2009.

GONÇALVES, Erika Morganna Brandão; MAIA, Luciana Rosas de Melo. **Proteção do consumidor no comércio eletrônico: uma abordagem acerca da resolução de conflitos no Procon**. v. 5, n. 8, 2018. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/direito/article/view/4556/13250>. Acesso em: 22 set. 2020.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 12. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

ROVER, Aires José (Org.). **Direito, Sociedade e Informática: Limites e perspectivas da vida digital**. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2000.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor**. 7. ed. rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2019.