



**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE
GOIÁS PRÓ - REITORIA DE GRADUAÇÃO
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E
COMUNICAÇÃO COORDENAÇÃO DO CURSO DE
DIREITO
NÚCLEO DE PRÁTICA JURÍDICA
ARTIGO CIENTÍFICO**

DIREITO DO CONSUMIDOR NAS COMPRAS PELA INTERNET

ORIENTANDO - KEVERSON FILIPE OLIVEIRA DE SÁ
ORIENTADORA- PROF^a MS. GABRIELA PUGLIESI FURTADO CALACA

GOIÂNIA-GO

2023

KEVERSON FILIPE OLIVEIRA DE SÁ

**DIREITO DO CONSUMIDOR NAS COMPRAS PELA
INTERNET**

Artigo Científico apresentado à disciplina Trabalho de Curso II, da Escola de Direito , Negócios e Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC-GOIÁS). Prof^ª. Orientadora - Ms. Gabriela Pugliesi Furtado Calaca.

GOIÂNIA-GO
2023

KEVERSON FILIPE OLIVEIRA DE SÁ

DIREITO DO CONSUMIDOR NAS COMPRAS PELA INTERNET

Data da Defesa: ____ de _____ de 2023

BANCA EXAMINADORA

Orientadora - Ms. Gabriela Pugliesi Furtado Calaca. Nota:

Examinador Convidado. Nota:

SUMÁRIO

RESUMO.....	3
INTRODUÇÃO.....	4
1. BREVE HISTÓRICO DA REGULAMENTAÇÃO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO.....	5
1.1 CONTEXTO HISTÓRICO DAS RELAÇÕES DE CONSUMO E PARADIGMAS DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS NO COMÉRCIO ELETRÔNICO.....	5
1.2 CONTEXTO HISTÓRICO DA INTERNET NO BRASIL E O COMÉRCIO ELETRÔNICO.....	8
1.3 DIREITO DE ARREPENDIMENTO COMO FORMA DE PRESERVAR OS DIREITOS FUNDAMENTAIS DO INDIVÍDUO NAS COMPRAS PELA INTERNET.....	10
2. CRIMES VIRTUAIS RELACIONADOS AO CONSUMO.....	11
2.1 PRINCIPAIS FATORES DE EXPOSIÇÃO GOLPES.....	11
2.2 PREVISÕES PENAS EM CRIMES DE CONSUMO.....	13
3. NOVAS LEIS QUE ALCANÇAM O COMÉRCIO ELETRÔNICO.....	16
3.1 O DIREITO COMPARADO.....	16
CONCLUSÃO.....	18

RESUMO

O presente artigo científico tem como temática centrada no Direito do consumidor em relação ao consumo realizado pela internet, o conhecido “*e-commerce*” em todas as suas formas. Uma vez que o Código Nacional do Direito do Consumidor foi criado na década de 90, quando a internet ainda iniciava seus passos para se consolidar como um dos principais mecanismos de comunicação e consumo. Sua atualização ou reinterpretação para que pudesse garantir os preceitos estabelecidos na legislação para o consumidor virtual, passa a ser de grande relevância. A importância de se estabelecer os parâmetros das relações de consumo digital representam preocupação contemporânea de legisladores, juristas e pesquisadores, principalmente pelo fato da recente instauração do costume do consumo digital de forma mais massiva por parte da população em geral, sendo que há alguns anos essa modalidade estava na preferência de poucas pessoas. Este trabalho está devidamente inserido na linha de pesquisa determinada pela PUC-Goiás, a saber: relações privadas, empresarial, idade, propriedade intelectual, e inovação tecnológica, considerando que aborda a temática referente a modalidades de consumo inovadoras, relações de consumo, relações comerciais e comércio eletrônico.

Palavras-chave: Consumo; e-commerce; legislação; proteção; internet.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho traz à tona como é possível que as inovações realizadas na legislação acerca da proteção de dados e da internet, bem como na coibição de golpes em vendas *online* não tenham alcançado todos os limites necessários para garantir a elucidação de vícios em relações de consumo eletrônico.

Ainda se estabelece a hipótese de que a população, em grande parcela, não reconheça seus direitos garantidos dentro do comércio eletrônico.

As atualizações da legislação de defesa do consumidor podem ter alcançado grandes limites, frente às relações de consumo realizadas em ambiente virtual, porém ainda existem lacunas que se inscrevem em parâmetros normatizadores do próprio comércio eletrônico que demandam maior profundidade de abordagem.

As instâncias do poder judiciário têm tratado da temática buscando preencher as lacunas existentes por meio da interpretação da Carta Magna e do CDC.

Por fim, é preciso e possível compreender que a não observação das questões de segurança na internet em relações de consumo esteja inserida em conceitos ligados à certificação daqueles que se dispõem a vender por *ecommerce*. E assim, em caso de fraudes ou problemas oriundos do lado do consumidor, é preciso analisar causas e sua origem antes de criar juízo.

Foi realizado um levantamento bibliográfico tendo como fontes sites e repositórios acadêmicos e fontes jornalísticas oficiais bem como, utilizando-se como descritores de busca os termos: Defesa do Consumidor. Comércio Eletrônico. *Ecommerce*. Relações de consumo.

1. BREVE HISTÓRICO DA REGULAMENTAÇÃO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO

1.1 CONTEXTO HISTÓRICO DAS RELAÇÕES DE CONSUMO E PARADIGMAS DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS NO COMÉRCIO ELETRÔNICO

Apesar do direito de proteção ao consumidor ser um tema atual, o consumo sempre fez parte da narrativa da humanidade. Neste sentido, existem referências, mesmo que indiretamente, sobre a proteção do consumidor, ao longo da história do direito, nas diversas civilizações, como citações relativas ao comprador, construtor, etc. (PERINI JUNIOR, 2003).

O Brasil foi o primeiro país do mundo a sistematizar o Código de Defesa do Consumidor CDC. Visto que o país tinha acabado de implementar a Constituição de 1988 a qual foi considerada como Constituição Cidadã por estabelecer direitos fundamentais ao indivíduo coroados pelo princípio maior do Estado Democrático de Direito – a dignidade da pessoa humana (BENJAMIM, 1992, n.p).

Tendo como base os dispositivos da Constituição Federal da República Federativa do Brasil, os direitos do consumidor passou a se consolidar por meio da implementação de um microsistema que zelava pelas relações de consumo e que se fundamentava em novas normas e princípios jurídicos (BENJAMIM, 1992, n.p).

Assim sendo, diante de um cenário de proteção ao consumidor, também começava a despontar no país relações advindas do mundo virtual, ou seja, da Internet.

Pontua-se que, as ferramentas de tecnologia, informação e comunicação e as inúmeras plataformas digitais possibilitam novas e infintas relações humanas em um espaço denominado como ciberespaço onde existem múltiplas ações advindas de uma cibercultura que acabam por aumentar ainda mais a exposição da imagem dos indivíduos na Internet.

Tal fato faz com que se acenda um alerta por parte do Estado para que este exerça uma tutela no sentido que proteja os interesses dos cidadãos contra iminentes afrontas aos direitos fundamentais do indivíduo que porventura possam ocorrer nos espaços virtuais.

Ademais, os direitos fundamentais dizem respeito aos direitos básicos do indivíduo. Diferente dos direitos humanos que possuem um caráter

supranacional, ou seja, cosmopolita, acima do governo de determinados países, os direitos fundamentais estão previstos e dispostos na Constituição Federal do Brasil de 1988, e conseqüentemente, tratam-se de direitos próprios e específicos aos indivíduos da nação.

De acordo com Sarlet (2015, n.p), os direitos fundamentais possuem significação distinta nos mais diversos ordenamentos estatais nos quais aparecem.

Logo:

(...) nem todas as ordens constitucionais se valem da expressão direitos fundamentais, mas também ocorre que mesmo as que adotaram tal terminologia não contemplam necessariamente, em toda extensão, o mesmo conceito de direitos fundamentais, por mais que possa haver elementos comuns. (SARLET, 2015, n.p)

Assim, ainda segundo o autor mencionado acima, "(...) os direitos fundamentais na condição de direitos constitucionalmente assegurados possuem uma abrangência em parte distinta dos direitos humanos." Desta forma, os direitos fundamentais são moldados à realidade da ordem constitucional a que pertencem, enquanto os direitos humanos possuem uma significação universal (SARLET, 2015, n.p).

Deste modo, para se preservar os direitos fundamentais do indivíduo - principalmente os que estivessem envolvidos em uma relação de consumo – fora instituído o Código Nacional do Direito do Consumidor (CDC) na década de 1990.

Logo, na época em questão, a internet ainda dava os seus primeiros passos para se consolidar como um dos principais mecanismos de comunicação e consumo. Sua atualização ou reinterpretação para que pudesse garantir os preceitos estabelecidos na legislação para o consumidor virtual, passa a ser de grande relevância.

Ademais, é de suma importância que se estabeleça os parâmetros das relações de consumo digital. Tendo em vista que a normatização destas relações tem sido fonte constante de preocupação de legisladores, juristas e pesquisadores.

Assevera-se que a efervescência do comércio digital ocasionou a transformação nos costumes de compra do consumidor. O comércio eletrônico fora potencializado pelas ferramentas de tecnologia, informação e comunicação de forma mais massiva por parte da população em geral, sendo que há alguns anos essa modalidade estava na preferência de poucas pessoas.

Ressalta-se que a positivação dos direitos fundamentais aos indivíduos pela Carta Magna brasileira de 1988 emergiu de um prévio histórico de violação à dignidade humana dos nacionais. Pontua-se como fato determinante de tais violações a Ditadura Militar, período que perdurou de 1964 até 1985 com a liderança de governos militares centralizadores e autoritários. Deste antecedente histórico adveio, de acordo com Sarlet (2015, n.p), a origem da Constituição Federal brasileira de 1988, denominada de constituição cidadã. A Carta Magna atual foi elaborada em um período denominado neoconstitucionalismo no qual o Direito constitucional moderno foi elevado à um novo paradigma de compreensão, interpretação e aplicação

Logo, com a positivação dos direitos fundamentais do indivíduo na Carta Maior de 1988, foram estabelecidos e elencados os direitos que permitem ao indivíduo uma mínima existência digna perante a jurisdição do Estado ao qual coube a competência de proteção de tais direitos.

A Constituição Federal do Brasil de 1988 relacionou em seu texto um amplo leque de direitos fundamentais. No documento em questão, do artigo 5º até o 17º estão expressamente dispostas tais garantias que devem ser asseguradas aos nacionais. Ressalta-se, entretanto, o previsto no parágrafo segundo do artigo 5º da CF/1988 que prevê a possibilidade de adoção de direitos e garantias contidos em outros ordenamentos, como por exemplo os tratados internacionais que o Brasil seja signatário: “Os direitos e garantias expressos nesta Constituição não excluem outros decorrentes do regime e dos princípios por ela adotados, ou dos tratados internacionais em que a República Federativa do Brasil seja parte.” (Art.º 5, § 2º, CF 1988).

Frisa-se que a Constituição Federal de 1988 não apenas elencou amplamente em seu texto os direitos fundamentais dos indivíduos (Título II, Capítulo I, CF/1988) como também dispôs a respeito dos institutos denominados remédios constitucionais. Tais institutos funcionam como ferramentas jurídicas efetivas para a proteção dos direitos fundamentais. Logo, a aplicação deles permite que não haja violação dos direitos fundamentais por autoridades públicas em razão de abuso de poder que estas possam cometer. Pontua-se que a tutela constitucional em favor das liberdades e dignidade dos indivíduos está prevista no artigo 5º da Constituição Federal do Brasil de 1988. Os remédios constitucionais são: habeas corpus, habeas

data, mandado de segurança, ação popular e mandado de injunção. (Art.5º, CF/1988).

No Estado Democrático de Direito deve-se preservar os direitos fundamentais, pois são eles que enaltecem o princípio maior da dignidade da pessoa humana internalizado pela Constituição Federal de 1988 reconhecida como Constituição Cidadã.

Logo, o Estado deve zelar pela tutela dos direitos fundamentais e afastar quaisquer indícios que intentem violá-los. Visto que, desta forma se está preservando a integridade e dignidade da pessoa humana.

As ferramentas de tecnologia, informação e comunicação potencializaram as relações humanas transpostas para um ambiente virtual denominado de ciberespaço no qual infinitas e novas relações emergem a todo momento, sendo o Direito incapaz, por si só, de regulamentar tais relações.

Do mesmo jeito que relações novas são formadas no ambiente on-line também se originam novas maneiras de se violar os direitos humanos dos indivíduos potencializadas pelas ferramentas de tecnologia, informação e comunicação. Deste modo, é preciso que o Estado se faça presente para que o ineditismo de tais relações e afrontas não seja sinônimo de ausência de tutela e regulamentação.

Diante do exposto, Vieira (2010) ensina que a melhor interpretação da aplicação constitucional do artigo 12 do Código de Defesa do Consumidor frente aos riscos de desenvolvimento comporta intensa discussão, porque essa proteção não pode inviabilizar o desenvolvimento da atividade econômica.

Deste modo, o que se deve é encontrar uma harmonização dos princípios fundamentais da dignidade da pessoa humana (CF, art. 1º, III) e dos valores sociais do trabalho e da livre iniciativa (CF, art. 1º, IV) de forma que se resguarde o fundamento da ordem econômica constitucional do Brasil(CF, art. 170, caput).

1.2 CONTEXTO HISTÓRICO DA INTERNET NO BRASIL E O COMÉRCIO ELETRÔNICO

O Marco Civil da Internet instituiu princípios norteadores para o uso da Internet no Brasil. Assim sendo, tal normativo estabeleceu como um de seus princípios basilares a proteção da privacidade dos usuários e de seus dados

personais em conjunto com outros princípios como o da neutralidade da rede e também o da liberdade de expressão, comunicação e manifestação do pensamento.

Neste sentido, o ordenamento em questão estabeleceu para os usuários de Internet no Brasil obrigações do Poder Público em possibilitar melhores práticas na navegação de forma a preservar a estabilidade, segurança e funcionalidade da rede ao mesmo tempo em que possibilite o armazenamento de dados sem que isto fira a liberdade de expressão e as responsabilidades que porventura hão de advir.

Posteriormente ao Marco Civil da Internet, foi instituída a Lei Geral de Proteção de Dados (13.709/19) a qual tem como finalidade proteger os direitos fundamentais de liberdade e privacidade bem como preservar o desenvolvimento livre da personalidade da pessoa natural. Para cumprir com tal objetivo, o ordenamento em questão dispõe a respeito da proteção no tratamento de dados pessoais, o que inclui os dados digitais, tanto de pessoa física como de pessoa jurídica de direito público ou privado.

Assim sendo, mediante ao que foi exposto, pontua-se que os dados disponíveis pelos usuários de Internet merecem ser protegidos com o intuito principal de se proteger o direito à privacidade do indivíduo que constitui um de seus direitos de personalidade. A crescente potencialização e alcance das ferramentas de tecnologia, informação e comunicação existentes, principalmente os denominados algoritmos das redes sociais, mostram-se como potenciais violadores dos direitos em tela.

Deste modo, a Lei Geral de Proteção de Dados que teve como seu precursor o Marco Civil da Internet visa estabelecer parâmetros legais que balizam a proteção dos dados dos usuários sem que estes sejam reféns de um sistema tecnológico que tende a ser abusivo – sem deixar de ser manipulador - no que cerne à utilização de tais dados de maneira não autorizada pelo indivíduo.

Assim sendo, depois de ter se feito um panorama geral da normatização nacional que zela pelas relações do usuário na Internet, destas que advém também a proteção do Estado das relações de consumo existentes no mundo virtual.

1.3 DIREITO DE ARREPENDIMENTO COMO FORMA DE PRESERVAR OS DIREITOS FUNDAMENTAIS DO INDIVÍDUO NAS COMPRAS PELA INTERNET

Um dos pontos que mais se discute a respeito do Direito do Consumidor em relação às compras realizadas pela Internet, se trata do Direito de arrependimento.

O direito de arrependimento está previsto no artigo 49 do CDC e pode acontecer em sete dias quando o consumidor de produto ou serviço realiza a compra fora do estabelecimento comercial. Ou seja, o consumidor que adquiriu um produto impulsionado por uma propaganda e realizou uma compra por telefone, pela Internet, muitas vezes por impulso, pode cancelar a compra que foi efetuada de forma unilateral.

A natureza jurídica de tal instituto jurídico se assemelha a venda a contento e equivale ao comodato, visto que existe uma condição suspensiva em cima do contrato a qual para deixar de existir necessita da satisfação do consumidor com o produto ou serviço, caso contrário, este poderá exercer o seu direito de arrependimento sendo que o fornecedor deverá arcar com todas as despesas advindas da compra – como as postais, por exemplo.

Os direitos formativos podem ser classificados em geradores de relações jurídicas; modificativos de relações jurídicas ou extintivos de relações jurídicas. Durante o prazo de reflexão, o consumidor é proprietário da coisa, caso advenha neste período algum defeito o fornecedor deverá responder, do mesmo modo que o consumidor responde por ser dono da coisa.

Em suma, no direito de arrependimento não existe uma compra e venda a contento, nem comodato, o que existe é uma compra e venda perfeita e acabada, um contrato com eficácia imediata sujeito a um direito formativo extintivo.

2. CRIMES VIRTUAIS RELACIONADOS AO CONSUMO

2.1 PRINCIPAIS FATORES DE EXPOSIÇÃO GOLPES

A facilidade advinda do mercado eletrônico levou com que se aumentasse as compras virtuais realizadas pelos consumidores. Isso também fez com que houvesse a necessidade de regulamentar tais condutas atinentes ao mercado virtual para principalmente preservar os direitos do consumidor.

O alcance do menor preço e da maior praticidade existentes no e-commerce, faz com que ocorra constantemente um aumento gradativo de compras no mercado virtual.

Contudo, tal efervescência de compras virtuais também acarreta o aumento da insegurança, em razão da insuficiência de métodos que assegurem a proteção do usuário. Ou seja, também ocorre neste cenário o aumento de fraudes aplicadas no comércio eletrônico, a qual vem aumentando em maior proporção no próprio mercado eletrônico (SOUZA, 2018).

O aumento da liberdade observou-se pelo fato de os usuários terem como principal motivo para realizar as compras, o menor preço e maior praticidade, os quais impulsionam o mercado eletrônico gerando um aumento gradativo deste mercado anualmente. Por outro lado, é possível verificar uma diminuição de segurança, quando se verifica que o número de fraudes aplicadas no comércio eletrônico, ao longo dos últimos anos, vem aumentando em maior proporção que o próprio mercado eletrônico (SOUZA, 2018).

Nos últimos anos houve grande aumento no número de compras realizadas pela por meios virtuais, conhecidos por e-commerces, surgiu também o risco dos consumidores serem vítimas de golpes. Tendo em vista que este que já é a parte mais vulnerável na relação referida se viu mais desprotegido no meio virtual, onde possui ainda menos domínio facilitando assim a ação de criminosos nesses meios.

Nesse meio existem diversos fatores que facilitam a exposição do consumidor aos golpes, sendo o principal deles a boa-fé, pois acredita que se trata de *sites* confiáveis.

Os golpes mais recorrentes são o de fraude clássica, onde os dados são clonados do cartão de crédito na hora de realizar o pagamento da compra com o preenchimento de dados e assim desviados do comprador final; fraude amigável que ocorre quando o golpista ludibria o proprietário dos dados e utiliza-os como sem intenção e causar prejuízos, podendo ser até mesmo uma pessoa do ciclo de convívio da vítima.

De acordo com pesquisa realizada pelo e-commerce Brasil, houve um aumento de 75% nos casos de golpes da compra confirmada ou fraude clássica, sendo estimado no total, um prejuízo de aproximadamente R\$ 551 milhões de reais em 2022, com liderança da categoria dos eletrônicos e sendo os smartphones os maiores objetos de fraude na compra seguidos dos videogames. (fonte: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/golpe-compra-confirmada-cresce-fraud-es-mercado-digital>)

A maioria dos golpes é aplicada por associações criminosas, que atraem o consumidor de forma perspicaz e artilosa, criando em redes sociais e de comunicação, inúmeras contas falsas e delas se utilizam para realizar propagandas enganosas se aproveitando da fragilidade do público que deseja alcançar.

Todavia, o Código de Defesa do Consumidor, em conjunto com a Lei Geral de Proteção de Dados sob à égide dos preceitos da Constituição Federal, resguarda o consumidor nas relações de consumo que o mesmo realiza através do e-commerce.

Desta maneira, Diniz (2002, p.666) ensina que existem diversas modalidades contratuais que podem ser celebradas de maneira digital. O contrato eletrônico opera-se entre o titular do estabelecimento virtual e o internauta, mediante transmissão eletrônica de dados. É usual no escambo; na cessão de uso; nas operações mobiliárias; nas aplicações financeiras (...); no leasing, na empreitada, na locação de coisa ou de serviço, etc.

Nesse ínterim, houve grande preocupação do legislativo brasileiro em editar normas que enrijecem a punição para esse tipo de crime.

2.2 PREVISÕES PENAIS EM CRIMES DE CONSUMO

Atualmente, o ordenamento jurídico brasileiro prevê punições para os crimes cometidos contra o consumidor, embora haja em tramitação no Senado o Projeto de Lei nº 316/2021 que prevê a redução da pena aplicada a essa conduta ilícita, que se encontra em análise pela Comissão de Constituição e Justiça (CCJ).

Pelo fato do Projeto de Lei supracitado ainda estar em análise e não haver afirmativa de sua aprovação, permanecem em vigor as disposições legais que protegem o consumidor principalmente as elencadas na Lei nº 8.078/90, como os artigos a seguir:

Art. 63. Omitir dizeres ou sinais ostensivos sobre a nocividade ou periculosidade de produtos, nas embalagens, nos invólucros, recipientes ou publicidade. Valendo esta conduta também para aquele que deixar de alertar sobre a periculosidade do serviço a ser prestado.

Art. 64. Deixar de comunicar à autoridade competente e aos consumidores a nocividade ou periculosidade de produtos após sua colocação no mercado, assim como, deixar de retirar o produto.

Art. 65. Executar serviço de alto grau de periculosidade, contrariando determinação de autoridade competente. Com destaque para a possibilidade de aplicação das penas correspondentes ao delito de lesão corporal/morte previstos na Legislação Brasileira.

Art. 66. Fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço ou garantia de produtos ou serviços. Valendo a conduta para quem patrocinar a oferta.

Art. 67. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva.

Art. 68. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança.

Art. 69. Deixar de organizar dados fáticos, técnicos e científicos que dão base à publicidade.

Art. 70. Empregar na reparação de produtos, peça ou componentes de reposição usados, sem autorização do consumidor.

Art. 71. Utilizar, na cobrança de dívidas, de ameaça, coação, constrangimento físico ou moral, afirmações falsas incorretas ou enganosas ou de qualquer outro procedimento que exponha o consumidor, injustificadamente, a ridículo ou interfira com seu trabalho, descanso ou lazer.

Art. 72. Impedir ou dificultar o acesso do consumidor às informações que sobre ele constem em cadastros, banco de dados, fichas e registros.

Art. 73. Deixar de corrigir imediatamente informação sobre consumidor constante de cadastro, banco de dados, fichas ou registros que sabe ou deveria saber ser inexata.

Art. 74. Deixar de entregar ao consumidor o termo de garantia adequadamente preenchido e com especificação clara de seu conteúdo.

Para quaisquer dos crimes contra o consumidor acima, haverá a responsabilidade daquele que, de qualquer forma, concorrer para as condutas, inclusive, diretor, administrador ou gerente da pessoa jurídica que promover, permitir ou por qualquer modo aprovar o fornecimento, oferta, exposição à venda ou manutenção em depósito de produtos ou a oferta e prestação de serviços nas condições por ele proibidas.

A Lei nº 8.137/90, também define crimes contra as relações de consumo, em seu artigo 7º, quais sejam:

I – favorecer ou preferir, sem justa causa, comprador ou freguês;

II – vender ou expor à venda mercadoria cuja embalagem, tipo, especificação, peso ou composição esteja em desacordo com as prescrições legais, ou que não corresponda à respectiva classificação oficial;

III – misturar gêneros e mercadorias de espécies diferentes, para vendê-los ou expô-los à venda como puros; misturar gêneros e mercadorias de qualidades desiguais para vendê-los ou expô-los à venda por preço estabelecido para os demais mais alto custo;

IV – fraudar preços por meio de: a) alteração, sem modificação essencial ou de qualidade, de elementos tais como denominação, sinal externo, marca, embalagem, especificação técnica, descrição, volume, peso, pintura ou acabamento de bem ou serviço; b) divisão em partes de bem ou serviço, habitualmente oferecido à venda em conjunto; c) junção de bens ou serviços, comumente oferecidos à venda em separado; d) aviso de inclusão de insumo não empregado na produção do bem ou na prestação dos serviços;

V – elevar o valor cobrado nas vendas a prazo de bens ou serviços, mediante a exigência de comissão ou de taxa de juros ilegais;

VI – sonegar insumos ou bens, recusando-se a vendê-los a quem pretenda comprá-los nas condições publicamente ofertadas, ou retê-los para o fim de especulação;

VII – induzir o consumidor ou usuário a erro, por via de indicação ou afirmação falsa ou enganosa sobre a natureza, qualidade do bem ou serviço, utilizando-se de qualquer meio, inclusive a veiculação ou divulgação publicitária;

VIII – destruir, inutilizar ou danificar matéria-prima ou mercadoria, com o fim de provocar alta de preço, em proveito próprio ou de terceiros;

IX – vender, ter em depósito para vender ou expor à venda ou, de qualquer forma, entregar matéria-prima ou mercadoria, em condições impróprias ao consumo.

Desta forma, resta clara a intenção da referida Lei em proteger o consumidor.

Faz mister ressaltar que, a afirmação de responsabilidade criminal trazida no artigo 65 da referida Lei quando da prática de permissão de ingresso, em estabelecimentos, de um número maior de consumidores do fixado como máximo, prevista no inciso XIV do artigo 39 desta Lei, que trata sobre as práticas abusivas.

Esses golpes e fraudes estão previstos tanto pela regulação contida no CP, no Decreto Lei 2848/40, art. 171 e agora, especificamente, desde 20 de maio de 2021, cujas ações podem estar ligadas à Lei 14.155.

Tendo sido esta consideração trazida pela Lei nº 13.245/2017, em decorrência dos danos causados aos consumidores e seus familiares no caso do incêndio ocorrido no estado do Rio Grande do Sul em 2012.

Porém, os prejuízos sofridos pelos consumidores não se limitam ao mundo físico, à realidade externa, pois atualmente os maiores golpes que afetam a população consumerista ocorrem nos meios virtuais, onde os praticantes desse tipo de crime conseguem maior domínio e facilidade de ação, sendo de fundamental importância as ações em torno do enrijecimento das normas penais para esse tipo de conduta ilícita..

Portanto, em razão do crescimento exorbitante desse tipo de crime na última década, a legislação brasileira vem sendo alterada e renovada para buscar proteger a população mais vulnerável deste tipo de crime, como será explanado no capítulo seguinte.

3. NOVAS LEIS QUE ALCANÇAM O COMÉRCIO ELETRÔNICO

3.1 O DIREITO COMPARADO

O conceito de comércio eletrônico ou ecommerce, como também é conhecido, pode se inscrever em todas as modalidades de venda não presencial por meio de comércio digital (neste caso o termo virtual pode representar alusão a algo simulado).

Representa a realização de transações de compra e transferências de fundos de forma eletrônica, sendo realizada com auxílio da internet. De uma forma genérica é uma relação de consumo sem a ocorrência do contato direto do consumidor com o fornecedor do bem ou serviço, e independente disso se constitui como um negócio jurídico celebrado à distância. Sendo similar ao “televendas” existente antes da internet se popularizar, mas com outros instrumentos de oficialização da transação (SOBHIE, 2013).

A Lei 12.737/2012, modificou os artigos 266 e 298 do Código Penal, objetivando proteger a constante disponibilidade dos serviços de comunicação e informação e utilidade pública. Do parágrafo 1º, do mesmo artigo, que traz a expressão jurídica “quem” interrompe serviço telemático ou de informação de utilidade pública, ou impede ou dificulta-lhe o restabelecimento, pretendeu-se tipificar a conduta de quem realiza ataques de negação de serviços.

A doutrina dominante refere serem decorrentes diretamente dos movimentos organizados dos consumidores, o consumerismo lato sensu, que representou e representa um embate entre o poder econômico, técnico e político dos produtores e a necessidade de proteção dos consumidores. “A sua finalidade precípua é restaurar o equilíbrio de forças nas relações de consumo, marcadamente desiguais” (PERINI JUNIOR, 2003:4).

Dentre todas as mudanças e alterações legislativas que ocorreram ao passar das décadas, merece grande destaque a Lei 7.962/2013, conhecida como Lei do e-commerce, que neste ano de 2023 completou 10 anos de surgimento. Esta Lei garante aos consumidores transparência de informações sobre os produtos, prazos de entrega e políticas de troca e devolução.

Os principais pontos que englobam direitos e deveres tanto para o consumidor, quanto para o fornecedor na referida Lei são que a ela obriga as empresas a disponibilizar informações claras sobre os produtos e serviços incluindo preços, características, prazos de entrega e formas de pagamento; Estabelece o direito do consumidor se arrepender da compra em até 7 dias após o recebimento do produto, sem qualquer justificativa e receber o reembolso integral do valor pago; Responsabiliza as empresas a garantir segurança e a privacidade dos dados dos consumidores; Obriga as empresas a fornecer um canal de atendimento para solucionar dúvidas e problemas dos consumidores; Regulamenta a publicidade e as promoções realizadas pelas empresas na internet; Abre precedente para a responsabilização das empresas em caso de danos causados aos consumidores; Define regras para o comércio eletrônico de produtos e serviços específicos, como medicamentos, alimentos, produtos financeiros e também serviços turísticos.

Convém ainda trazer à baila, algumas das mudanças mais relevantes que ocorreram no meio de comércio eletrônico com a criação desta Lei, como a ampliação do arrependimento e a edição da Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/19), que surgiram com o intuito de melhor resguardar as relações de consumo.

Portanto, pode se dizer que a legislação que regulamenta o comércio eletrônico é de suma relevância para a sociedade, pois visa proteger e ambas as partes, principalmente as mais vulneráveis, ou seja, os consumidores.

CONCLUSÃO

O presente artigo abordou no primeiro capítulo, um pouco do histórico do Direito do Consumidor no Brasil e sua evolução histórica tomando por base os conceitos e informações trazidos por grandes doutrinadores da área.

Já no segundo capítulo, foram apresentados os crimes relacionados ao consumo e sua previsão legal. E no terceiro capítulo foram trazidas algumas das principais alterações na legislação brasileira para amparar as relações de consumo.

Após a presente pesquisa, pode-se concluir que, que a não observação das questões de segurança na internet em relações de consumo esteja inserida em conceitos ligados à certificação daqueles que se dispõem a vender por e-commerce. E assim, em caso de fraudes ou problemas oriundos do lado do consumidor, é preciso analisar causas e sua origem antes de criar juízo.

REFERÊNCIAS

BENJAMIN, António Herman Vasconcelos, O Direito do Consumidor. Revista do MP do Rio Grande do Sul, v. 1, n.º 26, 1992.

BRASIL. Constituição. Planalto, 2021. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 16/12/2022.

BRASIL. Lei n. 8.078 - 1990. Código de defesa do consumidor. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 16 dez. 2022.

BRASIL. Senado Federal. Lei de Proteção de Dados Pessoais. Lei 13.709/2018. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 16 dez. 2022

BRASIL. Senado Federal. Marco Civil da Internet. Lei 12.965/2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 16/12/2022.

DINIZ, Maria Helena. Curso de direito civil brasileiro, v.03. Direito das coisas, 17. ed. atualizada de acordo com o novo código civil. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 666.

FERNANDES, Dinalva. Golpe da Compra Confirmada cresce 75% e lidera fraudes no mercado digital em 2022. E-commerce Brasil, 08 de fevereiro de 2023. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/golpe-compra-confirmada-cresce-fraudes-mercado-digital>. Acesso em 25/09/2023.

BRASIL. Lei Nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 30/09/2023.

PERIN JUNIOR, Ecio, A globalização e o direito do consumidor: aspectos relevantes sobre a harmonização legislativa dentro dos mercados regionais. São Paulo: Manole, 2003, p. 4

SARLET, Ingo. Conjur, 2015. O Conceito de direitos fundamentais na Constituição Federal de 1988. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2015-fev-27/direitos-fundamentais-conceito-direitos-fundamentais-constituicao-federal-1988>. Acesso em: 16/12/2022.

SOUZA, Rafael de. A troca da Segurança pela liberdade na internet: uma análise das consequências do comércio eletrônico. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado) Direito. Universidade Federal de Florianópolis. 2018.

VIEIRA, Nelise Dias. Interpretação constitucional dos riscos de desenvolvimento no direito do consumidor brasileiro: visões jurídicas nacional e internacional. Revista Direito GV, v. 6, n. 2, p. 641-643, 2010.