

# **VÍCIOS OCULTOS E APARENTES NOS PRODUTOS E/OU SERVIÇOS ADQUIRIDOS DE FORMA ONLINE (DIGITAL) - DIREITO DO CONSUMIDOR.**

*Eduardo E. da Rosa  
Julia O. Ferreira  
Carolina G. da S. Drumond  
André Luis dos S. Aguiar  
Allana Maria de F. Moreira  
Erick Henry R. batista  
Gustavo O. Silva  
Mikaelly Lélia da Silva*

## **Resumo**

Esta pesquisa teórica foi conduzida com o intuito de fundamentar a atividade extensionista na disciplina "Direito Digital", sob a orientação do Prof. Dr. Henrique Savonitti Miranda.

Os vícios aparentes são facilmente detectáveis, ao contrário dos vícios ocultos que são difíceis de identificar a olho nu pelo consumidor. Esses problemas podem ser encontrados em produtos digitais e físicos.

Os fornecedores de produtos e serviços digitais são legalmente responsáveis por esses vícios. O Código de Proteção e Defesa do Consumidor (CDC), criado pela Lei no 8.078, (BRASIL, 1990), garante que os consumidores desses produtos tenham seus direitos resguardados

Devido ao fato de que os consumidores não têm contato direto com o produto ou serviço antes da compra, existe uma alta probabilidade de que surjam problemas que não são evidentes no início, mas que podem ser identificados mais tarde devido à falta de interação direta entre o vendedor e o comprador no mundo digital.

Portanto, ao invocar as garantias do consumidor no Código de Proteção e Defesa do Consumidor (CDC), será possível lidar com casos em que esses vícios ocultos sejam encontrados em produtos adquiridos pessoalmente ou online. Isso garante a proteção do consumidor e esclarece as responsabilidades entre o consumidor e o vendedor ou fornecedor.

## **1. Desenvolvimento do tema**

### **1.1 Direito do Consumidor no Brasil**

Para entender a importância e as bases sobre as quais o atual regramento se assenta, é necessário observar as mudanças no direito do consumidor no Brasil. O

Código de Proteção e Defesa do Consumidor, criado pela Lei n. 8.078 (BRASIL, 1990), distribuindo um marco importante para proteger os direitos dos consumidores no país.

Antes da promulgação do Código de Proteção e Defesa do Consumidor em 1990, as relações de consumo no Brasil eram reguladas pelo Código Civil de 1916, que era inadequado para tratar das demandas dos consumidores. Isso colocava os consumidores em desvantagem e os deixava juridicamente vulneráveis em relação aos fornecedores.

Anos mais tarde, a promulgação do Código de Proteção e Defesa do Consumidor em 1990 representou um passo significativo para corrigir essas desigualdades e assegurar uma proteção mais eficaz aos consumidores. A legislação introduziu uma série de direitos e garantias essenciais para os consumidores, criando uma base legal robusta para tratar de questões relacionadas a produtos e serviços defeituosos, práticas comerciais abusivas e outros problemas comuns enfrentados pelos consumidores.

Adicionalmente, a Constituição Federal de 1988 também desempenhou um papel vital na proteção dos direitos dos consumidores. O artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal de 1988 reconhece explicitamente a proteção do consumidor como um direito fundamental. Além disso, o artigo 170, inciso V, da mesma Constituição estabelece a defesa do consumidor como um princípio fundamental da ordem econômica, ressaltando a importância de proteger os consumidores no contexto mais amplo do sistema econômico do país.

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

V - defesa do consumidor;

Portanto, a criação do Código de Proteção e Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), juntamente com as disposições constitucionais voltadas à proteção do consumidor, representa um avanço notável na evolução do direito do consumidor no Brasil. Essas medidas asseguram uma maior proteção e suporte legal aos consumidores em suas relações comerciais.

## **1.2 Conceito de Consumidor e Fornecedor**

Os conceitos definidos pelos artigos 2º e 3º da Lei n. 8.078 (BRASIL, 1990) é essencial para entender e aplicar o Código de Proteção e Defesa do Consumidor.

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

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

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

O Código de Proteção e Defesa do Consumidor (Brasil, 1990) define o destinatário final como qualquer indivíduo ou empresa que compra ou utiliza um produto ou serviço. O consumidor final compra um bem ou serviço para uso pessoal, não para revendê-lo ou usá-lo como matéria-prima em sua atividade comercial. Gama (2006; p. 38) discorda sobre o conceito de consumidor com base no que está definido no art. 2º do Código de Proteção e Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990):

Com base na definição apresentada no artigo 2 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), Gama (2006; p. 38) discute o termo consumidor.

O conceito de consumidor, segundo o Código, abrange tanto pessoas físicas quanto jurídicas que adquirem produtos ou serviços como destinatários finais, sem discriminação de classe econômica ou função social. Qualquer indivíduo ou entidade que se posicione nessa condição em uma relação jurídica com um fornecedor é considerado consumidor. Isso inclui o Estado, grandes empresas ou cidadãos individuais quando adquirem produtos ou serviços para seu próprio uso final. Por outro lado, não são considerados consumidores aqueles que adquirem bens com o objetivo de transformá-los, revendê-los, repassá-los ou parcelá-los, pois nesses casos não há a destinação final dos produtos ou serviços. O fornecedor, por sua vez, é definido como qualquer pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, incluindo entidades despersonalizadas, que esteja envolvida na produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou na prestação de serviços. Lisboa (2006: p. 147) procurou definir cada modalidade mencionada pelo Código de Proteção e Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), o qual estabelece o que constitui um fornecedor:

Para o legislador, portanto, as atividades consideradas como de “lançamento de produtos ou serviços no mercado consumidor” são:

a) Produção: elaboração de produtos e serviços para satisfazer necessidades econômicas humanas;

- b) Montagem: reunião de peças para o funcionamento adequado de dispositivos ou objetos complexos;
- c) Criação: desenvolvimento de obras, inventos ou serviços para atender interesses humanos;
- d) Construção: edificação ou constituição de um bem físico;
- e) Transformação: modificação do estado de sistemas físicos ou orgânicos;
- f) Importação: introdução de mercadorias de outro território nacional;
- g) Exportação: transporte de mercadorias para fora do território nacional;
- h) Distribuição: repartição social da riqueza como fenômeno econômico;
- i) Comercialização: negociação de mercadorias.

Esses conceitos são interdependentes, pois a existência de um depende da existência do outro. ou seja, só haverá consumidor em uma relação jurídica se também houver um fornecedor de produtos ou serviços envolvido nessa relação. Além disso, é necessário que o consumidor adquira ou utilize o produto ou serviço como destinatário final para que seja considerado consumidor nos termos do Código de Proteção e Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990).

Portanto, sempre que ocorrer uma interação entre um consumidor (nos termos definidos pela lei) e um fornecedor de produtos ou serviços, e essa interação envolver condições que afetem os direitos do consumidor, será aplicável o Código de Proteção e Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990) para garantir a proteção e os direitos do consumidor na relação comercial.

## **2. Da Vulnerabilidade do Consumidor e seus Princípios**

A vulnerabilidade do consumidor, se torna a principal ênfase no Código de Proteção e Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), o qual reflete a desigualdade do poder nas relações entre consumidores, fornecedores e produtores. Essa vulnerabilidade decorre não apenas da disparidade econômica entre as partes, mas também da assimetria de informações, da complexidade dos produtos e serviços oferecidos e da dificuldade dos consumidores se organizarem de forma coletiva.

Como evidenciado na passagem anterior, o principal princípio do Código de Proteção e Defesa do Consumidor (Brasil, 1990) é a igualdade. De acordo com o artigo 5º da Constituição Federal (Brasil, 1988), todos são iguais perante a lei, independentemente de suas condições sociais, familiares, crenças ou raça, garantindo-se a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade para brasileiros e estrangeiros residentes no país.

A proteção contra discriminação, conforme destacado por Gama (2006), enfatiza que não importa o valor econômico do dano ou a condição financeira do

consumidor, pois o que realmente importa é o respeito à sua dignidade pessoal, que não deve ser violada no mercado.

Os consumidores frequentemente se encontram em posição de desvantagem em relação aos fornecedores e produtores, seja por não terem acesso a todas as informações relevantes sobre os produtos ou serviços, seja por não possuírem conhecimentos técnicos para avaliar adequadamente sua qualidade ou segurança. Além disso, a publicidade muitas vezes cria expectativas irreais nos consumidores, que podem ser levados a tomar decisões prejudiciais a seus interesses.

Diante dessa situação de vulnerabilidade, o Código de Proteção e Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990) estabelece uma série de princípios fundamentais para proteger os consumidores e equilibrar as relações de consumo. Alguns desses princípios incluem:

- a) Princípio da proteção: Este princípio visa assegurar que os consumidores tenham acesso a produtos e serviços seguros e de qualidade, protegendo sua saúde, segurança e interesses econômicos.
- b) Princípio da transparência: Os fornecedores são obrigados a fornecer informações claras, precisas e completas sobre os produtos e serviços oferecidos, garantindo que os consumidores possam tomar decisões informadas.
- c) Princípio da boa-fé: Tanto os consumidores quanto os fornecedores devem agir de boa-fé nas relações de consumo, o que implica agir com honestidade, lealdade e respeito aos direitos e expectativas da outra parte.
- d) Princípio da equidade: Este princípio busca equilibrar as relações de consumo, impedindo práticas abusivas por parte dos fornecedores e garantindo tratamento justo aos consumidores.
- e) Princípio da qualidade: Os produtos e serviços devem atender aos padrões de qualidade estabelecidos pela legislação e pelas normas técnicas aplicáveis, garantindo que os consumidores recebam aquilo pelo qual pagaram.
- f) Princípio da reparação integral: Em caso de danos causados por produtos ou serviços defeituosos, os consumidores têm direito à reparação integral, que inclui a restituição do valor pago, o ressarcimento de danos materiais e morais, entre outros.

Esses são apenas alguns dos princípios que norteiam o Código de Proteção e Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990) e visam proteger os consumidores em sua posição de vulnerabilidade nas relações de consumo. A efetiva aplicação desses princípios contribui para um ambiente de consumo mais justo, transparente e equitativo, promovendo o bem-estar e a confiança dos consumidores na economia de mercado.

### **3. Compreendendo os Vícios Aparentes**

### 3.1 Vícios Aparentes em Produtos e Serviços Online

Na era digital, os consumidores são frequentemente expostos a uma infinidade de produtos e serviços online. No entanto, como em qualquer transação comercial, há possibilidade de que esses itens apresentem falhas ou defeitos que possam prejudicar a experiência do usuário. Um desses tipos de falhas são os chamados "vícios aparentes". Vícios aparentes estão previstos no art. 26, incisos I e II do Código de Proteção e Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), referem-se a defeitos ou falhas que são facilmente perceptíveis no momento da compra ou imediatamente após a entrega do produto ou serviço.

Art. 26. O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em:

I - trinta dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos não duráveis;

II - noventa dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos duráveis.

Os vícios aparentes são defeitos ou falhas que podem ser identificados de forma imediata, sem a necessidade de qualquer investigação mais aprofundada. Eles são facilmente perceptíveis aos olhos do consumidor médio no momento da compra ou logo após o recebimento do produto ou serviço. Esses vícios comprometem a qualidade, o funcionamento ou a utilidade do item adquirido e podem variar em gravidade, desde problemas estéticos até questões que afetam diretamente o desempenho.

Exemplos comuns de vícios aparentes em diferentes tipos de produtos e serviços:

- a) Produtos Eletrônicos: Telas rachadas, botões quebrados, falhas de conectividade, componentes faltantes ou danificados
- b) Roupas e Calçados: Costuras soltas, manchas visíveis, zíperes que não funcionam, tamanhos incorretos ou cores diferentes do anunciado.
- c) Alimentos e Bebidas: Produtos com data de validade expirada, embalagens danificadas, produtos adulterados ou com ingredientes em falta.
- d) Serviços de Streaming: Vídeos ou músicas com qualidade inferior à anunciada, falhas constantes na transmissão, problemas de sincronização de áudio e vídeo.
- e) Hospedagem de Sites: Sites quebrados, lentidão excessiva no carregamento, falta de recursos prometidos, como suporte técnico inadequado.

Para identificar e reconhecer vícios aparentes durante o processo de compra online, consideramos alguns pontos:

- a) **Análise das imagens e descrições:** Antes de efetuar a compra, examine cuidadosamente as imagens e descrições do produto ou serviço. Procure por qualquer inconsistência ou falta de detalhes que possam indicar um possível vício.
- b) **Leia as avaliações e comentários:** Verifique as opiniões de outros consumidores que já adquiriram o mesmo item. Se houver reclamações recorrentes sobre determinado vício, é importante considerar essa informação antes de prosseguir com a compra.
- c) **Preste atenção aos detalhes durante o recebimento:** Ao receber o produto ou serviço, inspecione-o imediatamente em busca de qualquer defeito ou falha aparente. Não hesite em relatar qualquer problema ao vendedor ou fornecedor.
- d) **Conheça seus direitos como consumidor:** Esteja ciente das políticas de devolução, troca e garantia oferecidas pelo vendedor ou plataforma de compras online. Caso você identifique um vício aparente, saiba como proceder para resolver a situação da maneira mais adequada.

Os vícios aparentes são falhas evidentes que podem comprometer a qualidade ou utilidade de um produto ou serviço adquirido online. Ao estar atento durante o processo de compra e recebimento, os consumidores podem identificar esses vícios precocemente e agir conforme seus direitos para garantir uma experiência satisfatória de compra online.

## **4. Vícios Ocultos em Produtos e Serviços Online**

### **4.1 Desvendando os Vícios Ocultos em Produtos e Serviços Online**

No mundo das compras online, os vícios ocultos representam um desafio significativo para os consumidores. Entender o que são, como podem afetar os produtos e serviços adquiridos, e os obstáculos envolvidos na sua identificação são aspectos cruciais para uma experiência de compra satisfatória e segura.

Os vícios ocultos são defeitos ou imperfeições que não são facilmente perceptíveis no momento da compra ou entrega do produto, mas que se manifestam após um período de uso. Eles podem estar relacionados à qualidade dos materiais, fabricação inadequada, design defeituoso ou outras questões que não são imediatamente visíveis. Diferentemente dos vícios aparentes, que são prontamente identificáveis, os vícios ocultos requerem uma observação mais detalhada e podem surgir quando o consumidor já está utilizando o produto ou serviço.

Exemplos comuns de vícios ocultos e seus impactos nos consumidores:

- a) **Produtos Eletrônicos:** Um laptop pode apresentar um problema de superaquecimento após algumas semanas de uso, causando danos internos aos componentes e comprometendo seu desempenho.
- b) **Roupas e Calçados:** Um par de sapatos pode parecer em perfeitas condições no momento da compra, mas desenvolver uma falha na sola

após algumas semanas de uso, resultando em desconforto e até mesmo lesões para o usuário.

- c) Alimentos e Bebidas: Um pacote de alimentos embalados pode parecer intacto no momento da entrega, mas conter ingredientes deteriorados que só serão percebidos quando o consumidor abrir o pacote para consumo.
- d) Serviços de Streaming: Um serviço de streaming de vídeo pode parecer funcionar perfeitamente durante o período de teste gratuito, mas apresentar falhas de conectividade e buffering constante após a assinatura paga ser ativada.

Os desafios para identificar vícios ocultos antes e após a compra online:

- a) Inspeção limitada: Os consumidores muitas vezes têm acesso limitado ao produto ou serviço antes da compra, o que dificulta a identificação de possíveis vícios ocultos.
- b) Dependência de avaliações e descrições: A confiança nas avaliações de outros consumidores e nas descrições do produto ou serviço pode levar os consumidores a negligenciar possíveis vícios ocultos.
- c) Tempo de exposição: Alguns vícios ocultos só se manifestam após um período prolongado de uso, o que significa que o consumidor pode descobrir o problema apenas após o término do período de garantia.

Os vícios ocultos em produtos e serviços online representam um desafio significativo para os consumidores, exigindo vigilância e cuidado durante todo o processo de compra, desde a pesquisa inicial até o uso contínuo do item adquirido. A conscientização sobre esses vícios e a busca por informações detalhadas podem ajudar os consumidores a evitar experiências insatisfatórias e garantir transações online mais seguras e confiáveis.

## **5. Direitos do Consumidor em relação a Vícios Aparentes e Ocultos em Produtos adquiridos online.**

No ambiente dinâmico do comércio eletrônico, os consumidores têm direitos sólidos para lidar com vícios aparentes e ocultos em produtos adquiridos online. Esses direitos são fundamentais para garantir que os consumidores recebam produtos de qualidade e que suas expectativas sejam atendidas.

Os vícios aparentes referem-se a defeitos ou falhas que são facilmente perceptíveis no momento da compra ou logo após a entrega do produto.

Os vícios ocultos são defeitos ou falhas que não são facilmente perceptíveis no momento da compra ou logo após a entrega do produto, mas que se manifestam após um período de uso.

De acordo com o Código de Proteção e Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), os consumidores têm direito a produtos que estejam em conformidade com as descrições apresentadas pelo vendedor e que atendam às suas expectativas razoáveis em relação à qualidade e funcionalidade.



No Brasil, o Código de Proteção e Defesa do Consumidor é a principal legislação que protege os consumidores contra vícios aparentes em produtos e serviços. Além disso, o Decreto n. 7.962 (BRASIL, 2003), que regulamenta sobre a contratação no comércio eletrônico, estabelece regras específicas, garantindo que os consumidores tenham acesso as informações claras sobre os produtos e seus direitos de garantia.

Quando um consumidor identifica um vício aparente em um produto adquirido online, ele tem o direito de exigir o reembolso, a troca por um produto semelhante ou o reparo do item defeituoso. O processo geralmente envolve os seguintes passos:

- a) **Comunicação com o Fornecedor:** O consumidor deve entrar em contato com o fornecedor ou vendedor online imediatamente após identificar o vício aparente, com o prazo decadencial para exercer o seu direito de reclamação que tem o início na data da entrega do produto. Caso o bem adquirido não seja durável, o prazo é de 30 (trinta) dias (art. 26, I, do Código de Proteção e Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990) e de 90 (noventa) dias para produtos duráveis. É recomendável que essa comunicação seja feita por escrito, seja por e-mail ou por meio do canal de comunicação disponibilizado pelo vendedor.
- b) **Apresentação de Provas:** O consumidor deve fornecer evidências do vício aparente, como fotos, vídeos ou descrições detalhadas do problema. Quanto mais informações o consumidor puder fornecer, mais fácil será para o fornecedor entender e resolver o problema.
- c) **Escolha da Solução:** O consumidor tem o direito de escolher entre o reembolso, a troca por um produto semelhante ou o reparo do produto defeituoso. O fornecedor deve seguir a opção escolhida pelo consumidor, desde que seja viável e legalmente permitida.
- d) **Prazos para solução:** O fornecedor tem um prazo legal para resolver o problema do vício, que geralmente é de até 30 (trinta) dias a partir da data da reclamação. Se o fornecedor não resolver o problema dentro desse prazo, o consumidor tem direito a outras opções, como a substituição do produto, o abatimento proporcional do preço ou até mesmo restituição integral do valor pago.

Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza,

podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.

§ 1º Não sendo o vício sanado no prazo máximo de trinta dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;

II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III - o abatimento proporcional do preço.

Os Tribunais Federais tem adotado o seguinte sentido, em razão dos prazos decadências em compras de produtos duráveis e não duráveis:

APELAÇÃO CÍVEL. DIREITO DO CONSUMIDOR. RECLAMAÇÃO POR VÍCIO DO PRODUTO. BEM DURÁVEL. VÍCIO DE FÁCIL CONSTATAÇÃO. CONSOMAÇÃO DA DECADÊNCIA DO DIREITO DE RECLAMAR OS VÍCIOS. DANOS MORAIS INEXISTENTES. SENTENÇA MANTIDA. 1. **Versa a controvérsia acerca da responsabilidade civil por suposto vício do produto, além da ocorrência ou não da decadência do direito de reclamação.** 2. A relação contratual travada entre as partes se subsume aos ditames do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990), uma vez presentes todos os elementos caracterizadores: o consumidor (autor) que adquiriu produtos (insumos para produção artesanal de chinelos) vendidos pelo fornecedor (réu) no mercado de consumo (arts. 2º e 3º do CDC). 3. Os vícios do produto são de fácil constatação pelo autor, que já fez uma compra anterior com o mesmo fornecedor, então tinha base de comparação dos produtos, conhecia a qualidade dos bens adquiridos, e tinha condições suficientes de constatar os vícios mediante simples inspeção ordinária. 4. **Os produtos adquiridos são bens duráveis, atraindo o prazo decadencial de 90 (noventa) dias para que o consumidor possa exercer o direito de reclamar os vícios perante o fornecedor, contados da efetiva entrega dos bens, nos termos do art. 26, inciso II, e §1º, do CDC. Ultrapassado o prazo legal, operou-se a decadência do direito.** 5. Não há dano moral passível de compensação, pois não houve a violação a direitos da personalidade do autor, bem como porque não

se trata de fato do produto ou acidente de consumo. 6. Apelo conhecido e não provido.

Acórdão 1726407, 07049911720218070019, Relatora: LUCIMEIRE MARIA DA SILVA, Quinta Turma Cível, data de julgamento: 6/7/2023, publicado no DJe: 21/7/2023.

Ao identificar o vício oculto em um produto adquirido online, o consumidor tem o direito de exigir o reembolso, a troca por um produto semelhante ou o reparo do item defeituoso. O processo geralmente envolve os seguintes passos:

- a) **Notificação ao Fornecedor:** O consumidor deve entrar em contato com o fornecedor ou vendedor online assim que identificar o vício oculto. A comunicação pode ser feita por escrito, preferencialmente por e-mail, descrevendo detalhadamente o problema e apresentando evidências, como fotos ou vídeos.
- b) **Exigência de Solução:** O consumidor tem o direito de exigir uma solução para o vício oculto, seja por meio do reembolso, da troca por um produto semelhante ou do reparo do produto defeituoso. O fornecedor deve seguir a opção escolhida pelo consumidor, desde que seja viável e legalmente permitida.
- c) **Prazos para solução:** O fornecedor tem um prazo legal para resolver o problema do vício oculto, que é de 30 (trinta) dias ou 90 dias, a partir da data da descoberta do vício é que começa a contagem dos prazos (art. 26, I e II, e §3º, do Código de Proteção e Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990). Se o fornecedor não resolver o problema dentro desse prazo, o consumidor tem direito a outras opções, como a substituição do produto, o abatimento proporcional do preço ou até mesmo a integral do valor pago.

No que concerne aos prazos previstos na constatação de vícios ocultos, o entendimento dos Tribunais Federais tem seguido o seguinte entendimento:

JUIZADOS ESPECIAIS CÍVEIS. RECURSO INOMINADO. CONSUMIDOR. COMPRA DE PRODUTO PELA INTERNET. DECADÊNCIA. VÍCIO NO PRODUTO. BEM DURÁVEL. AUSÊNCIA DE DESDOBRAMENTO FÁTICA HÁBIL A CONFIGURAR O DANO MORAL. DANO MORAL NÃO CONFIGURADO. 1. Deferida a gratuidade de justiça ao Recorrente, por comprovada sua hipossuficiência. 2. Trata-se de recurso inominado interposto pelo Autor, ora recorrente, em face da r. sentença que acolheu a prejudicial de decadência do seu direito de reclamar. Contrarrazões não foram apresentadas. 3. O Recorrente requer a devolução do valor pago pelo pedal de encaixe para sapatilhas de MTB da marca Shimano adquirido na loja online do Recorrido, dentro do aplicativo Shopee, uma vez que constatou serem falsificados e de qualidade

inferior à esperada; acrescenta que, por esse motivo, sofreu acidente, ficando gravemente ferido; requer, também, compensação por danos morais; alega que a data utilizada na sentença não corresponde ao momento em que tomou ciência do vício oculto no produto e que a data é aquela em que o mecânico de sua confiança analisou o produto, conforme parecer técnico. 4. Nos termos do disposto no art. 26, inciso II e § 1º do CDC, o direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em noventa dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos duráveis. O suposto laudo colacionado pelo Autor corresponde a um vídeo, com pessoas não identificadas, apenas falando de um pedal de uma bicicleta, sem constar nomes, qualificação técnica de quem fala ou mesmo a data em que foi produzido, não constituindo prova hábil a afastar o prazo decadencial, que começou a contar, portanto, do recebimento do produto, nos termos do disposto no § 1º do mesmo artigo. O Recorrente contactou o vendedor pela primeira vez para reclamar sobre o produto somente em 24/10/2021, ou seja, 99 (noventa e nove) dias após o recebimento do produto, configurando-se a decadência, conforme a legislação consumerista. 5. Quanto aos danos morais, nada restou comprovado nesse sentido, uma vez que o Recorrente não trouxe atestado médico da queda sofrida, nem há qualquer outro fato hábil a aviltar os atributos de sua personalidade, sendo, dessa forma, improcedente esse pedido, conforme sentença "a quo". 6. Recurso CONHECIDO e NÃO PROVIDO. Diante da sucumbência, nos termos do artigo 55 da Lei dos Juizados Especiais (Lei n.º 9.099/1995), condenado o recorrente ao pagamento das custas, suspensa sua exigibilidade em decorrência da gratuidade de justiça deferida, conforme art. 98, § 3º da Lei n.º 9.099/1995. Sem condenação em honorários advocatícios, ante a ausência de contrarrazões.

Acórdão 1639472, 07068946220228070016, Relatora: RITA DE CÁSSIA DE CERQUEIRA LIMA ROCHA, Primeira Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, data de julgamento: 10/11/2022, publicado no DJe: 29/11/2022.

É importante ressaltar que tanto a prescrição quanto a decadência têm o objetivo de assegurar a estabilidade das relações jurídicas, impedindo que questões antigas sejam revividas indefinidamente e garantindo a segurança das partes envolvidas. Portanto, é essencial que o consumidor esteja ciente dos prazos e dos seus direitos em relação aos vícios ocultos e aparentes, a fim de garantir uma adequada proteção de seus interesses.

## 6. Estratégias para Evitar Vícios Aparentes e Ocultos em Compras Online

Fazer compras online oferece uma conveniência incomparável, mas também traz o desafio de garantir que os produtos adquiridos atendam às expectativas do consumidor, tanto em termos de qualidade quanto de funcionalidade. Para evitar vícios aparentes e ocultos, é essencial que os consumidores adotem algumas estratégias e precauções antes de finalizar suas compras online.

- a) **Leia as Descrições Detalhadamente:** Antes de fazer uma compra, certifique-se de ler cuidadosamente a descrição do produto ou serviço. Procure por informações sobre especificações técnicas, dimensões, materiais utilizados e outras características relevantes que possam indicar a qualidade do item.
- b) **Examine Imagens e Vídeos:** Analisar as imagens e vídeos disponíveis do produto pode fornecer uma visão mais detalhada de sua aparência e funcionalidades. Procure por fotos de diferentes ângulos e vídeos que demonstrem o produto em uso para ter uma ideia mais precisa do que esperar.
- c) **Verifique Avaliações e Comentários:** Ler as avaliações e comentários de outros clientes é uma maneira eficaz de entender as experiências de pessoas que já compraram o mesmo produto ou serviço. Preste atenção às críticas relacionadas a vícios aparentes e ocultos, bem como à qualidade geral do produto e à satisfação do cliente.
- d) **Pesquise a Reputação do Vendedor:** Antes de comprar de um vendedor online, pesquise sua reputação e histórico de atendimento ao cliente. Opte por vendedores com boa reputação e avaliações positivas para minimizar o risco de receber produtos de baixa qualidade ou com vícios ocultos.
- e) **Consulte Diferentes Fontes:** Além do site de venda, busque informações em outros lugares, como fóruns de discussão, sites de avaliação de produtos, blogs especializados e redes sociais. Quanto mais fontes de informação você consultar, melhor será sua compreensão sobre o produto ou serviço.
- f) **Análise Comparativos:** Compare diferentes opções de produtos ou serviços similares para entender suas diferenças em termos de qualidade, preço, funcionalidades e políticas de garantia. Isso ajudará a tomar uma decisão mais informada e a escolher a melhor opção para suas necessidades.
- g) **Feedback dos Clientes:** As avaliações e comentários dos clientes são valiosos para entender a qualidade e confiabilidade de um produto ou serviço. Eles fornecem insights genuínos sobre vícios aparentes e ocultos, além de ajudar a avaliar a experiência geral de compra.
- h) **Políticas de Devolução e Garantia:** Antes de finalizar uma compra, verifique as políticas de devolução e garantia do vendedor. Certifique-se de entender

os termos e condições para trocas, reembolsos e reparos, caso o produto adquirido apresente vícios ou não atenda às suas expectativas.

Essas dicas e estratégias ao fazer compras online poderão ajudar os consumidores a evitar vícios aparentes e ocultos, garantindo uma experiência de compra mais segura, satisfatória e livre de surpresas desagradáveis.

## **7. Responsabilidade das Plataformas de E-commerce e Prestadores de Serviços Online**

As plataformas de e-commerce desempenham um papel crucial na criação de um ambiente de compras online seguro e confiável, tanto na prevenção quanto na resolução de vícios em produtos e serviços vendidos em suas plataformas. Para garantir a satisfação do consumidor e promover a confiança no comércio eletrônico, essas plataformas devem implementar medidas eficazes para assegurar a qualidade dos produtos e serviços oferecidos por vendedores terceirizados, bem como cumprir com sua responsabilidade na entrega de serviços sem vícios aos consumidores.

As plataformas podem adotar medidas para garantir a qualidade dos produtos e Serviços online:

- a) **Verificação e Avaliação de Vendedores:** As plataformas devem implementar processos rigorosos de verificação e avaliação de vendedores terceirizados antes de permitir que eles vendam em suas plataformas. Isso pode incluir a análise de histórico de vendas, avaliações de clientes anteriores e conformidade com políticas de qualidade.
- b) **Estabelecimento de Padrões de Qualidade:** As plataformas podem estabelecer padrões mínimos de qualidade para os produtos e serviços oferecidos por vendedores terceirizados. Isso pode envolver a definição de critérios específicos de qualidade, segurança e desempenho que os produtos e serviços devem atender para serem listados na plataforma.
- c) **Monitoramento Contínuo:** As plataformas devem realizar monitoramento contínuo das transações e atividades dos vendedores terceirizados para identificar rapidamente possíveis problemas de qualidade ou vícios em produtos e serviços. Isso pode ser feito por meio de análises de dados, avaliações de clientes e relatórios de reclamações.
- d) **Implementação de Políticas de Devolução e Reembolso:** É essencial que as plataformas estabeleçam políticas claras de devolução e reembolso para produtos e serviços que apresentem vícios ou não atendam às expectativas dos consumidores. Essas políticas devem ser transparentes, fáceis de entender e aplicadas de forma consistente.

Ademais, os prestadores de serviços online têm a responsabilidade de entregar serviços sem vícios aos consumidores. Isso inclui garantir a qualidade, segurança e

eficácia dos serviços oferecidos, bem como fornecer suporte e assistência adequados aos consumidores em caso de problemas ou insatisfação.

## **8. Instituições que envolve o Direito do Consumidor**

O Direito do Consumidor envolve diversas instituições, tanto públicas quanto privadas, que desempenham papéis fundamentais na proteção e promoção dos direitos dos consumidores, vejamos algumas das principais instituições:

- a) Procons Procuradorias de Proteção e Defesa do Consumidor (Procons): Os Procons são órgãos de defesa do consumidor presentes em níveis estaduais e municipais. Eles têm a responsabilidade de receber reclamações dos consumidores, intermediar conflitos com fornecedores e promover ações educativas sobre os direitos do consumidor.
- b) Ministério Público: O Ministério Público, em suas esferas estaduais e federal, atua na defesa dos interesses coletivos e individuais dos consumidores, podendo instaurar ações civis públicas para proteger direitos difusos e coletivos.
- c) Procuradoria-Geral da República: A Procuradoria-Geral da República tem o papel de representar o Ministério Público Federal em âmbito nacional e pode atuar na defesa dos direitos do consumidor em casos de relevância nacional ou interesse público.
- d) Poder Judiciário: Os tribunais brasileiros, tanto estaduais quanto federais, julgam questões relacionadas aos direitos do consumidor. Os consumidores podem recorrer ao Judiciário para resolver disputas com fornecedores ou buscar reparação por danos causados por produtos ou serviços.
- e) Agências Reguladoras: Em setores específicos, como telecomunicações, energia elétrica e transporte, as agências reguladoras têm a função de regular e fiscalizar as atividades das empresas prestadoras de serviços, garantindo o cumprimento de normas de qualidade e segurança para os consumidores.
- f) Ordem dos Advogados do Brasil (OAB): A OAB representa os advogados brasileiros e desempenha um papel importante na defesa dos direitos do consumidor, oferecendo suporte jurídico e promovendo ações em prol da proteção dos consumidores.
- g) Instituições de Ensino e Pesquisa: Universidades e institutos de pesquisa desenvolvem estudos e pesquisas sobre temas relacionados ao Direito do Consumidor, contribuindo para a produção de conhecimento e aprimoramento das políticas públicas nessa área.
- h) Entidades de Defesa do Consumidor: Diversas entidades não governamentais atuam na defesa dos direitos do consumidor, realizando

campanhas educativas, fornecendo orientação jurídica e representando os interesses dos consumidores em fóruns de discussão e na formulação de políticas públicas.

Essas instituições trabalham de forma conjunta e complementar para assegurar a efetiva proteção dos direitos dos consumidores, promovendo relações de consumo justas, transparentes e equilibradas.

## 9. Conclusão

À medida que o comércio eletrônico continua a crescer, é fundamental abordar a questão dos vícios ocultos e aparentes em compras de produtos e serviços online.

É crucial educar os consumidores sobre seus direitos e responsabilidades ao fazer compras e serviços online. Isso inclui entender os termos de garantia, saber como identificar vícios em produtos e conhecer os procedimentos de reclamação.

A educação do consumidor e a transparência nas transações online são pilares fundamentais para promover um ambiente de compras mais seguro e confiável. Ao capacitarmos os consumidores com conhecimento e informação, podemos ajudá-los a tomar decisões mais conscientes e a exigir padrões mais elevados de qualidade e transparência por parte das plataformas de e-commerce e prestadores de serviços online.

Com o projeto desenvolvido na disciplina de Atividade Extensionista: Direito Digital, no âmbito do 2º semestre de 2024, podemos transmitir para comunidade informações sobre seus direitos e responsabilidades ao fazer compras online ou serviços online, para que os consumidores se sintam protegidos, confiantes e satisfeitos em suas transações.

## REFERÊNCIAS

GAMA, Hélio Zaghetto. **Curso de Direito do Consumidor**. 3 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2006.

LISBOA, Roberto Senise. **Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo**. 2ª ed. Editora Revista dos Tribunais; São Paulo, 2008.

SILVA, Jorge Alberto Quadros de Carvalho. **Código de Defesa do Consumidor Anotado e legislação complementar**, 3ª ed. – São Paulo: Saraiva, 2003.

COELHO, Fábio Ulhoa. **O crédito ao consumidor e a estabilização da economia**, *Revista da Escola Paulista de Magistratura*, 1/96, set./dez. 1996.



BRASIL. **Constituição Federal**. Brasília: Centro Gráfico do Senado Federal, 1988. Disponível em: [www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 23 maio 2024

BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Instituiu o Código de Defesa do consumidor. <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078compilado.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm)>. Acesso em: 28 mar. 2024.

BRASIL. **Decreto nº 7.962**, de 15 de março de 2013. Instituiu a Contratação no Comércio Eletrônico. < [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm)>. Acesso em: 28 mar. 2024.

BRASIL **Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios**. Vícios Ocultos. <<https://www.tjdft.jus.br/institucional/imprensa/campanhas-e-produtos/direito-facil/edicao-semanal/vicio-oculto>> Acesso em: 28 mar. 2024