



MARIANA REZENDE NOGUEIRA DE BARROS

OS DIREITOS DO CONSUMIDOR NAS COMPRAS REALIZADAS PELA INTERNET.

Caçapava
2022



MARIANA REZENDE NOGUEIRA DE BARROS

OS DIREITOS DO CONSUMIDOR NAS COMPRAS REALIZADAS PELA INTERNET.

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação
em Direito – Projeto de Pesquisa, da Faculdade
Santo Antônio, como requisito de aprovação e
aproveitamento de créditos.

Prof. Tutor:

Prof. Orientador:

Caçapava

2022

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	01
2 OBJETIVOS	02
2.1 Geral	03
2.2. Específicos	04
3. JUSTIFICATIVA	05
4. REVISÃO DA LITERATURA /OU/ REFERÊNCIAS TEÓRICOS	06
5 METODOLOGIA	07
6 CRONOGRAMA	08
7 REFERÊNCIAS	09

1. INTRODUÇÃO

Após um quadro pandêmico que vivenciamos nesses últimos 2 anos, as vendas através do e-commerce aumentaram de forma exacerbada e automaticamente resultaram em um aumento de crimes virtuais, insatisfações e reclamações por milhares de consumidores. Diante desse cenário de problematização, me veio a ideia de me aprofundar sobre os respaldos jurídicos e o Código de Defesa do Consumidor nas compras feitas de forma online.

É seguro comprar no e-commerce? Quais os respaldos jurídicos que consumidor possui? Como garantir a segurança do consumidor no e-commerce?

2. OBJETIVOS

2.1 GERAL

O presente projeto tem como finalidade apresentar primeiramente o significado de e-commerce (plataformas de vendas virtuais) e o Direito do Consumidor.

Diante dessa sistemática, verificaremos quais são os mecanismos a serem utilizados a favor do consumidor nas compras online, que abordam o CDC – Código de Defesa do Consumidor e o ordenamento jurídico brasileiro.

Primeiramente efetuari a pesquisa referente a algumas plataformas de vendas online que mais se destacam, verificarei quais os respaldos jurídicos diante dessas plataformas, qual empresa possui o maior índice de reclamação em compras online e qual empresa apresenta mais soluções para estes problemas.

2.2 ESPECÍFICOS

Para que eu possa efetuar uma pesquisa completa e mais detalhada utilizarei o CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, dados do PROCON – PROGRAMA DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR e também informações colhidas no site RECLAME AQUI, não me esquecendo de artigos e bibliografias que auxiliar na comprovação e detalhamento das informações.

3. JUSTIFICATIVAS

O Direito do consumidor está previsto no Art. 5º, inciso XXXII da Constituição Federal de 1988, como direito e garantia fundamental. No referido, consta que o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor. A expressão “promover” pode ser entendida como a busca de um restabelecimento do equilíbrio e igualdade nas relações de consumo, pois antes da criação do Código de Defesa do Consumidor, o consumidor

vivenciava uma relação injusta, sendo a parte mais frágil diante de vários grupos comerciais.

Nos dias atuais, a relação comercial que predomina é o comércio virtual, incentivado por ofertas, preços mais acessíveis e facilidade na compra.

São mínimos os consumidores que não possuem acesso a compras virtuais na atualidade, mas são muitos os que não sabem de seus Direitos e Deveres como consumidores virtuais.

Este projeto tem por objetivo apresentar as deficiências e as compreensões acerca do direito do consumidor em suas compras virtuais.

4. REVISÃO DA LITERATURA

A Evolução do Direito do Consumidor

Desde a antiguidade a prática de relação de consumo já era bastante realizada, sendo elas a troca de produtos por alimentos e mercadorias de necessidade para sua sobrevivência.

Por se tratar de um tema recente na doutrina e na legislação, as relações de consumo já eram resguardadas por algumas leis na defesa do consumidor. Há de se falar na existência de registros que comprovam essa preocupação com a proteção das relações de consumo, mesmo que indiretamente como o Código de Hamurabi (2.300 a. c.), conhecido como o mais antigo código o qual foi baseado na Lei de talião como forma de regulamentação do comércio, a exemplo a Lei 233 que exigia do arquiteto a obrigação de pagar ou reconstruir uma casa caso as paredes apresentassem qualquer defeito (FILOMENO, 2018).

Almeida (2020), ressalta que com a manifestação populacional ocorrida nos séculos XVIII e XIX na Inglaterra proveniente da migração rural para os centros urbanos com o advento da revolução industrial, a ampliação do consumo foi inevitável, despertando grande interesse e necessidade por um consumo em massa de novos produtos e serviços. Como consequência dessa migração a forma como eram distribuídas as mercadorias não eram mais as mesmas, o que antes era feito e acompanhado pelo próprio fabricante não era mais possível, pois a relação direta entre produtor e consumidor já não existiam. A preocupação com o aumento da demanda provocou o esquecimento do critério qualidade que evidentemente contribuiu para que os problemas começassem a aparecer, sendo necessário adequar esse novo processo com novas ferramentas jurídicas como os contratos que por outro lado não evoluíram e não foram eficazes na defesa e proteção do

consumidor, proporcionando uma relação propícia a cláusulas abusivas que favoreciam ao produtor deixando o consumidor totalmente vulnerável (Cavaliere, FILHO, 2019, p. 15). Diante do exposto, podemos dizer que os fatores históricos foram de extremamente importância para o Direito do Consumidor.

A introdução do Direito do Consumidor

A primeira maneira de introduzir o Direito do Consumidor deve ser vista sob o enfoque constitucional, na medida em que a defesa do vulnerável das relações de consumo é um direito fundamental (art. 5º, XXXII, da CF).

Em relação à introdução filosófica de proteção ao mais fraco, cumpre destacar que fundamenta os inúmeros princípios e direitos básicos elencados no CDC, na medida em que tais institutos buscam conferir direitos ao vulnerável da relação — o consumidor — e impor deveres à parte mais forte — o fornecedor —, como forma de reequilibrar uma relação que nasce desigual.

Já a introdução socioeconômica do Direito do Consumidor leva em consideração não apenas aspectos históricos como a quebra de ideologias, por exemplo a de Adam Smith de que o consumidor seria o rei do mercado, mas também questões do mundo contemporâneo, como as recorrentes práticas abusivas de alguns setores do mercado econômico.

O decorrer dos tempos nos ensinou que o consumidor não foi capaz de ditar as regras do jogo com seu “poder” de compra, num mercado facilmente manipulado pelo fornecedor.

Ao contrário, se tornou o vulnerável da relação jurídica de consumo e vítima de abusividade na conduta de maus fornecedores que utilizam, por exemplo, práticas agressivas de marketing para reduzir a zero a liberdade de escolha do consumidor.

Em resumo, o consumidor recebe diariamente uma avalanche de informações sobre a falsa necessidade de adquirir novos produtos ou de contratar novos serviços para, ao final, consumir, consumir e consumir, mesmo sem a necessidade de. (FABRICIO BOLZAN DE ALMEIDA, 2022, pag. 20).

Comércio E-commerce (Comércio Online) – Lei 7962/13

Sob a citação de Bertholdo (2021);

“E-commerce (ou “comércio eletrônico” em português) é uma modalidade de comércio onde os negócios e transações financeiras são realizadas via dispositivos e plataformas eletrônicas, como computadores, tablets e smartphones”.

No que diz respeito as compras efetuadas de forma online, o código de defesa do consumidor não disponibilizava leis específicas para regulamentar esse modelo de consumo.

A lei 7962/13 mais conhecida como a lei do e-commerce, diz que: o fornecedor que atua no comércio eletrônico terá que informar em sua página na internet alguns itens, tais como:

- (i) Nome empresarial e CPF ou CNPJ;
- (ii) Endereço físico e eletrônico;
- (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.

Ademais, os sites de compras coletivas e similares terão de informar a quantidade mínima de consumidores para a efetivação da oferta, o prazo para utilização da oferta pelo consumidor e a identificação do fornecedor responsável pelo site e do fornecedor do produto ou serviço ofertado, com todo o detalhamento já mencionado acima.

Por fim, a empresa que não cumprir o estabelecido no novo Decreto sofrerá punições, que podem ser multas, apreensão dos produtos, cassação de registro, entre outros, tendo em vista as novas obrigações previstas.

O artigo 56 do código de defesa do consumidor, determina que os empreendedores de e-commerce estão sujeitos a sanções como: multas; apreensões de produtos; inutilização de produtos; cassações de registros de produtos junto ao órgão competente; proibição da fabricação de produtos; suspensão do fornecimento de produtos e serviços; revogação da concessão ou permissão de uso; cassação da licença do estabelecimento ou da atividade; interdição total ou parcial do estabelecimento, da obra ou da atividade; intervenção administrativa; imposição de contrapropaganda. Bolzan (2014), salienta que a lei do e-commerce às empresas que oferecem produtos e serviços devem disponibilizar aos consumidores informações as quais abrangem as seguintes formalidades: informações claras a respeito do produto, serviço e do fornecedor, atendimento facilitado ao consumidor; respeito ao direito de arrependimento.

5. METODOLOGIA

O tipo de pesquisa utilizada no presente artigo foi descritivo e exploratório em relação aos objetivos, visto que, segundo Gil (1996), proporciona uma proximidade com a questão. Neste sentido, para construir o meu projeto irei partir da metodologia de coleta de dados

referente a casos supracitados no decorrer do conteúdo, através de pesquisas documentais e bibliográficas com o intuito de relacionar os dados para uma melhor interpretação.

6. CRONOGRAMA

Atividades	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Pesquisa do tema	X					
Pesquisa bibliográfica						X
Coleta de Dados (se for o caso)		X	X	X	X	
Elaboração do trabalho	X	X				
Entrega do trabalho			X			X

7. REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Fabrício Bolzan D. **Direito do Consumidor. (Coleção Esquematizado®)**.

Editora Saraiva, 2022. E-book. ISBN 9786553622166. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786553622166/>. Acesso em: 14 dez. 2022.

ALMEIDA, Fabrício Bolzan D.; LENZA, Pedro. **ESQUEMATIZADO - DIREITO DO**

CONSUMIDOR. Editora Saraiva, 2021. E-book. ISBN 9786555592788. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555592788/>. Acesso em: 14 dez. 2022.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 5 out. 1988.

NUNES, Rizzato. **Curso de direito do consumidor**. Editora Saraiva, 2022. E-book. ISBN 9788553607532. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788553607532/>. Acesso em: 14 dez. 2022.

NUNES, Rizzato. **Curso de direito do consumidor**. Editora Saraiva, 2021. E-book. ISBN 9786555593525. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555593525/>. Acesso em: 14 dez. 2022.