

# A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR DIANTE DAS RELAÇÕES DE CONSUMO CELEBRADAS PELO COMÉRCIO ELETRÔNICO

## CONSUMER PROTECTION DUE TO CONSUMPTION RELATIONS ENTERED INTO BY ELECTRONIC COMMERCE

Aléxia Lara da Silva<sup>1</sup>  
Iverson Guilherme Teixeira Barbosa<sup>2</sup>

**RESUMO:** O presente trabalho tem como propósito abordar a proteção do consumidor através de penalidades aplicadas nas relações de consumo celebradas pelo comércio eletrônico, que tem sido um dos mais considerados objetos de pesquisa dos últimos anos. Ademais, não são recentes as argumentações a respeito das imposições de legislações nas relações de consumo no universo virtual, em decorrência dos inúmeros desentendimentos entre os fornecedores e consumidores deste meio. No domínio das negociações eletrônicas, o e-commerce é o principal elemento que melhor descreve a movimentação de receitas na economia, tendo um crescimento significativo no decorrer do tempo. No entanto, essa atividade tem gerado alguns problemas na vida de muitos consumidores virtuais, que serão descritos na atual pesquisa. A globalização tem se tornado o maior elemento de interferência na economia das sociedades, por estar de maneira marcadamente associada às constantes evoluções tecnológicas. Assim, tem facilitado e potencializado a comercialização de produtos e serviços por meios eletrônicos.

**Palavras-chave:** Direito do consumidor. Vulnerabilidade. Legislação. E- Commerce.

**ABSTRACT:** The present work aims to address consumer protection through penalties applied in consumer relations celebrated by electronic commerce, which has been one of the most considered research objects in recent years. Moreover, arguments about the imposition of legislation on consumer relations in the virtual universe are not recent, as a result of the numerous disagreements between suppliers and consumers of this medium. In the field of electronic trading, e-commerce is the main element that best describes the movement of revenues in the economy, with significant growth over time. However, this activity has generated some problems in the lives of many virtual consumers, which will be described in the current research. Globalization has become the greatest element of interference in the economy of societies, as it is strongly associated with constant technological developments. Thus, it has facilitated and enhanced the commercialization of products and services by electronic means.

**Keywords:** Consumer's right. Vulnerability. Legislation. E-Commerce.

## 1 INTRODUÇÃO

Ao olhar para sociedade em um contexto contemporâneo, vê-se que o Direito do Consumidor é uma subdivisão recém-adquirida do Direito na legislação brasileira em face da proteção aos consumidores, tanto pessoas físicas quanto jurídicas podem ser consideradas consumidoras. Os órgãos de comunicação em geral têm noticiado os diversos casos relacionados aos conflitos existentes entre fornecedores e consumidores. Cujo conteúdo está inseparavelmente associado à vida dos seres humanos, levando-se em consideração o pressuposto de que todos nós somos consumidores. (ALMEIDA, 2015, P. 20).

De acordo com Filho (2014, p. 5) o Direito do Consumidor, em regra, é a área do Direito que trata das prováveis divergências presentes em uma relação de consumo entre fornecedores de produtos e/ ou serviços e consumidores. O legislador brasileiro, descontente com sua imobilidade referente aos direitos e providências de defesa ao consumidor, decidiu adicionar à Carta Magna Brasileira (Constituição da República

Federativa do Brasil 1988) de forma clara, a obrigatoriedade de proteção ao consumidor promovida pelo Estado, prevista especificamente em seu artigo 5º; XXXII. Aproximadamente dois anos depois, foi criada a lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990, denominada Código de Defesa do Consumidor.

Nesse sentido, dispendo da discussão exposta como ponto de partida, pretende-se abordar os objetivos e as definições concernentes aos direitos do consumidor, assim como pontuar graficamente a legislação elucidada em acordo com as previsões constitucionais. Desse modo, sabendo que os direitos consumeristas são essenciais e garantidos no texto constitucional brasileiro, é importante indagar: Quais as penalidades são aplicadas no Direito brasileiro para garantir a proteção do consumidor mediante as relações de consumo celebradas pelo Comércio Eletrônico?

O presente trabalho tem como propósito analisar através da Doutrina jurídica, o texto constitucional e o Código de Defesa do Consumidor, a proteção do consumidor em face das penalidades aplicadas nas relações de consumo em que ferem direitos celebrados no Comércio Eletrônico. A pesquisa justifica-se em virtude da contemporaneidade e multiplicidade desse assunto que acabaram interligando a informática e as telecomunicações, originando-se assim novos padrões para sociedade atual. Como também, as formas não definidas no âmbito jurídico perante as relações consumeristas no setor virtual. Dessa forma, para analisar se a proteção do consumidor é realmente aplicada, será percorrido sobre legislações e penalidades previstas voltadas à égide de direitos dos consumidores internautas.

## **2. METODOLOGIA DA PESQUISA**

A metodologia que sustenta este trabalho encontra-se organizado por meio de pesquisa bibliográfica descritiva e exploratória. Segundo Gil (2008, p.47 a 50) “A principal vantagem da pesquisa bibliográfica descritiva reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos ampla [...] Uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coletas de dados”. Assim, esse tipo de pesquisa, possibilita um contato direto com tudo que esteja relacionado ao tema.

Em acordo com o pensamento de Gil (2008, p. 28) a pesquisa descritiva tem a finalidade de caracterizar determinados espaços populacionais e fenômenos. Como também, este modelo de pesquisa vai além do reconhecimento da presença de relações variáveis, objetivando-se definir as características dessa conexão. O estudo descritivo procura a realidade das informações, de maneira que a pesquisa descritiva é usada quando o propósito do pesquisador é identificar determinado grupo, suas particularidades, valores e problemáticas relacionadas à cultura.

Para Severino (2007, p. 123) a pesquisa exploratória procura pesquisar dados a respeito de um objeto em específico, esquematizando assim uma área de estudo, delimitando as exigências expressivas do fenômeno estudado. Essa técnica é usada em situações onde é necessário o aprofundamento de questões acerca da problemática, a sua finalidade é dispor de parâmetros e concepções.

A abordagem utilizada é a técnica qualitativa, que discutem e ajudam no embasamento teórico através da utilização de técnicas de dados adquiridos de acordo com a verificação de hipótese sobre a proteção do consumidor diante das relações de consumo celebradas pelo comércio eletrônico.

Conforme reza Lakatos e Marconi (2008, p. 269), a estrutura qualitativa pressupõe uma investigação e compreensão de características mais aprofundadas e complexas diante das atitudes humanas. A abordagem qualitativa se trata de um estudo que tem como objetivo, verificar e compreender questões aprofundadas, retratando a multiplicidade das ações do ser humano e ainda oferecer estudos detalhados. Desse modo, o principal foco da pesquisa qualitativa está concentrado nos processos e significados.

Além disso, a pesquisa apresenta caráter documental com base legislativa. Em acordo com Severino (2007, p. 122) a pesquisa documental é compreendida nesse sentido como uma fonte de dados através de documentos, não somente em arquivos impressos, mas principalmente em torno de outros registros. Nesta situação, as informações abordadas em estudo crítico, com o conteúdo ainda em forma de matéria-prima, são elas o ponto de partida para o desenvolvimento do estudo do pesquisador.

Com base na escolha dos métodos escolhidos para o desenvolvimento da pesquisa, foram utilizados alguns elementos bibliográficos, legislativos e documentais. Dentre eles destacam-se os elementos demonstrados na tabela abaixo.

Figura 1: Amostragem da Coleta de dados.

<b>Nome do Objeto estudado para Revisão de Literatura</b>	<b>Crítérios de inclusão na pesquisa</b>
BRASIL. <b>Código de Proteção e Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90).</b>	O código de Defesa do Consumidor foi à primeira lei instituída no ornamento jurídico brasileiro a tratar da proteção do Consumidor nas relações de consumo.
BRASIL. <b>Decreto Federal nº 7.962 de 2013.</b>	Regulamenta a lei nº 8.078/90, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico.
ALMEIDA, João Batista. <b>Manual de Direito do Consumidor.</b> 6º ed. São Paulo: Saraiva 2015.	O autor faz uma ampla abordagem em relação à proteção do consumidor nas relações de consumo.
FILHO, Sergio Cavaliere. <b>Programa de Direito do Consumidor.</b> 4º ed. São Paulo: Atlas, 2014.	O autor abordado é referência na área estudada, trazendo um conteúdo significativo para pesquisa.
BRASIL. <b>Lei Nº 13. 709 de 14 de agosto de 2018.</b>	Esta lei trata a respeito da proteção dos dados pessoais, onde os mesmos podem ser infligidos através de crimes no comércio eletrônico.

Fonte: Autoria Própria, 2020.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

#### 3.1 A origem do direito do consumidor e a sua manifestação no cenário jurídico brasileiro.

Historicamente, é notável que com o avanço da humanidade, surgiram diversos conflitos entre as pessoas em sociedade. Em decorrência destes litígios iniciais, normas foram estabelecidas a fim de resolvê-los. Consequentemente surge um fenômeno chamado Direito, cuja denominação é dita por Sergio Martins (2017, p. 24) como “Conjunto de princípios, de regras e de instituições destinadas a regular a vida humana em sociedade”. Em acordo com o autor, o Direito transcende como uma ferramenta que tem como função regulamentar à vida das pessoas em sociedade. Deve-se levar em consideração o vocábulo “conjunto”, pois o mesmo demonstra as diversas ramificações existentes no termo. Há várias classificações do direito, dentre elas: O Direito do Consumidor.

De acordo com Vitor Guglinski (2013), a proteção do consumidor teve seus primeiros sinais de manifestação no antigo Egito. De acordo com as questões estéticas, religiosas, de saúde, os egípcios tinham a cultura de pintar o corpo com alguns produtos. Diante disso já era possível perceber as disputas entre os comerciantes, criando assim, competitividade na hora de comercializar o produto com qualidade para atender as exigências dos consumidores da época.

Outro fator de grande relevância na história a tratar das primeiras demonstrações de tutela nas relações consumeristas, é o código de Hamurabi. Segundo Pedro Andrade (2016):

As leis trataram das primeiras preocupações com os direitos humanos, pois, teriam sido criadas com o intuito de “proteger” os mais fracos dos mais fortes, instituir a justiça como forma de firmar a segurança e a garantia dos direitos e responsabilidades, além de propiciar o bem-estar do povo. (ANDRADE, 2016).

Desde as sociedades mais antigas, vê-se a preocupação em proteger as pessoas, pois as questões de fragilidade sempre existiram nas relações entre os seres humanos. Ademais, as imposições por justiça surgem nos períodos mais remotos da história para garantir condições de segurança e também direitos e deveres do homem, como também, o bem estar da coletividade. Além disso, mesmo em um dos mais antigos textos legais, existe a presença da responsabilidade objetiva, atualmente consagrada como Código de Defesa do Consumidor.

Para Filho (2014, p. 2) com o advento da revolução industrial, a complexidade tecnológica presente nas sociedades aumentou quase que infinitamente a capacidade de produção das indústrias, através de novos modelos a produção passou a ser em massa, para assim, conseguir atender as emergentes demandas vindas da incessante expansão demográfica. Com esse novo sistema de produção, mudou-se também todo um processo de distribuição de produtos, onde antes eram feitos pelos colaboradores, naquele momento começou a ser distribuído em grandes quantidades por mega-atacadistas, ao contrário de quando era o próprio fabricante que era responsável pelo fornecimento da mercadoria. Daí então, os comerciantes e consumidores passaram adquirir os produtos fechados, sem conhecimento real do produto.

No final do século XIX e início do século XX, inauguraram-se os movimentos basilares na busca por direitos do consumidor em países marcados pela desenvoltura industrial, especialmente nos Estados Unidos. Segundo João Corrêa (2000):

Para identificar os fabricantes que respeitavam seus trabalhadores, a NCL fornecia etiquetas que eram afixadas nos vestuários e preparava uma "lista branca" com o nome das lojas que os consumidores deveriam prestigiar por adotar a filosofia da entidade. (CORRÊA, 2000).

Em Nova York, Josephie Lowell foi o fundador da New York Consumers Legue, uma liga de consumidores que tinha por finalidade o enfrentamento pelas melhorias das condições de trabalho e contra os abusos no trabalho da mão de obra feminina frente às indústrias e no comércio. A associação criava “listas brancas” onde continha os nomes de produtos e mercadores feitos por empresas que se preocupavam com a qualidade de vida das pessoas e a proteção dos direitos humanos. Todavia, o reconhecimento de que o consumidor é um indivíduo de direitos singulares protegidos pelo Estado, surgiu apenas na década de 1960 com o início da revolta dos americanos em virtude das mortes ocasionadas pelas complicações do Ford Pinto. Segundo Filho (2014, p. 5) apud Kennedy (1962):

Consumidores, por definição, somos todos nós. Os consumidores são o maior grupo econômico na economia, afetando e sendo afetado por quase todas as decisões econômicas, públicas e privadas [...]. Mas são o único grupo importante da economia não eficazmente organizado e cujos posicionamentos quase nunca são ouvidos. (FILHO, 2014, p.5, apud KENNEDY, 1962).

Assim, partindo-se do pretexto de que os consumidores são o grupo econômico mais importante das sociedades e o único não verdadeiramente organizado, a defesa dos consumidores começava ser consideradas nas relações econômicas, vista que os empresários e as indústrias ofereciam oportunidades de trabalho, no entanto são os consumidores que garantem tal oportunidade, por ser a liga mais forte da economia mesmo sendo considerada a mais vulnerável.

Dessa maneira, o cenário histórico- social, em face do progresso tecnológico dos métodos produtivos, começou a busca por legislaturas modernas, que protegessem não apenas os direitos do consumidor, mas também, que houvesse punições rigorosas em virtude do desrespeito aos direitos específicos em favor do contratante. É justamente nesse contexto que se desenvolve concretamente a percepção de proteção ao consumidor, parte considerada vulnerável nas relações de consumo, em posição indiscutível de inferioridade sob a perspectiva dos grupos econômicos, através da legalização desse amparo conforme os poderes do Legislativo, Executivo e Judiciário. (NISHIYAMA, 2010, P. 22).

A origem de uma codificação de proteção ao consumidor no Brasil não se manifestou eventualmente e muito menos através de uma despreziosa lei ordinária. Ela se deu em virtude dos diversos movimentos consumeristas no mundo e no Estado brasileiro, com os descasos ocorridos em face dos consumidores; parte mais vulnerável nas relações de consumo. De acordo com a Constituição Federal de 1988, em seu art. 5, XXXII:

(...)

Art. 5º- Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no país a inviolabilidade do direito à vida, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

XXXII- O Estado promoverá, na forma de lei, a defesa do consumidor.

(...)

Conforme o dispositivo constitucional, para proteger à vida, à igualdade e à segurança das pessoas, o Estado promoveria através de uma lei, a defesa do consumidor. Diante disso, vê-se que a proteção do consumidor é um direito previsto constitucionalmente no Brasil, sendo essa atividade obrigatória e não facultativa para o Estado. Além disso, ainda em seu artigo 170, inciso V, defende como princípio de ordem econômica a defesa do consumidor. Segundo Ministério da Justiça (2018):

Assim, em 11 de setembro de 1990, por meio da Lei nº 8.078/90, surgiu o Código de Defesa do Consumidor, que assegura o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor e estabelece a boa-fé como princípio basilar das relações de consumo. (BRASIL, 2018)

Após a promulgação da constituição Federal de 1988, foi dado um período de 120 dias para criação de uma lei que tivesse a função de proteger o consumidor das práticas abusivas nas relações de consumo. Cujas leis nº 8.078/90, o atual Código de Defesa do Consumidor, que tem como base o princípio da vulnerabilidade para sua criação.

O Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (2018) diz que o código de defesa do consumidor é uma lei que permeia as correlações consumeristas em todos os campos: Civil; para estabelecer compromissos e

elementos para correção de vícios ocasionados. Administrativo; determina mecanismos para o Estado atuar nas relações de consumo e penal; cria punição para as infrações cometidas.

Diante ao exposto, é importante dizer que essa relação de consumo se dar em torno dos consumidores e fornecedores. O CDC (2012, p.13) dispõe em seus artigos 2º e 3º os seguintes conceitos:

(...)

Art. 2º- Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Art. 3º- Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§ 1º- Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º- Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista. (CDC, 2012, p. 13).

(...)

Em virtude dos conceitos citados acima, pode-se dizer que nessa relação de consumo existe um elo que interliga ambos os sujeitos, os produtos ou serviços. Daí então surge uma relação jurídica entre as partes juntamente com a ligação entre a oferta e a demanda. A função do CDC não é somente proteger o consumidor, mas também trazer igualdade e equilíbrio nas relações de consumo mediante todos nesse processo.

Dessa forma, o Código de Defesa do Consumidor, manifesta-se como uma ferramenta incontestável de força revolucionária da teoria dos contratos, uma vez que é uma idealização social em face do contrato. Na qual, o anseio das partes não é o único fundamento de obrigação, entretanto, especialmente os princípios constitucionais que mudam para o direito privado e criam uma nova abordagem interpretativa sob uma perspectiva contemporânea.

### 3.2 A Internet e o Comércio Eletrônico

Com o desenvolvimento das sociedades, em especial após a segunda guerra mundial e a revolução industrial, surgiram avalanches de mecanismos tecnológicos capazes de facilitar o cotidiano das pessoas diante as sociedades. Dentre tantos elementos, pode-se citar a internet como fator de comunicação e ferramenta de ligação entre as pessoas no mundo virtual de forma universal.

Segundo Neves (2014, p. 154) o progresso e a ampliação da internet são dados previstos. O desenvolvimento tecnológico e o interesse da sociedade pela viabilização ágil aos diversos meios de serviços e bens materiais que conduzem os fornecedores a ampliar suas perspectivas, incorporando-se em uma liga de aparelhos eletrônicos interligados mundialmente. Onde se navegam milhões de usuários.

Diante da sociedade contemporânea, a internet oferece uma multiplicidade de serviços. Para Helton Gomes (2017) “O Brasil fechou 2016 com 116 milhões de pessoas conectadas à internet, o equivalente a 64,7% da população com idade acima de 10 anos”. Conforme os dados do autor, o quantitativo de usuários online é um número bastante considerável, levando-se em conta que abrange uma diversidade de usuários. Além disso,

boa parte dos serviços virtuais está relacionada às vantagens comerciais existentes nesse meio que acabam levando os consumidores a adquirirem esses serviços pelas vantagens que deles decorrem.

Segundo Isabela Rinaldi (2013, p. 1) apud Araújo, Oliveira e Scanduzzi (2010, p. 182), a internet transformou inteiramente a maneira de fazer negócios. Anteriormente ao surgimento dessa grande ferramenta, as comercializações eram apenas feitas apenas com a presença direta entre consumidores e fornecedores, de comércio para comércio. O consumidor para obter informações sobre a oferta, precisava se deslocar fisicamente até o local de venda, o desenvolvimento tecnológico e o baixo custo vêm permitindo uma ligação global. Além disso, possibilita as partes envolvidas na relação de consumo adquirir informações inteiramente pela internet.

Conforme o pensamento de Teixeira (2015, p. 23), o comércio eletrônico pode ser entendido como um conjunto de atividades mercantis através de ferramentas eletrônicas, onde são realizadas as transações de compra e venda ou prestação de serviços. Levando-se em consideração assistência de instrumentos e sistemas de informática, através dos quais seja possível a concretização da negociação, como também sua finalização e a consumação do contrato, quando estiver em face de bens intangíveis.

O comércio eletrônico está mais presente no cotidiano das pessoas do que elas próprias imaginam, ele deixou de ser apenas um segmento e passou a ser uma prática demasiada na sociedade contemporânea. É inegável que esse ambiente de comércio apresenta positividade para quem deseja entrar nessa linha, principalmente para quem não possuem entendimentos técnicos e não tem condições financeiras para aplicar na evolução do negócio. (SILVA; ALMEIDA; MARTINS, 2017, p. 21).

Todavia, não são apenas essas peculiaridades do E-commerce que induzem gradualmente os compradores, percebe-se o interesse pela disponibilidade contínua nas negociações, sendo 24 horas por dia e sem barreiras temporais e geográficas. Além disso, a tecnologia possibilita o acesso mundial dos consumidores e fornecedores, como também, uma diversidade significativa de produtos e serviços evidenciados em uma única plataforma digital. Desse modo reduz tempo e custo na realização das transações. (SILVA; PEREIRA; FERREIRA, 2015, p.26).

No entanto, essa atividade mesmo tendo suas vantagens incontestáveis também apresenta seus riscos, segundo Rodrigo Castro (2016):

Quando se fala em fraudes no e-commerce, que é a maior causa de fechamento de lojas que atuam nessa modalidade de venda, o ambiente virtual é o tema comum, com destaque à invasão das lojas de comércio eletrônico para roubo de dados, ataques para indisponibilidade do site, sequestro de banco de dados e fraudes nos meios de pagamento – com foco no cartão de crédito. (CASTRO, 2016).

Assim, é notável que até mesmo este ramo de negociações não está livre dos ataques fraudulentos ocorridos na esfera consumerista, sendo este um dos principais motivos para o fechamento de diversas lojas. Além disso, pode-se dizer que tanto os fornecedores como consumidores estão sujeitos a essas práticas ilegais, interferindo na privacidade destes. Todavia, é importante reiterar que o consumidor internauta é o principal sujeito vulnerável nas relações de consumo celebradas pela internet através de equipamentos eletrônicos que são os mecanismos alvos para práticas dos crimes cometidos online.

### 3.3 O princípio da vulnerabilidade do consumidor em face dos contratos eletrônicos

A interferência tecnológica na desenvoltura da humanidade tem causado discussões em torno da esfera jurídica, em especial pelas práticas abusivas direcionadas aos consumidores. A sociedade contemporânea é marcada por uma evolução incontrolável em termos de tecnologia e informação, em proporção universal. Porém, a realidade de tornar a aproximação entre fornecedores e consumidores mais fácil, não quer dizer que isso seja algo totalmente esperado, caso seja observado às atitudes em descrédito com o consumidor.

Para Filho (2014, p. 8), o princípio da vulnerabilidade é a condição primordial para concepção de consumidor, está no aparecimento da tutela do consumidor; é a estrutura que sustenta todo o pensamento. Compreende as inexistências de igualdade nas relações consumeristas. As regras são elaboradas e organizadas de acordo a noção da tutela do indivíduo; o consumidor, por se tratar da parte mais frágil. O código de defesa do consumidor é uma ferramenta muito sólida, e este apenas se encontra em vigor por causa das fragilidades presentes nas relações de consumo.

O âmbito virtual é um espaço muito criativo para expansão das mais diversas formas de estratégias de marketing criadas para atrair os consumidores, a fragilidade destes é prevista enquanto pessoas físicas como insuficiente na hora de provar os crimes cometidos e encontra-se em desequilíbrio com os fornecedores. A vulnerabilidade é a base principiológica para criação da tutela do consumidor, no entanto ela não pode ser confundida com hipossuficiência; que é quando o consumidor encontra-se em estado de descrédito na relação de consumo para provar sua inocência.

Em acordo com o pensamento de Rizzatto Nunes (2019, p. 76), o entendimento científico da produção ou do provimento de serviços advém dos fornecedores. Logo, estes podem influenciar na escolha do consumidor devido sua incapacidade de informações técnicas. No entanto, concerne ao usuário a decisão de tomar para si ou não a opinião do fornecedor. Desse modo, o reconhecimento de fragilidade nas relações de consumo é o motivo primordial para criação de uma legislação que defenda os direitos dos consumidores.

Com a finalidade de compreender a definição de contrato eletrônico e a defesa do consumidor em face destes, é essencial primeiramente entender o conceito de contrato. Segundo Orlando Gomes (2008, p. 13):

Contrato é negócio jurídico bilateral, ou plurilateral, que sujeita as partes à observância de conduta idônea à satisfação dos interesses que regularam os contratos eletrônicos são incluídos na categoria de contratos atípicos e de forma livre não obstante o seu conteúdo pode estar disciplinado em lei como, por exemplo, a compra e venda ou a locação. (GOMES, 2008, p. 13)

Desse modo, tal definição também é entendida nos contratos eletrônicos, assim é importante evidenciar a distinção entre contrato comum e contrato eletrônico. Nessa mesma linha de pensamento, pode-se dizer que a contratação eletrônica é realizada diante do ambiente comercialmente virtual, sendo esta peculiaridade de suma relevância para legislação civil brasileira. Contemporaneamente, as contratações eletrônicas crescem de maneira excedida, são numerosas as negociações eletrônicas em torno de um período de 24 horas, em razão da venda ocorrer de forma direta para o contratante. Assim em face do crescimento exorbitante no E-



commerce é necessário à criação de legislações e normatizações que regularizem tal contrato, visto que no Brasil não existe uma lei específica, mas sim, uma conexão com o Direito do Consumidor. (PAIM, 2014).

Conforme reza Claudia Lima Marques (2004, p. 16), é visível e concreto que o distanciamento físico, a intangibilidade do ambiente eletrônico e a universalidade da provável transição, impossibilitam o êxito da utilização de ferramentas convencionais de amparo ao consumidor. Sejam elas a garantia de informações claras e verídicas em face do produto ou serviço, o direito de reconsideração da compra, garantia legal da aquisição ou até mesmo a proteção de dados pessoais do contratante.

As facilidades que decorrem do comércio eletrônico não excluem os riscos que dele advém em face do consumidor. Conviver em uma sociedade marcada pela tecnologia e informação tem sido um grande desafio, ainda mais com as inseguranças presentes nas relações de consumo pela internet. A globalização tem gerado uma competitividade incontrolável no mundo dos negócios e a tecnologia facilita tal ação, empresas novas utilizam os mais diversos artifícios para conseguir chamar a atenção do consumidor para estar frente às outras empresas mais estabilizadas no mercado. Diante desse ponto, é preciso um estudo aprofundado dessas relações e proteção do consumidor, pois em face de tudo isso, ele é a parte mais prejudicada em termos de concorrência desleal. (FINKELSTEIN, 2010, p. 36).

### **3.4 A proteção do consumidor frente às legislações e penalidade aplicadas nas relações de consumo pelo comércio eletrônico.**

Como visto anteriormente, a proteção do consumidor teve seus primeiros sinais de manifestações nos mais remotos períodos da história. Ademais, o código de Hamurabi é um grande exemplo dos mais antigos textos legais aplicado nas relações consumeristas. Depois da segunda guerra mundial e revolução industrial, a sociedade passou e passa por significativo desenvolvimento, em especial no âmbito tecnológico.

Desse modo, o mercado tradicionalista precisou evoluir de acordo com esse desenvolvimento, vista as exigências dos consumidores que buscavam mais praticidade. O comércio eletrônico tem facilitado essa demanda por agilidade nas questões de vendas, no entanto, um simples clique na tela de um computador ou celular pode causar uma imensa dor de cabeça aos consumidores. Segundo Fábio Ulhôa Coelho (2015, p. 32):

A venda de produtos (virtuais ou físicos) ou a prestação de serviços realizada em estabelecimento virtual. A oferta e o contrato são feitos por transmissão e recepção eletrônica de dados. O comércio eletrônico pode realizar-se através da rede mundial de computadores (comércio internáutico) ou fora dela. (COELHO, 2015, p. 32).

A comercialização de produtos ou o fornecimento de serviços em meio virtual, exige a coleta de dados dos consumidores, onde na maioria das vezes são cometidos crimes contra a privacidade destes. De acordo com o pensamento de Merlo e Ceribele (2014, p. 198) “Especificamente, a privacidade está relacionada com a proteção de dados pessoais dos consumidores, tais como e-mail, CPF, RG etc., enquanto a segurança está relacionada com a proteção dos dados, tais como número, código de segurança e a senha do cartão de crédito”. A privacidade do consumidor é um direito garantido constitucionalmente no Brasil, pois na constituição federal de 1988, em seu art. 5º, inciso X, diz que:

(...)

Art. 5º. Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

(...)

X - São invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;

(...)

Conforme o texto constitucional está descrito o direito de não violação da intimidade, privacidade e a imagem das pessoas em qualquer ambiente seja ele virtual ou não. E ainda assim, assegura que quando ocorrerem tais crimes, os responsáveis pelos crimes devem ser punidos e os vícios ocasionados às vítimas devem ser corrigidos tanto por dano moral ou material. Seguindo esta mesma linha de raciocínio, a Lei Nº 13.709 de 14 de agosto de 2018 disponibiliza em seu 7º art., os seguintes termos sobre a proteção de dados pessoais:

(...)

Art. 7º O tratamento de dados pessoais somente poderá ser realizado nas seguintes hipóteses:

I - mediante o fornecimento de consentimento pelo titular;

II - para o cumprimento de obrigação legal ou regulatória pelo controlador;

III - pela administração pública, para o tratamento e uso compartilhado de dados necessários à execução de políticas públicas previstas em leis e regulamentos ou respaldadas em contratos, convênios ou instrumentos congêneres, observadas as disposições do Capítulo IV desta Lei;

IV - para a realização de estudos por órgão de pesquisa, garantida, sempre que possível, a anonimização dos dados pessoais;

V - quando necessário para a execução de contrato ou de procedimentos preliminares relacionados a contrato do qual seja parte o titular, a pedido do titular dos dados;

VI - para o exercício regular de direitos em processo judicial, administrativo ou arbitral.

VII - para a proteção da vida ou da incolumidade física do titular ou de terceiro;

VIII - para a tutela da saúde, exclusivamente, em procedimento realizado por profissionais de saúde, serviços de saúde ou autoridade sanitária;

IX - quando necessário para atender aos interesses legítimos do controlador ou de terceiro, exceto no caso de prevalecerem direitos e liberdades fundamentais do titular que exijam a proteção dos dados pessoais; ou

X - para a proteção do crédito, inclusive quanto ao disposto na legislação pertinente. (BRASIL, 2018).

(...)

Do mesmo modo, o vigente código Civil de 2002, também traz em seu contexto os seguintes artigos:

(...)

Art. 186. Aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito.

Art. 187. Também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa fé ou pelos bons costumes.

(...)

Art. 927. Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo.

Parágrafo único. Haverá obrigação de reparar o dano, independentemente de culpa, nos casos especificados em lei, ou quando a atividade normalmente desenvolvida pelo autor do dano implicar, por sua natureza, risco para os direitos de outrem.

(...)

Conforme o contexto apresentado começa-se a ver o aparecimento da responsabilidade objetiva que foi adquirida pelo Código de defesa do consumidor, cujo pensamento obriga os responsáveis por danos causados aos consumidores serem punidos e assumam suas responsabilidades, mesmo sem a existência de culpa. São inúmeras as práticas abusivas aplicadas aos consumidores internautas como do setor off-line, levando-se isso

em consideração pode-se citar a publicidade que em algumas vezes está vinculada a mecanismo que podem causar danos aos usuários dos produtos. O código de defesa do consumidor em seu art. 35, diz que:

Art. 35. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores. (BRASIL, CDC, 2012).

As informações destinadas aos consumidores devem ser as mais claras e verdadeiras possíveis a respeito dos produtos ou serviços ofertados, sem que a falta destas possam causar danos contra sua segurança ou que venho cometer algum vício para si. Para reforçar a proteção do consumidor no comércio eletrônico, a Ex.<sup>a</sup>-Presidente da República Dilma Rousseff divulgou no dia 15 de março de 2013 o Decreto Federal nº 7.963/2013, determinando normas próprias destinadas às contratações desse meio. Sendo esta, uma forma de atualizar os mecanismos de proteção ao consumidor online. Conforme o Decreto Federal nº 7.963/2013:

Art. 2º - Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para oferta ou conclusão de contrato de consumo devem disponibilizar, em local de destaque e de fácil visualização, as seguintes informações:

- I - nome empresarial e número de inscrição do fornecedor, quando houver, no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda;
- II - endereço físico e eletrônico, e demais informações necessárias para sua localização e contato;
- III - características essenciais do produto ou do serviço, incluídos os riscos à saúde e à segurança dos consumidores;
- IV - discriminação, no preço, de quaisquer despesas adicionais ou acessórias, tais como as de entrega ou seguros;
- V - condições integrais da oferta, incluídas modalidades de pagamento, disponibilidade, forma e prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto;
- VI - informações claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições à fruição da oferta.

Diante dessa mesma linha, o presente decreto vem auxiliar de maneira simbólica a assegurar os direitos consumeristas na esfera online, de forma que os fornecedores deverão conservar a eficiência e eficácia no comércio eletrônico, que favoreça aos usuários a solução de procura por informações, dúvidas, reclamações e cancelamentos de contratos. No art. 56 do código de defesa do consumidor (2012) constam que:

Art. 56 - As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

- I - multa; II - apreensão do produto;
- III - inutilização do produto;
- IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- V - proibição de fabricação do produto;
- VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- VII - suspensão temporária de atividade;
- VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
- IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
- X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
- XI - intervenção administrativa;
- XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo. (BRASIL, CDC, 2012)

No entanto, apesar da existência de legislações que tratam da tutela dos consumidores internautas, ainda se espera a criação de novos mecanismos que protejam os consumidores. Pois mesmos com todas essas normas ainda ocorrem práticas abusivas tanto âmbito online como off-line. Assim, o que se nota é que as sugestões jurídicas do legislador brasileiro apesar de serem múltiplas, não conseguem chegar a um consenso

comum, de forma a suprir as vontades dos consumidores por legislações seguras e que levem em consideração os aspectos tecnológicos e jurídicos presentes na relação de consumo apontados no comércio eletrônico.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente estudo buscou analisar a proteção do consumidor através de legislações decorrentes das relações de consumo celebradas pelo comércio eletrônico. Foi percorrido a respeito da evolução do direito do consumidor desde os seus mais remotos manifestos na história, para assim, compreender a linha cronológica de tutela do consumidor que ancorado no desenvolvimento das sociedades e das grandes revoluções históricas, evoluiu devido às demandas por justiça em um âmbito jurídico. Viu-se a preocupação em elaborar legislações capazes de suprir essa procura, em especial com os abusos cometidos na área consumerista.

Desse modo, a pesquisa buscou compreender o E-commerce paralelamente as garantias legais aos consumidores. Em virtude de não existirem tantas normas específicas para o comércio eletrônico, o consumidor se vê protegido por regulamentos jurídicos mencionados no texto constitucional, no Código de Defesa do Consumidor e no Decreto nº 13.962/2013. Como também, possui uma conexão de tutela com o vigente Código Civil e a Lei Nº 13.709 de 14 de agosto de 2018; que trata a respeito da proteção de dados pessoais.

Torna-se incontestável a relevância dessas normas, visto que a internet e o comércio eletrônico tornaram-se uma área comercial profundamente extensiva e com um desenvolvimento contínuo. Dessa forma, é possível dizer que o comércio eletrônico não possui tantas distinções do comércio tradicional, que é realizado de maneira presencial, uma vez que os mecanismos que constituem e caracterizam se mantêm inalteráveis. Assim, compreende-se que os elementos das relações de consumo no e-commerce são os mesmos do mercado tradicional, sendo eles fornecedor, consumidor e a aquisição de bens ou serviços. Sendo que a distinção está na maneira de negociação e compra dos produtos ou serviços, entretanto, a relação e as garantias de proteção legal são quase as mesmas estabelecidas.

O desenvolvimento do comércio eletrônico, se, por um lado, ocasionou incalculáveis vantagens para os sujeitos da relação de consumo; por outro lado, amplificou a vulnerabilidade do consumidor. Sendo que a realização da compra encontra-se de forma não presencial e o consumidor não possui contato direto com o produto. Logo, torna-se primordial a criação de legislações que, concretamente, ampliem o amparo do consumidor no comércio eletrônico. Ressalta-se, assim, a importância do conteúdo abordado nesta pesquisa em torno das discussões jurídicas na contemporaneidade, sendo de extrema relevância os debates em face das novas tecnologias, as inovações em forma de consumo, e as consequências dessas mudanças para sociedade contemporânea.

## **REFERÊNCIAS**

ALMEIDA, João Batista. **Manual de Direito do Consumidor**. 6ª ed. São Paulo: Saraiva 2015.

ANDRADE, Pedro Gabriel dos Santos. **O Código de Hamurabi e as Relações com o Direito Contemporâneo**. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/49122/o-codigo-de-hamurabi-e-as-relacoes-com-o-direito-contemporaneo-no-que-concerne-aos-homicidios-e-suas-penas>. Acesso em: 10 de setembro de 2020.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Institui a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 14 de agosto de 2018. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato20152018/2018/lei/L13709compilado.htm#:~:text=Art,da%20personalidade%20da%20pessoa%20natural](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato20152018/2018/lei/L13709compilado.htm#:~:text=Art,da%20personalidade%20da%20pessoa%20natural). Acesso em 20 de setembro de 2020.

BRASIL. **Lei n. 10.406, 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 11 jan. 2002. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10406compilada.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406compilada.htm). Acesso em: 20 de setembro de 2020.

BRASIL. **Decreto Federal nº 7.962 de 2013**. Regulamenta a Lei no 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. Senado Federal. Brasília. Disponível em: [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). Acesso em: 20 de setembro de 2020.

BRASIL. **Código de Proteção e Defesa do Consumidor (1990)**. Código de proteção e defesa do consumidor e legislação correlata. – 5. ed. – Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2012. 106 p. Disponível em: <https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/496457/000970346.pdf>. Acesso em: 12 de setembro de 2020.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/ConstituicaoCompilado](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado). Acesso em: 12 de setembro de 2020.

BRASIL. Ministério da Justiça. **A Defesa do Consumidor no Brasil**. Disponível em: <http://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/a-defesa-do-consumidor-no-brasil>. Acesso em: 12 de setembro de 2020.

CASTRO, Rodrigo. **Gestão de riscos no varejo eletrônico: muito além da Proteção do ambiente virtual**. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/gestao-de-riscos-no-varejo-eletronico-muito-alem-da-protecao-do-ambiente-virtual/>. Acesso em 19 de setembro de 2020.

COELHO, F.U. **Curso de direito comercial: direito de empresa**. 10ª. Ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2015.

FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis. **Direito do Comércio Eletrônico**. 1º ed. São Paulo: forense, 2010.

FILHO, Sergio Cavaliere. **Programa de Direito do Consumidor**. 4º ed. São Paulo: Atlas, 2014.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. Atlas, São Paulo, 2008, p. 47.

GOMES, Helton Simões. **Brasil tem 116 milhões de pessoas conectadas à internet**. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/brasil-tem-116-milhoes-de-pessoas-conectadas-a-internet-diz-ibge.ghtml>. Acesso em: 16 de outubro de 2020.

GOMES, Laíz Duran. **O comércio eletrônico e o amparo do consumidor no direito brasileiro**. Disponível em: <http://www.conteudojuridico.com.br/artigo,o-comercio-eletronico-e-o-amparo-do-consumidor-no-direito-brasileiro,590805.html>. Acesso em: 20 de novembro de 2018.

GOMES, O. **Contratos**. 26ª. Ed. atual. De acordo com o Código Civil de 2002, por Antônio Junqueira de Azevedo e Francisco de Paulo de Crescenzo Marino. Rio de Janeiro: Forense, 2008. Vl. 3, p. 11.

GUGLINSKI, Vitor. **Breve histórico do Direito do Consumidor e origens do CDC**. Disponível em: <https://vitorgug.jusbrasil.com.br/artigos/112106596/breve-historico-do-direito-do-consumidor-e-origens-do-cdc>. Acesso em: 12 de setembro de 2020.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, Marina A. **Metodologia Científica**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MARQUES, Cláudia Lima. **Confiança no Comércio Eletrônico e a Proteção do Consumidor: um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

MERLO, Edgard Monforte; CERIBELI, Harrison B. **Comportamento do consumidor**. 1ºed. Rio de Janeiro: LTC, 2014.

NEVES, Thiago Ferreira Cardoso. Comércio Eletrônico e o Direito do Consumidor. **Rev. EMERJ**, Rio de Janeiro, v.17, nº 64, p. 154- 163, Abril de 2014.

NISHIYAMA, Adolfo Mamoru. **A proteção constitucional do consumidor**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2010.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 13. Ed. São Paulo: Saraiva, 2019.

PAIM, Eline Luque Teixeira. **O Princípio da Justiça Contratual**. Disponível em: <http://www.conteudojuridico.com.br/consulta/Artigos/41416/o-principio-da-justicacontratual>. Acesso em: 25 de setembro de 2020.

RINALDI, Isabela Macedo. **E- Commerce: perspectivas e o cenário brasileiro**. **Revista Especialize On- line IPOG**, Goiânia, 6ªEd, nº 006, v.01, Dezembro de 2013.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Cortez, 2007

SILVA, Alice Marinho Corrêa da; ALMEIDA, Mariana Quintanilha de; MARTINS, Vitor Teixeira Pereira. **Computação, Comércio Eletrônico e Prestação de Serviços Digitais**. São Paulo: Almedina, 2017.

SILVA, Daiane Aparecida Souza; PEREIRA, Michele Moraes Oliveira; FERREIRA, Michelle Cristina. Terceira Idade e Tecnologia: Um Estudo sobre a Utilização da Internet e do Comércio Eletrônico. **Revista Brasileira de Gestão e Engenharia** – ISSN 2237-1664 São Gotardo/MG, n. XII, p. 61-87, jul-dez. 2015.

TEIXEIRA, Tarcísio. **Comércio Eletrônico: conforme o marco civil da internet e a regulamentação do e- commerce no Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2015.

**Recebido em: 10 de maio de 2022**

**Avaliado em: 15 de maio de 2022**

**Aceito em: 25 de junho de 2022**

<sup>1</sup> Graduada em Administração de Empresas pelo Centro de Ensino Superior do Vale do São Francisco- CESVASF

<sup>2</sup> Bacharel em Direito pela Faculdade de Ciências Humanas e Exatas do Sertão do São Francisco – FACESF; Especialista em Direito Público; Advogado; Professor Substituto do Centro de Ensino Superior do Vale do São Francisco - CESVASF.