



PUC GOIÁS

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE DIREITO E RELAÇÕES INTERNACIONAIS
NÚCLEO DE PRÁTICA JURÍDICA
COORDENAÇÃO ADJUNTA DE TRABALHO DE CURSO
TRABALHO DE CURSO II

**O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR
E A PREVISÃO LEGAL NO E-COMMERCE**

ORIENTANDO : AARON BORÉM DUARTE MARTINS

ORIENTADORA : Prof^ª. Ms. Silvia Maria Gonçalves Santos de Lacerda Santana
Curvo

GOIÂNIA-GO
2024

AARON BORÉM DUARTE MARTINS

O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E A PREVISÃO LEGAL NO E-COMMERCE

Artigo Científico apresentado à disciplina de Trabalho de Curso II, da Escola de Direito, Negócios e Comunicação, Curso de Direito, da Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC-GOIÁS).

Orientadora: ***Prof.^a Ms. Silvia Maria Gonçalves Santos de Lacerda Santana Curvo***

GOIÂNIA
2024

AARON BORÉM DUARTE MARTINS

**O CODIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR
E A PREVISÃO LEGAL NO E-COMMERCE**

Data da Defesa: 14 de junho de 2024

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Prof^ª. MS. Silvia Maria Gonçalves Santos de Lacerda Santana
Curvo Nota:

Examinador Convidado: Prof.: Mestre João Batista Valverde
Nota:

SUMÁRIO

RESUMO	5
ABSTRACT	5
INTRODUÇÃO	6
1 O QUE É O E-COMMERCE	7
1.1 CONCEITUALIZAÇÃO DO E-COMMERCE	7
1.2 A IMPORTÂNCIA DO E-COMMERCE NO CENÁRIO ECONÔMICO ATUAL	8
1.3 A POPULARIZAÇÃO DO E-COMMERCE NO MEIO CONSUMIDOR	10
2 O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E SUA APLICABILIDADE NO COMÉRCIO DE VENDAS ONLINE	13
2.1 O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	13
2.2 A PREVISÃO DO CDC QUANTO AO RESPALDO NO E-COMMERCE	16
3 OS CAMINHOS PARA A EFETIVAÇÃO DO CDC NO E-COMMERCE	19
3.1 A ATUAL INEFICÁCIA DO CUMPRIMENTO DO CDC E LEGISLAÇÕES COMPLEMENTARES NO COMÉRCIO ONLINE QUANTO SUA APLICABILIDADE	19
3.2 MEIOS PARA EFETIVIDADE DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR JUNTO A SUA APLICABILIDADE NO E-COMMERCE	23
CONCLUSÃO	24
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	25

O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E A PREVISÃO LEGAL NO E-COMMERCE

Aaron Borém Duarte Martins¹

Prof^a. Ms. Silvia Maria Gonçalves Santos de Lacerda Santana Curvo²

Resumo: O surgimento e crescimento do e-commerce, impulsionado pela popularização da internet na década de 1990. No Brasil, o setor cresce expressivamente. A conformidade legal é essencial para garantir um ambiente seguro e moderno para consumidores e fornecedores, demonstrando a necessidade de atualização das leis para lidar com os desafios do comércio eletrônico. O desenvolvimento tecnológico contínuo e a qualidade específica para o e-commerce também desempenham um papel crucial, com a colaboração entre empresas e organizações para estabelecer ferramentas e diretrizes que promovam transparência e clareza nas informações para os usuários.

Palavras-chaves: legislação, digital, comércio eletrônico, desenvolvimento, consumidor.

Abstract: The emergence and growth of e-commerce, driven by the popularization of the internet in the 1990s. In Brazil, the sector grows significantly. Legal compliance is essential to ensure a safe and modern environment for consumers and suppliers, demonstrating the need to update laws to deal with the challenges of e-commerce. Continuous technological development and e-commerce-specific quality also play a crucial role, with collaboration between companies and organizations to establish tools and guidelines that promote transparency and clarity of information for users

Keywords: legislation, digital, electronic commerce, development, consumer.

¹ Graduando de Direito na Pontifícia Universidade Católica de Goiás.

² Doutoranda pela Universidade de Salamanca- ES, mestre em Direito Agrário pela UFG- Universidade Federal de Goiás (2002), bacharel em Direito pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás (1993), graduação em Pedagogia pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás (1983). Especializações em: Direito Penal, Direito Civil, Direito Processual Civil, Direito Constitucional. Atualmente é professora assistente da Pontifícia Universidade Católica de Goiás PUC/GO

INTRODUÇÃO

O presente artigo científico trata-se de uma pesquisa que aborda o Código de Defesa do Consumidor e sua aplicabilidade no E-commerce, através da metodologia indutiva. Este trabalho tem o intuito de análise das leis que garantem a proteção e a garantia no ato de compras e vendas online, como o CDC (Código de Defesa do Consumidor), o Decreto nº 7.962 junto de jurisprudências e doutrinas importantes sobre o direito do consumidor, além de abordar questões como a real eficiência do CDC no e-commerce, a importância econômica na área, sua popularidade e a necessidade de melhoria em medidas protetivas ao consumidor para melhor evolução da área. Nessa perspectiva, o referido trabalho acadêmico tem por objetivo analisar a real aplicabilidade legislativas previstas no e-commerce, sua a perspectiva econômica, e a análise de leis, doutrinas e jurisprudências sobre o assunto.

De maneira primordial será dado o conceito de E-commerce após a análise de doutrinas importantes na área. Após vemos a importância econômica do setor no país, visto que o Brasil é o segundo país com maior índice de consumo do comércio eletrônico, ficando atrás somente da China, com perspectiva de maior faturamento nos próximos anos. Isso sendo proporcionado graças a popularização do e-commerce entre os brasileiros

Após a apresentação das temáticas acima, veremos a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor no E-commerce. Este estudo será apresentado através de pesquisas, análise doutrinária e jurisprudencial, além das leis que regulam o setor, para que assim se tenha a dimensão do regimento que em tese garante os direitos previstos aos consumidores e fornecedores.

Isso é relevante devido à necessidade de garantir que se alcance os meios e medidas para que se endosse o resguardo necessários aos consumidores. Além disso, o debate da sugestão de uma criação de título próprio do assunto no atual CDC, baseado na análise de leis e jurisprudências e de uma pesquisa em campo realizada. A análise crítica do impacto dessas alterações é fundamental para promover debates informados e sugerir ajustes que beneficiem tanto os comerciantes quanto consumidores.

A legislação denominada como Código de Defesa do Consumidor (CDC), estabelecida pela Lei nº 8.078/90 e efetivada em 11 de março de 1991, introduziu um

amplo conjunto de regulamentações relacionadas às interações entre consumidores, representando um marco sem precedentes na história legislativa do Brasil.

No entanto, o Código de Defesa do Consumidor, promulgado em 1990, não foi especificamente projetado para abordar os desafios únicos enfrentados no contexto do comércio eletrônico. Como resultado, é demonstrado no presente artigo a existência da necessidade de atualizar o CDC para refletir o poder do comércio eletrônico e proteger a segurança dos utilizadores neste ambiente em mudança.

Com isso, é crucial analisar os meios necessários para que se alcance a aplicabilidade efetiva do CDC no comércio eletrônico. Isso ocorreu através do estudo e o debate abordado.

1 O QUE É O E-COMMERCE

1.1 CONCEITUALIZAÇÃO DO E-COMMERCE

Para melhor entendimento do assunto, é necessário que seja apresentado o conceito de E-commerce, com a finalidade de que se tenha uma melhor compreensão da temática. O termo "e-commerce" surgiu na década de 1990, quando a internet começou a se popularizar para fins comerciais. Com o aumento da conectividade e o desenvolvimento de protocolos de segurança online, as empresas começaram a explorar novas formas de realizar transações comerciais pela internet.

O e-commerce inicialmente se concentrava em transações entre empresas e consumidores finais, sendo o tipo mais comum de e-commerce e inclui lojas online, marketplaces e plataformas de vendas diretas, conhecido como o modelo *B2C (Business-to-Consumer)*, ou seja, empresas estabelecendo suas presenças online e consumidores começando a confiar na compra de bens e serviços pela web.

Ao analisar o conceito dado de maneira ampla por Teixeira, (2017, p. 25) de comércio eletrônico na qual:

Podemos afirmar que comércio eletrônico é uma extensão do comércio convencional, tratando-se de um ambiente digital em que as operações de troca, compra e venda e prestação de serviço ocorrem com suporte de equipamentos e programas de informática, por meio dos quais se possibilita realizar a negociação, a conclusão e até a execução do contrato, quando for o caso de bens intangíveis.

Com isso, destaca-se a visão de que o comércio eletrônico é uma extensão do comércio convencional, mas ocorrendo em um ambiente digital. Essa perspectiva

ressalta a continuidade e a evolução natural do comércio para o mundo digital, aproveitando os recursos oferecidos por equipamentos e programas de informática.

Assemelhando-se nas operações fundamentais, como troca, compra e venda, e prestação de serviços. No entanto, a diferença crucial está no suporte oferecido por equipamentos e programas de informática. Isso indica que o ambiente digital possibilita a realização de negociações, a conclusão de transações e até mesmo a execução de contratos, especialmente quando se trata de bens intangíveis.

Além disso, ao mencionar a negociação, a conclusão e a execução de contratos, a citação ressalta a abrangência do comércio eletrônico, incluindo não apenas a transação inicial, mas todo o ciclo de vida do negócio, destacando a complexidade e a amplitude dessa modalidade de comércio. Em um conceito mais simplificado, pode-se dizer que o e-commerce é *“A compra e a venda de bens e serviços ou a transmissão de fundos ou de dados por meio de uma rede eletrônica, principalmente a internet”* (Rodrigues, 2023).

Infere-se, portanto, que o termo “e-commerce” pode ser entendido simplesmente como compras e vendas de produtos ou serviços pela internet. Ou seja, é o ato de fazer compras online, onde as transações ocorrem digitalmente, sem a necessidade de interação física entre comprador e vendedor.

1.2 A IMPORTÂNCIA DO E-COMMERCE NO CENÁRIO ECONÔMICO ATUAL

A interpretação da conceitualização do e-commerce, sublinha a importância da tecnologia no comércio eletrônico, destacando como a digitalização não apenas replica as práticas tradicionais de comércio, mas também as aprimora e estende para novas possibilidades, como o crescimento na economia.

De acordo com os dados revelados pela pesquisa *Webshoppers* da consultoria NielsenIQ Ebit, o comércio eletrônico experimentou um aumento significativo no faturamento, passando de R\$ 143,6 bilhões em 2020 para R\$ 182,7 bilhões em 2021, representando um crescimento de 27%. No ano de 2023, a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm) estima que o e-commerce atingiu a marca de R\$ 185,7 bilhões até o final do ano.

O crescimento impressionante do comércio eletrônico no Brasil, conforme revelado pelos dados da pesquisa *Webshoppers* da NielsenIQ Ebit, destaca a importância crescente desse setor na economia do país. O aumento substancial no

faturamento, passando de R\$ 143,6 bilhões em 2020 para R\$ 182,7 bilhões em 2021, evidencia não apenas a resiliência do e-commerce, mas também sua capacidade de se adaptar às mudanças nas condições de mercado.

A pesquisa realizada pela ABComm para que o e-commerce tenha atingido a marca de R\$ 185,7 bilhões até o final de 2023 sugere uma trajetória positiva e contínua para o setor. Esse crescimento não apenas beneficia os varejistas online, mas também cria oportunidades ao longo da cadeia produtiva, desde a logística até o desenvolvimento de tecnologias relacionadas ao comércio digital.

Além disso, o e-commerce desempenha um papel crucial na inclusão econômica, permitindo que empreendedores de pequeno porte alcancem uma audiência mais ampla, independentemente de sua localização geográfica. Isso contribui para a diversificação da economia e a geração de empregos, pois novos nichos de mercado surgem com o avanço do comércio eletrônico. Sendo uma grande representação da Lei nº 13.874, de 20 de setembro de 2019, conhecida como Lei da Liberdade Econômica, visto que, visa reduzir a burocracia para pessoas jurídicas, facilitando a abertura e o funcionamento de empresas.

O artigo 3º, incisos I, II e III desta lei reflete com exatidão o que seria o e-commerce e como qualquer pessoa, seja natural ou jurídica, possui o direito de criar sua plataforma de vendas online:

Art. 3º São direitos de toda pessoa, natural ou jurídica, essenciais para o desenvolvimento e o crescimento econômicos do País, observado o disposto no parágrafo único do art. 170 da Constituição Federal:

I - desenvolver atividade econômica de baixo risco, para a qual se valha exclusivamente de propriedade privada própria ou de terceiros consensuais, sem a necessidade de quaisquer atos públicos de liberação da atividade econômica;

II - desenvolver atividade econômica em qualquer horário ou dia da semana, inclusive feriados, sem que para isso esteja sujeita a cobranças ou encargos adicionais, observadas:

a) as normas de proteção ao meio ambiente, incluídas as de repressão à poluição sonora e à perturbação do sossego público;

b) as restrições advindas de contrato, de regulamento condominial ou de outro negócio jurídico, bem como as decorrentes das normas de direito real, incluídas as de direito de vizinhança; e

c) a legislação trabalhista;

III - definir livremente, em mercados não regulados, o preço de produtos e de serviços como consequência de alterações da oferta e da demanda;

A Lei da Liberdade Econômica, desempenha um papel crucial no contexto do e-commerce, destacando-se pela promoção da atividade econômica de baixo risco. Esse aspecto é particularmente relevante para as plataformas de vendas online, que muitas vezes operam sem a necessidade de uma loja física. O artigo 3º da referida lei

reconhece o direito de desenvolver atividades econômicas de baixo risco sem a exigência de atos públicos de liberação. Isso é especialmente significativo para o setor de e-commerce, onde empresas podem operar virtualmente sem a necessidade de aprovações burocráticas extensas. Essa liberdade reduz barreiras para empreendedores digitais, permitindo-lhes iniciar e expandir negócios de maneira mais ágil e eficiente.

A importância do baixo risco, mencionado no artigo, alinha-se diretamente com a natureza do comércio eletrônico, no qual as plataformas online podem ser estabelecidas com investimentos iniciais relativamente baixos em comparação com empreendimento tradicionais. Isso impulsiona a inovação e a entrada de novos participantes no mercado, contribuindo para a dinâmica e o crescimento contínuo do setor.

Além disso, a lei destaca a liberdade de definir preços em mercados não regulados, permitindo que as plataformas de e-commerce respondam de maneira flexível às mudanças na oferta e demanda. Essa flexibilidade é vital para as empresas online, que muitas vezes operam em ambientes altamente dinâmicos e competitivos.

Ou seja, a Lei da Liberdade Econômica proporciona um ambiente mais favorável para o desenvolvimento do e-commerce, incentivando a inovação, a agilidade empresarial e a redução de entraves burocráticos, especialmente no que diz respeito à operação de atividades de baixo risco, como as encontradas nas plataformas de vendas online, que frequentemente dispensam a necessidade de uma loja física.

Em resumo, o crescimento consistente do e-commerce no Brasil não apenas reflete uma mudança nos padrões de consumo, mas também destaca sua importância como motor de desenvolvimento econômico e gerador de oportunidades. A contínua expansão desse setor certamente terá um impacto positivo no panorama empresarial e na prosperidade geral do país.

1.3 A POPULARIZAÇÃO DO E-COMMERCE NO MEIO CONSUMIDOR

O crescimento do comércio eletrônico não só melhora o nível econômico, mas também oferece grandes oportunidades para o desenvolvimento do país. O aumento nas vendas não reflete apenas os seus gastos online, mas também mostra que os

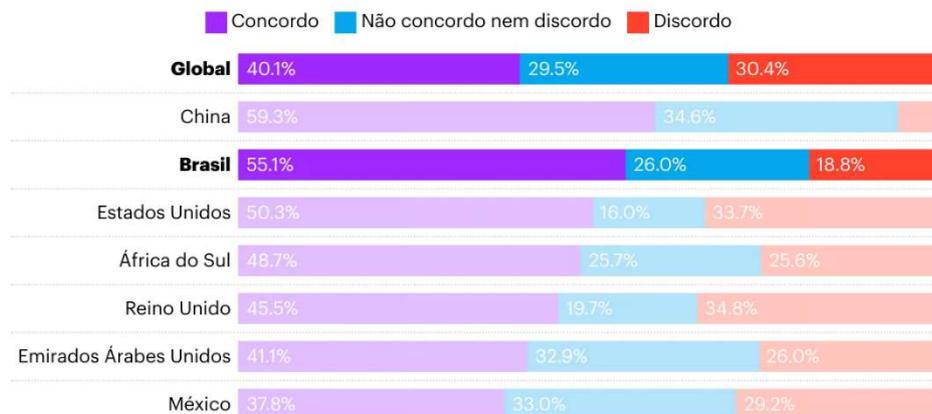
clientes confiam cada vez mais no e-commerce como uma rede para os seus negócios.

De acordo com a YouGov, empresa internacional de pesquisa de mercado online, mais da metade dos adultos brasileiros, 55,1%, afirmam preferir fazer compras online em vez de em lojas físicas. Esta taxa está acima da média latino-americana de 35,1%. A demanda do comércio eletrônico no Brasil é a maior do mundo, superando a média global de 40,1% dos que preferem comprar online.

Como demonstra o gráfico abaixo, o Brasil fica atrás somente da China, na preferência de compras e vendas online e acaba superando países como Estados Unidos e Reino Unido, que possuem grande poder de compra e venda. Esses dados comprovam o quanto a prática de compra e venda online, vem se tornando cada dia mais corriqueiro na vida do cidadão brasileiro.

Brasil, um dos países que mais amam o comércio eletrônico

Você concorda ou discorda da seguinte afirmação? "Geralmente prefiro comprar coisas online em vez de nas lojas" (%)



Apenas um país é mostrado para cada região coberta no Global Profiles, mais o Brasil

YouGov

YouGov Global Profiles | Julho de 2023

A crescente popularidade do comércio eletrônico entre os consumidores pode ser atribuída a uma série de fatores, um deles é a facilidade de fazer compras em casa. A transformação digital e a evolução tecnológica proporcionam benefícios significativos aos consumidores, criando um ambiente adequado para a difusão do e-commerce.

A comodidade de fazer compras sem sair de casa é um dos benefícios mais importantes do e-commerce. Poder explorar diferentes produtos, comparar preços, ler avaliações de outros consumidores e, finalmente, fazer uma compra no conforto da sua casa representa uma mudança significativa nos padrões de consumo. Este

método de compras online elimina barreiras regionais, permitindo aos consumidores aceder a uma variedade de produtos que podem não estar disponíveis localmente.

Além disso, a integração de ofertas de comércio eletrônico também é um claro diferencial. O consumidor pode fazer compras a qualquer hora do dia, adaptar-se aos seus horários de trabalho e estar mais conectado com a vida. Esta simplicidade é inestimável num mundo onde as pessoas querem gerir o seu tempo e simplificar as suas tarefas diárias.

A preferência dos consumidores pelo comércio eletrônico em detrimento das lojas físicas não se limita à conveniência, mas também está relacionada com a percepção de melhores opções. O ambiente online cria intensa competição entre fornecedores, levando a maior variedade e promoções. A natureza conveniente da comparação de preços online permite que os clientes encontrem os melhores produtos com relativa rapidez em sites.

O comércio eletrônico elimina muitos dos custos associados às lojas físicas, como aluguel de espaço, manutenção de equipamentos e contratação de pessoal. Esta redução nos custos operacionais muitas vezes se traduz em preços competitivos para os usuários online. Até agora, o Mercado de Vendas utilizava o marketplace, que é uma plataforma de internet que facilita a compra e venda de bens ou serviços e aproxima clientes e vendedores. Nesse ambiente, mais de um fornecedor pode oferecer e vender seus produtos, enquanto o consumidor pode acessar diversas opções em um único lugar. Atua como intermediário de mercado e fornece uma infraestrutura digital onde podem ser realizadas transações.

No entanto, a participação no mercado no domínio jurídico traz consigo alguns problemas e questões. Os desafios no controle de qualidade são fáceis porque pode ser difícil para os consumidores julgar a qualidade dos produtos adquiridos de vendedores desconhecidos neste ambiente. Portanto, torna-se muito difícil atribuir responsabilidade por produtos defeituosos ou não conformes. Outro ponto importante são as responsabilidades conjuntas e múltiplas. Isto pode levar a conflitos entre vendedores e compradores sobre quem pagará os custos e responsabilidades em caso de problemas ou ações judiciais. A combinação destas responsabilidades pode criar quadros jurídicos complexos.

A capacidade de pesquisar, comparar e tomar decisões de compra informadas contribui para a percepção de que o e-commerce oferece uma gama mais ampla de

opções de preços acessíveis. Essa dinâmica favorece os consumidores que buscam economizar, tornando o e-commerce uma escolha atrativa para aqueles que valorizam não apenas a comodidade, mas também a obtenção de produtos a preços mais competitivos. Neste momento, a capacidade de encontrar ofertas vantajosas de maneira rápida e eficiente online solidifica ainda mais a posição do comércio eletrônico como uma opção econômica e conveniente para os consumidores conscientes de seus gastos.

A popularidade do comércio eletrônico no meio consumista é um indicador claro da evolução dos hábitos de compra na era digital. A facilidade de acesso à internet, aliada à facilidade de fazer compras a qualquer hora e em qualquer lugar, tem sido um dos principais impulsionadores desta tendência. Além disso, a variedade de produtos, a possibilidade de comparação de preços e as promoções frequentes contribuem para tornar o e-commerce a melhor escolha para os consumidores. A transformação digital não só definiu a experiência de compra, mas também democratizou o acesso aos negócios, criou oportunidades para empreendedores e criou paradigmas no relacionamento com os clientes.

2 O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E SUA APLICABILIDADE NO COMÉRCIO DE VENDAS ONLINE

2.1 O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

A legislação denominada como Código de Defesa do Consumidor (CDC), estabelecida pela Lei nº 8.078/90 e efetivada em 11 de março de 1991, introduziu um amplo conjunto de regulamentações relacionadas às interações entre consumidores, representando um marco sem precedentes na história legislativa do Brasil. Alinhada com os preceitos da Constituição Federal de 1988, essa lei se destacou como um notável avanço, contribuindo significativamente para a inovação na sociedade, visto que, o CDC acaba assumindo um papel de grande importância no âmbito nacional, sendo uma legislação robusta que exige de uma análise aprofundada de seus elementos, todos permeados e orientados por valores éticos como boa-fé, transparência e publicidade.

Surgiu de uma disposição constitucional expressa e pretendia preencher uma lacuna jurídica no sistema jurídico americano. Neste contexto, as transações comerciais eram tratadas à moda antiga com as leis comerciais do século XIX, deixando os consumidores desprotegidos. Dessa forma, tornou-se imperativo

estabelecer normas que acompanhassem a dinâmica de uma sociedade de massa que se desenvolveu ao longo do século XX, conforme estipulado no artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição de 1988:

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:
XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

Além disso, o artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT) da nova Constituição já indicava que, no prazo de 120 dias após a sua promulgação, deveria ser elaborado o código de defesa do consumidor. As reformas democráticas levadas a cabo no país após a promulgação da Constituição de 1988 viram o fortalecimento das organizações não-governamentais e o aumento do interesse público na regulamentação dos direitos sociais. Esse movimento também se refletiu na formação deste regulamento.

Contudo, esse código não foi criado considerando o cenário atual do comércio eletrônico, que envolve características distintas das transações presenciais, como a ausência de contato físico com o produto antes da compra, a necessidade de fornecer informações detalhadas online, e a facilidade de compra por impulso. Essas particularidades do e-commerce criam desafios específicos que muitas vezes não são adequadamente abordados pelo código em sua forma atual.

O avanço tecnológico e o marco da era da internet promoveu um salto e a facilidade das compras online, como demonstrados nos tópicos anteriores neste artigo científico. Sendo assim, foi necessário a criação de um auxiliador ao código do consumidor quanto ao mercado de compras e vendas online, sendo o decreto Nº 7.962, promulgado em 15 de março de 2013, regulamentando a Lei nº 8.078, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico.

A Lei do E-commerce, como ficou conhecido o Decreto Nº7.962, exerce sua jurisdição sobre uma ampla gama de transações online, abrangendo desde pequenas lojas virtuais até os gigantes do comércio brasileiro. Os princípios básicos são transparência, facilidade de comunicação, atendimento ao cliente e disponibilidade de informações. Essa lei estabelece diretrizes que exigem que o atendimento ao cliente seja rápido, transparente e eficiente. Também ressalta a necessidade de uma rede de suporte que esteja sempre disponível para esclarecer dúvidas, solucionar problemas e solucionar problema.

Como resultado, as empresas podem ser responsabilizadas por danos aos consumidores nos termos da Lei do Comércio Eletrônico. Estes regulamentos também realçam a importância de definir regras específicas de comércio eletrônico para determinados bens e serviços, como medicamentos, alimentos, produtos financeiros e serviços turísticos. Além disso, a lei do comércio eletrônico visa garantir uma experiência segura e justa para os usuários da região.

Esse conjunto normativo responsável por regulamentar o comércio eletrônico possui o respaldo de um grupo de princípios, que visam equilibrar as relações entre consumidores e fornecedores. Os princípios da boa-fé objetiva, que exige lealdade, respeito e cooperação nas relações de consumo, evitando práticas enganosas. Reconhecendo a desigualdade natural entre consumidor e fornecedor, o CDC busca equilibrar essa disparidade, conferindo maior proteção ao consumidor, considerado a parte mais fraca na relação, assim como é citado em “Curso do direito do consumidor”, (RIZZATO NUNES, 2024).

O princípio da proteção visa garantir a integridade física, moral e psicológica dos consumidores e exige que os bens e serviços cumpram padrões e qualidade. Sabe-se que a intervenção estatal é necessária e que o Estado tem a obrigação de monitorizar e fiscalizar as relações de consumo, de corrigir abusos e de intervir quando necessário para proteger os interesses dos consumidores.

A transparência revela a importância da clareza e da informação chegar aos consumidores. Os fornecedores são obrigados a fornecer informações precisas sobre produtos e serviços, incluindo preços, recursos, prazos e métodos de pagamento. Segurança significa que os produtos e serviços não representam um risco significativo para a saúde ou segurança dos consumidores e que os fornecedores tomam medidas preventivas.

Os princípios de igualdade e confiança visam estabelecer relações justas e equitativas entre as partes e proibir cláusulas contratuais ilegais e transações ilegais. A parceria reflete o compromisso geral da empresa em apoiar e proteger os direitos do consumidor. Esses princípios são importantes para a compreensão e aplicação do CDC, que é a base para garantir relações justas e equitativas no mercado de consumo.

Em outras palavras, fica claro que as empresas de comércio eletrônico devem cumprir integralmente a Lei de Defesa do Consumidor e a Lei nº 7.962/2013, a fim de

garantir a transparência, informar claramente os consumidores, respeitar o direito ao arrependimento, prestar um bom serviço e evitar atividades fraudulentas. Sempre saber que a não conformidade pode resultar em sanções legais e danos à reputação da empresa mostra como a conformidade é importante na construção de confiança e na manutenção de práticas comerciais éticas online.

2. A PREVISÃO E O RESPALDO DO CÓDIGO NO E-COMMERCE.

As leis de defesa do consumidor, juntamente com leis adicionais, proporcionam um apoio significativo ao sector do comércio electrónico, com o objetivo de proteger os consumidores e proteger os seus direitos. Essas leis determinam princípios básicos como transparência nas informações, direito de oposição, qualidade e segurança dos produtos e bom atendimento. Neste ambiente, o CDC deve atuar como guardião e garantir que os produtos sejam justos e transparentes e que os clientes tenham uma forma eficaz de resolver problemas, promovendo a confiança e a integridade no comércio online.

É nítido que, apesar do respaldo legal proporcionado pela Lei Nº 8.078/1990 e pelo Decreto Nº 7.962/2013, o e-commerce muitas vezes apresenta falhas na sua implementação. Diversos desafios persistem, tais como informações inadequadas sobre produtos, dificuldades no processo de devolução, demora no atendimento ao consumidor, e práticas de publicidade que podem ser interpretadas como enganosas.

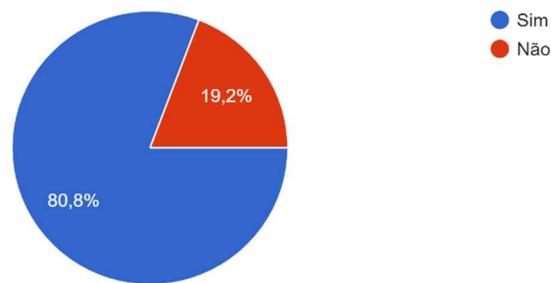
A violação destas diretrizes por vezes resulta numa experiência desagradável para os utilizadores e prejudica a confiança no ambiente. Além disso, a complexidade do comércio eletrônico, especialmente nas áreas de gestão de dados e segurança na Internet, contribui para violações da privacidade dos consumidores. Portanto, apesar do forte apoio regulamentar, é importante que as empresas de comércio eletrônico revejam continuamente as suas práticas e operações para garantir a total conformidade com o CDC e a Lei do comércio eletrônico, garantindo que os clientes tenham uma experiência online segura, justa e confiável.

A política de devolução e reembolso, importante para a satisfação do cliente, deve ser transparente e cumprir as condições especificadas na legislação de defesa do consumidor, que muitas vezes o site não cumpre. Além disso, são proibidas práticas comerciais fraudulentas que exponham vendedores e mercados a

responsabilidades. A precisão e clareza nas informações sobre produtos, preços e condições de venda são mandatórias para evitar infrações legais. Em uma pesquisa de campo realizada³, obtive dados de 26 pessoas, nas quais 80,8% já enfrentaram problemas com lojas virtuais.

Já enfrentou algum problema em suas compras online relacionado à entrega, qualidade do produto ou atendimento ao cliente?

26 respostas



Sendo que, referente ao número total de entrevistados 80,8% não possuem ciência das normativas presentes no Código de Defesa do Consumidor e 92,3%, ou seja, 24 entrevistados, acham que existem lacunas na legislação que precisam ser abordadas para melhor proteger os consumidores de forma online. O estabelecimento de regras e garantias, deve oferecer uma base legal para as transações online, assegurando que os consumidores desfrutem de direitos essenciais.

Por exemplo, o direito à informação clara e completa sobre produtos e serviços, conforme previsto no Artigo 6º, III, do CDC, é fundamental no ambiente digital, onde a transparência nas transações é crucial. Essa disposição garante que os consumidores recebam informações precisas sobre os produtos que estão adquirindo, ajudando a evitar práticas enganosas ou abusivas, conforme delineado nos Artigos 30 a 38 do referido código.

Outro ponto relevante é o direito de arrependimento, previsto no Artigo 49, que concede aos consumidores a possibilidade de cancelar compras realizadas pela internet em até sete dias após o recebimento do produto. Essa disposição visa a proteção aos consumidores de decisões impulsivas ou arrependimentos pós-compra.

No entanto, a aplicação efetiva da legislação no e-commerce muitas vezes enfrenta desafios, como a dificuldade em identificar e responsabilizar os envolvidos,

³ Pesquisa realizada pelo autor desse presente artigo científico, em fevereiro de 2024. Disponível em: <https://docs.google.com/forms/d/1rbNzRLfgoprwliFzGQaHiDgBmih-M-_zktQ4s7AOFEk/edit#responses>

principalmente quando atuam em jurisdições diferentes, como exemplo da seguinte jurisprudência que envolve uma empresa de e-commerce com sua sede no exterior (SHEIN) e um consumidor brasileiro

TJ-SP - Procedimento Comum Cível 10005408420238260047

Assis Jurisprudência • Sentença • Data de publicação: 15/01/2024
Emenda à inicial apresentada em fls. 266-269 para correção do polo passivo, com exclusão da requerida Amanda Alves Pereira (Shein Store) e inclusão da empresa Shein Store... Informou que notificou a ré Shein, no dia 13/01/2023, sobre o extravio do produto, para reembolso do valor à autora. Aduziu que a ré Shein é quem tem o dever de reembolsar o valor pago pela autora... Em nova emenda de fls. 279-282, requereu a autora a alteração do polo passivo, com a substituição da ré Shein Store por IN GLOW BRASIL INTERMEDIÇÃO DE NEGÓCIOS LTDA⁴

Na referida jurisprudência, é de grande destaque a complexidade envolvida nas transações comerciais online, especialmente quando empresas estrangeiras estão envolvidas. A emenda à inicial reflete a dinâmica das relações de consumo no contexto do comércio eletrônico, onde a correção do polo passivo implica não apenas a substituição da requerida inicial (Amanda Alves Pereira - Shein Store), mas também a inclusão da empresa Shein Store.

O caso demonstra a necessidade de adaptação do sistema jurídico para lidar com questões específicas do comércio online, como extravios de produtos e responsabilidades por reembolsos. Além disso, a posterior substituição da ré Shein Store por uma empresa intermediária nacional (IN GLOW BRASIL INTERMEDIÇÃO DE NEGÓCIOS LTDA) sugere uma estratégia da parte autora para buscar responsabilização dentro da jurisdição brasileira, facilitando potencialmente o processo de litígio e execução de medidas corretivas.

Em resumo, esta jurisprudência destaca a importância de unificar as leis e poderes do comércio eletrônico, destacando a natureza transfronteiriça das relações de consumo e a necessidade de proteger os direitos do consumidor, incluindo as responsabilidades de ambas as partes envolvidas no comércio eletrônico.

O princípio da responsabilidade solidária, conforme estabelecido no Artigo 7º, parágrafo único é importante que os fornecedores e sites de comércio eletrônico possam ser responsabilizados pelos danos causados pelos consumidores.

⁴ Acessado em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-sp/2137602754/inteiro-teor-2137602756> em 17/03/2024

Apesar da apresentação de artigos-leis que deveriam resguardar o consumidor, a ausência de respaldo efetivo pode decorrer da necessidade de atualizações legislativas focadas ao ambiente online para abordar desafios específicos do e-commerce, como fraudes online e proteção de dados pessoais.

Portanto, a relação entre a previsão da legislação do consumidor e a eficácia do comércio eletrônico demonstra a importância da conformidade legal para criar uma forma melhor e mais moderna para os consumidores num ambiente em mudança. Essa relação entre as leis indica a necessidade de aprimorar as leis brasileiras para enfrentar os problemas decorrentes do setor de tecnologia e da rede de leis e autoridades que são fortes neste campo e servem como garantias e segurança para consumidores e fornecedores.

3 OS CAMINHOS PARA A EFETIVAÇÃO DO CDC AO E-COMMERCE

3.1 A ATUAL INEFICÁCIA DO CUMPRIMENTO DO CDC E LEGISLAÇÕES COMPLEMENTARES NO COMÉRCIO ONLINE

O e-commerce, tornou-se uma força dominante no cenário global, proporcionando aos consumidores com o acesso a uma variedade infinita de produtos e serviços com apenas alguns cliques. Dessarte, o rápido crescimento desse setor trouxe consigo uma série de desafios e problemas que afetam diretamente os direitos e a segurança dos consumidores. Embora o Código de Defesa do Consumidor ofereça uma estrutura legal para proteger os direitos do consumidor brasileiro, a natureza dinâmica e em constante evolução do comércio eletrônico levanta a necessidade de uma melhoria e adaptação contínua do CDC para lidar com os desafios específicos enfrentados no ambiente digital.

A legislação deve acompanhar as novas práticas e desafios enfrentados pelos consumidores online, proteger contra fraudes e abusos e promover a transparência nos negócios. Além disso, os regulamentos têm de abordar questões como a privacidade dos dados, as responsabilidades centrais e a resolução de litígios de uma forma amigável ao ambiente, promovendo a confiança entre consumidores e fornecedores no mundo atual em constante mudança. O Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013, marcou um passo importante na regulamentação do setor de tecnologia no Brasil, estabelecendo diretrizes específicas para a proteção dos direitos

do consumidor neste ambiente em evolução. A exemplo disso temos o artigo 2º do referido decreto lei:

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; e

VI - informações claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições à fruição da oferta.

O artigo estabelece uma série de informações que os sítios eletrônicos junto a outros meios devem disponibilizar de forma destacada e de fácil acesso aos consumidores. Contudo, na prática, muitos desses requisitos não são integralmente cumpridos, o que acaba por prejudicar a transparência e a segurança nas transações de comércio eletrônico.

Um dos principais desafios é garantir que todas as informações exigidas pelo produto sejam claramente visíveis e acessíveis ao consumidor. Muitos sites voltados ao comércio eletrônico não fornecem informações suficientes, como nome da empresa, número de registro, endereço físico e eletrônico, principais características do produto ou serviço, detalhes adicionais de pagamento, termos e condições completos, o que pode impedir você de aproveitar a oferta. Isto pode levar a problemas como a má informação dos consumidores e a realização de compras sem conhecer plenamente os termos e condições relevantes.

Por conseguinte, ao citar o artigo 22 do Código de Defesa do Consumidor que estabelece:

Art. 22. Os órgãos públicos, por si ou suas empresas, concessionárias, permissionárias ou sob qualquer outra forma de empreendimento, são obrigados a fornecer serviços adequados, eficientes, seguros e, quanto aos essenciais, contínuos.

Parágrafo único. Nos casos de descumprimento, total ou parcial, das obrigações referidas neste artigo, serão as pessoas jurídicas compelidas a cumpri-las e a reparar os danos causados, na forma prevista neste código.

Este artigo reflete a importância de garantir a qualidade e a continuidade dos serviços públicos prestados aos consumidores. No entanto, quando se trata do

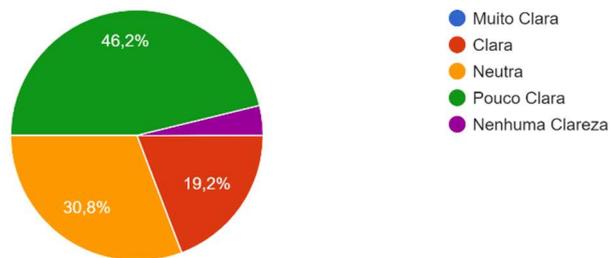
comércio online e sua adequação à prática do e-commerce, podem surgir algumas dificuldades em relação ao cumprimento deste artigo.

Para enfrentar essas dificuldades e garantir a adequação do comércio online à prática do e-commerce, é necessário um esforço conjunto entre os órgãos públicos, as empresas do setor e outras partes interessadas. Isso pode incluir a implementação de políticas e regulamentos específicos para o comércio eletrônico, o desenvolvimento de tecnologias e infraestrutura adequadas e a promoção de boas práticas de segurança e transparência por parte das empresas do setor. Além disso, é fundamental que os consumidores estejam cientes de seus direitos e saibam como agir em caso de problemas ou descumprimento das obrigações por parte das empresas de comércio eletrônico.

Em pesquisa de campo⁵, mencionada anteriormente, foi levantado os seguintes tópicos:

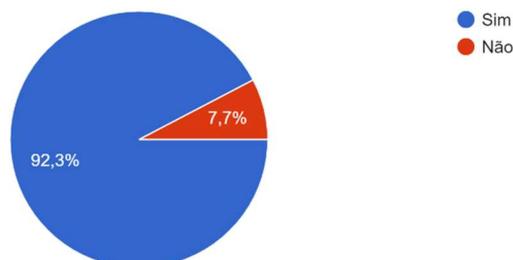
Como você avalia a clareza das informações sobre direitos do consumidor nos sites de e-commerce que utiliza?

26 respostas



Você acredita que existem lacunas na legislação que precisam ser abordadas para melhor proteger os consumidores online?

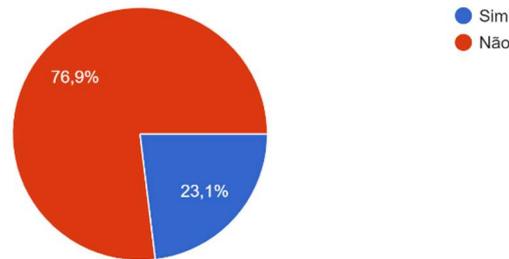
26 respostas



⁵ Pesquisa realizada pelo autor desse presente artigo científico, em fevereiro de 2024. Disponível em: <https://docs.google.com/forms/d/1rbNzRLfgoprwliFzGQaHiDgBmih-M-_zktQ4s7AOFek/edit#responses>

Já buscou amparo no CDC em caso de problemas em compras online? (Como política de troca, arrependimento, prazo de entrega, cobrança duplicada, atendimento ao cliente...)

26 respostas



Analisando as respostas obtidas na pesquisa é notável que é necessário meios para que haja o respaldo previsto no CDC e legislações complementares, visto que, o e-commerce, tornou-se uma parte essencial da economia global, assim como relatado em tópico neste artigo científico, permitindo transações comerciais de forma rápida e conveniente através da internet.

No entanto, o Código de Defesa do Consumidor, promulgado em 1991, não foi especificamente projetado para abordar os desafios únicos enfrentados no contexto do comércio eletrônico. Como resultado, há necessidade de atualizar o CDC para refletir o poder do comércio eletrônico e proteger a segurança dos utilizadores neste ambiente em mudança.

Uma das formas de resolver este problema é atribuir ao código em questão um título especial para comércio eletrônico. Este título específico poderá conter cláusulas objetivas específicas e não restritivas que abordem questões como os direitos do consumidor no comércio online, a transparência das informações fornecidas pelos fornecedores, a proteção das informações pessoais, a responsabilidade por produtos defeituosos ou danificados e a resolução de litígios ambientais.

O Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013, que regulamenta o comércio eletrônico no Brasil, poderá servir como referência para a criação dessas disposições específicas dentro do CDC. Este decreto-lei já estabelece algumas diretrizes importantes para proteger os direitos dos consumidores no comércio eletrônico, como a exigência de informações claras sobre produtos e serviços, direito de arrependimento e responsabilidade dos fornecedores. Com a incorporação, essas disposições ao código e a expansão às proteções oferecidas aos consumidores seria um passo significativo na atualização da legislação para lidar com os desafios do e-commerce.

3.2 MEIOS PARA EFETIVIDADE DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR JUNTO A SUA APLICABILIDADE AO E-COMMERCE

Para que se alcance os meios de efetividade do CDC na aplicabilidade no âmbito do comércio online, várias medidas podem ser tomadas para incentivar o desenvolvimento de acordo com os padrões estabelecidos no domínio do comércio eletrônico. Em primeiro lugar, é imperativo que os reguladores do comércio eletrônico intensifiquem os seus esforços de supervisão e imponham sanções eficazes às empresas que violem a lei. Isto pode ser conseguido através de inspeções regulares e da imposição de multas ou outras sanções.

Além disso, campanhas educativas direcionadas tanto aos consumidores quanto aos fornecedores são essenciais para aumentar a conscientização sobre a importância da transparência e da divulgação precisa das informações nos sites de comércio eletrônico. Esta forma de campanha poderá delinear os direitos e responsabilidades de cada parte e fornecer orientações claras para identificar e cumprir as normas legais que são frequentemente violadas.

O desenvolvimento contínuo de tecnologia e qualidade específica para o comércio eletrônico também desempenha um papel importante. As empresas tecnológicas e as organizações relacionadas com a indústria podem trabalhar em conjunto para desenvolver ferramentas e diretrizes que facilitarão a disponibilidade de informação adequada. Isto incluirá o estabelecimento de um sistema de monitoramento de desempenho e a definição de padrões da web que apoiem a transparência e a clareza das informações apresentadas aos usuários.

Ou seja, as empresas de comércio eletrônico precisam assumir uma postura de maior transparência e responsabilidade corporativa. Isso implicará em implementar políticas internas rigorosas para garantir que todas as informações exigidas pela legislação estejam claramente disponíveis em seus sites, além de estabelecer mecanismos eficazes de monitoramento e conformidade. A adoção de práticas transparentes e responsáveis não apenas fortalece a confiança dos consumidores, mas também contribui para a integridade e sustentabilidade do mercado de comércio eletrônico como um todo.

CONCLUSÃO

O presente artigo científico, através da metodologia indutiva, buscou investigar a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor e sua atual eficiência no e-commerce. Como discorrido anteriormente através da análise de conceitos e a importância econômica do comércio eletrônico percebe-se a grandeza do setor no Brasil e a necessidade de uma legislação rígida e eficaz para que se tenha as garantias tanto do consumidor, quanto do fornecedor.

Vale ressaltar que as legislações atuais que regem diretamente o comércio online, sendo a Lei Nº 8.078 e o Decreto Nº 7.962, são legislações denominadas como “antiquadas”, visto que foram criadas respectivamente em 1990 e 2013, ou seja, devem ser atualizadas para que acompanhem o avanço tecnológico da internet e de suas ferramentas atuais, que por muitas vezes levam vantagens por não possuírem medidas protetivas previstas em lei.

Além disso, é de importância a regulamentação de plataformas auxiliaoras a pendências e problemáticas, que auxiliem tanto o consumidor quanto ao fornecedor, para que assim o comerciante evita sofrer punições tanto legislativas quanto processuais e o usuário consiga ter segurança no ato da compra e tenha uma garantia a mais de sua proteção.

Através da análise da pesquisa em campo apresentada, junto de doutrinas e jurisprudência fica evidente a real necessidade de que para que se alcance os meios de efetividade do CDC na aplicabilidade no âmbito do comércio online, várias medidas podem ser tomadas para incentivar o desenvolvimento de acordo com os padrões estabelecidos no domínio do comércio eletrônico.

As medidas apresentadas no presente artigo científico, como a criação do título exclusivo para o comércio eletrônico, a implementação de um sistema de acompanhamento de desempenho e a criação de diretrizes web que promovam a transparência e a clareza das informações fornecidas aos usuários, são fundamentais para que todos os envolvidos no ato da compra online tenha seus direitos resguardados e assim o Código de Defesa do Consumidor tenha sua eficiente aplicabilidade no e-commerce.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

NUNES, Rizzatto. Curso de direito do consumidor. 15. ed. 2024.

RODRIGUES, J. C. e-Commerce: Conceitos, processos, gestão e monetização. Marketing, ciência & política: Neuromation, 2023.

TEIXEIRA, Tarcísio Comércio eletrônico - Conforme o Marco Civil da Internet e a regulamentação do e-commerce no Brasil. N.p.: Saraiva Educação S.A., 2017.

Decreto nº 7.962. Lei do comércio eletrônico. Brasília, DF, 15 de março de 2013.

Lei nº 13.874/2019. Lei da Liberdade Econômica. Brasília, DF, 20 de setembro de 2019.

Lei nº 8.078/1990. Código de Defesa do Consumidor. Brasília, DF, 11 de setembro de 1990.

Tribunal de Justiça de São Paulo (TJ-SP). Procedimento Comum Cível 10005408420238260047. Assis Jurisprudência. Sentença. Data de publicação: 15 de janeiro de 2024.

UNIVERSIDADE DE RIO VERDE. O direito do consumidor no e-commerce. Disponível em: [https://www.unirv.edu.br/conteudos/fckfiles/files/6%20/%20O%20DIREITO%20DO%20CONSUMIDOR%20NO%20E-COMMERCE\(1\).pdf](https://www.unirv.edu.br/conteudos/fckfiles/files/6%20/%20O%20DIREITO%20DO%20CONSUMIDOR%20NO%20E-COMMERCE(1).pdf), acessado em 28/09/2023

E-commerce Brasil. E-commerce traz oportunidades. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/e-commerce-traz-oportunidades>. Acesso em: 02 de dezembro de 2023.

CDL Contagem. E-commerce brasileiro dobra faturamento de 2019 a 2023. Disponível em: <https://cdlcontagem.org.br/e-commerce-brasileiro-dobra-faturamento-de-2019-a-2023/#:~:text=O%20e%2Dcommerce%20brasileiro%20passou,R%24%2090%20bilh%C3%B5es%20de%202019>. Acesso em: 15 de novembro de 2023.

E-commerce Brasil. Mais da metade dos brasileiros tem preferência por compras online. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/mais-da-metade-dos-brasileiros-tem-preferencia-por-compras-online#:~:text=Esse%20%C3%ADndice%20supera%20a%20m%C3%A9dia,de%20apenas%2040%2C1%25>. Acesso em: 20 de janeiro de 2024.