

## DIREITOS DO CONSUMIDOR NO AMBIENTE VIRTUAL

Ana Beatriz M. Ferreira<sup>1</sup>  
Débora Dalbem S. Bejarano<sup>2</sup>  
Izabella Alves dos Santos Oliveira<sup>3</sup>  
Janaína Gonçalves da Silva<sup>4</sup>  
Júlia do Nascimento Araújo<sup>5</sup>  
Kathleen Jhenipher Dias A. Brito<sup>6</sup>  
Luana Karoline Callai Alves<sup>7</sup>  
Luís Fernando Mendes Martins<sup>8</sup>  
Nathália Palhano Lopes<sup>9</sup>  
Selma Oliveira Gomes<sup>10</sup>

### Resumo

A presente pesquisa teórica foi realizada com o objetivo de embasar a atividade extensionista que será realizada no âmbito da disciplina "Direito Digital", sob a orientação do Prof. Dr. Henrique Savonitti Miranda.

O entendimento acerca dos direitos básicos do consumidor no meio digital é de extrema importância para assegurar transparência, promover a resolução de conflitos e habilitar os consumidores a reivindicar melhores condições considerando que a digitalização do consumo é um fenômeno dos dias atuais, além de que, estar informado sobre seus direitos assegura que empresas cumpram a legislação e ofereçam recursos viáveis de apoio.

Destarte, busca-se conscientizar, proteger, e promover a igualdade entre o consumidor e o fornecedor, bem como informar a sociedade sobre seus direitos e respaldos assegurados pela legislação, promovendo-se uma experiência equilibrada e protegida.

### 1. Introdução

Ao estabelecer o direito fundamental de defesa do consumidor em seu artigo 5º, XXXII (BRASIL, 1988) a Constituição Federal determinou ao Estado o dever de realizá-la sob suas diferentes projeções, tendo como finalidade a efetividade dos direitos do consumidor, bem como a promoção de sua defesa. Define também que é de competência concorrente da União, Estados e Distrito

---

<sup>1</sup> Graduanda em Direito pelo Centro Universitário UniProcessus.

<sup>2</sup> Graduanda em Direito pelo Centro Universitário UniProcessus.

<sup>3</sup> Graduanda em Direito pelo Centro Universitário UniProcessus.

<sup>4</sup> Graduanda em Direito pelo Centro Universitário UniProcessus.

<sup>5</sup> Graduanda em Direito pelo Centro Universitário UniProcessus.

<sup>6</sup> Graduanda em Direito pelo Centro Universitário UniProcessus.

<sup>7</sup> Graduanda em Direito pelo Centro Universitário UniProcessus.

<sup>8</sup> Graduando em *Gestão de Serviços Jurídicos e Notariais* pelo Centro Universitário UniProcessus.

<sup>9</sup> Graduanda em Direito pelo Centro Universitário UniProcessus.

<sup>10</sup> Graduanda em Direito pelo Centro Universitário UniProcessus.

Federal legislar sobre o tema, ou seja, os três entes têm competência constitucional para criar normas em defesa do consumidor, conforme artigo 24, inciso V e VIII.

O avanço e progresso da internet deu força à oportunidade de oferta de produtos e serviços por meios digitais, tendo como consequência a ampliação da capacidade de negócios para fornecedores, bem como facilitando a aquisição destes por consumidores.

Ocorre que, o rápido desenvolvimento tecnológico neste meio acentua a vulnerabilidade do consumidor, situação esta já reconhecida no artigo 4º, I, do Código de Defesa do Consumidor, Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990 (BRASIL, 1990)

## **2. A aplicação do Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90 ) e o comércio eletrônico (Lei 7.962/13)**

Preliminarmente, é de extrema importância entender o que é Direito do Consumidor.

Antes da Constituição Cidadã (BRASIL, 1988), as relações entre consumidores e fornecedores eram disciplinadas pelo Código Civil, ou seja, as partes eram tratadas da mesma maneira. Após a promulgação do Texto Constitucional de 1988 (BRASIL, 1988) positivou-se a necessidade de proteger, como princípio da ordem econômica nacional, os interesses do consumidor, conforme artigo 170, inciso V da Constituição (BRASIL, 1988). Isto posto, surge a Lei nº 8.078/1990, denominado Código de Defesa do Consumidor que abrange todas as relações que envolvem consumidor e fornecedor. Colocando em primeiro plano a parte mais frágil e vulnerável, esse ramo jurídico tem como desígnio equilibrar a relação consumerista, oportunizando proteção jurídica ao consumidor ante as contratações.

No momento presente, a ascensão das transações comerciais deve-se à facilidade e comodidade que proporciona ao consumidor, como, por exemplo, a oportunidade de aquisição de uma mercadoria sem ter que se deslocar até o estabelecimento do fornecedor, tal qual a comparação de preços de um item em diversas lojas (RIBEIRO, 2024).

Em contrapartida, conforme menciona Ribeiro (2024), o comércio eletrônico também possui desvantagens, como a ausência de contato direto com o produto a ser adquirido, e não se pode olvidar de questões relacionadas à segurança e termos de contratação, que diariamente afetam a experiência de consumidores, isso porque o meio digital favorece a oferta de uma quantidade maior de informações, mas não necessariamente de melhor qualidade.

O comércio eletrônico, ou *e-commerce*, pode ser definido como o conjunto de relações firmadas entre o fornecedor e o consumidor, realizadas em uma plataforma virtual, mais precisamente da compra e venda de produtos ou prestação de serviços. Ressalta-se que toda relação estabelecida virtualmente, em que não há contato físico entre as partes, é conceituada como atividade de comércio eletrônico (NEVES, 2014, p. 155).

É importante destacar que quando o consumidor e fornecedor estiverem no Brasil, os contratos celebrados pela internet estão subjugados ao mesmo regime jurídico dos demais firmados fisicamente. Por isso, sem prejuízo da aplicação de outras normas, aplicam-se as regras do Código Civil (CC, 2002) e do Código de Defesa do Consumidor (CDC, 1990) aos negócios concretizados *online* (NEVES, 2014, p. 157).

## **2.1. Decreto nº 10.271/2020 – Proteção ao consumidor no comércio eletrônico**

O Brasil adotou a Resolução GMC 37/19, do Grupo Mercado Comum (GMC), órgão decisório executivo do Mercado Comum do Sul (MERCOSUL), através do Decreto nº 10.271 de 06 de março de 2020, que disciplina acerca da proteção do consumidor em operações eletrônicas, engloba todos os fornecedores locais ou estabelecidos em alguns desses países ou que atuem comercialmente sob qualquer de seus domínios de *internet*, tendo por finalidade a harmonização dos preceitos básicos em defesa do consumidor no comércio eletrônico, da mesma maneira que incentiva a adoção de instrumentos comuns de proteção ao consumidor (BRASIL, 2020).

Luís Rodolfo Cruz e Creuz (2020) em seu artigo evidencia o objetivo do Decreto 10.271/2020 foi instituir para o consumidor informações claras e as principais características a respeito de produtos, serviços e fornecedores, sendo essas informações dispostas em local de destaque e visualização facilitada, não esquecendo dos possíveis riscos à saúde e valores.

Apesar de o Código de Defesa do Consumidor (CDC, 1990) e o Decreto de Comércio Eletrônico (BRASIL, 2013) já contemplarem várias disposições acerca do consumidor e sua proteção, os novos dispositivos constantes no Decreto 10.271 (BRASIL, 2020) ampliam está ao introduzir medidas supletórias, como:

- adoção pelas empresas do bloco, de padrões mínimos para proteção dos consumidores;
- harmonizam as obrigações básicas em matéria de defesa do consumidor no comércio eletrônico entre os quatro Estados Partes do MERCOSUL (Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai), estabelecendo-se patamar comum de proteção no bloco;
- reiteram a obrigação do fornecedor de apresentar um resumo contratual prévio, com ênfase nas cláusulas de maior significância para o consumidor;
- preveem mecanismos de resolução de controvérsias online, ágeis e justas, em atenção ao vulnerável;
- preveem a cooperação entre os órgãos nacionais de proteção ao consumidor;

Conforme dispõe o doutrinador Bruno Miragem (2016, p .804) a sociedade de consumo altera a maneira de relacionamento do mercado, incentivando as transformações tecnológicas, e favorecendo avanço expressivo quanto à responsabilidade do fornecedor em cumprir seus deveres quanto do

consumidor em exigir seus direitos no meio digital, uma vez que a concorrência é estimulada para apresentar produtos e serviços cada vez mais eficazes e de qualidade.

Em suma, tem-se por finalidade pacificar e compatibilizar as regras entre os países membros, fomentando a proteção eficaz para ambas as partes envolvidas, o consumidor ou fornecedor (BRASIL, 2020).

## **2.2. Principais direitos do consumidor no ambiente virtual**

A rápida evolução tecnológica, nos últimos anos, contribuiu para a notória ascensão do comércio eletrônico, ou *e-commerce* conforme mencionado anteriormente, o qual oportuniza a aquisição de qualquer produto bem ou serviço através da internet, sem que haja necessidade de se deslocar, apenas com um ou dois cliques, diretamente de um celular, computador ou meio eletrônico com acessibilidade à internet (ARAUJO, 2003).

O comércio eletrônico diz respeito a ampliação do comércio consuetudinário, objetivando o ingresso de fornecedores, mesmo que este não possua um estabelecimento físico, situação que cresce significativamente, sobretudo após o período da Pandemia Mundial do Coronavírus em 2019 (TOMÉ, 2021).

De acordo com o CDC (BRASIL, 1990), para existir uma relação de consumo é imprescindível que exista um consumidor, um fornecedor e um produto. O Código de Defesa do Consumidor conceitua o que vem a ser, para seus efeitos as partes supramencionadas:

*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.*

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

*§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.*

A respeito desses conceitos, Fábio Ulhoa Coelho (2017, p. 123) afirma que:

*'Fornecedor é a pessoa que desenvolve atividade de oferecimento de bens ou serviços ao mercado, e consumidor aquela que os adquire como destinatário final. Sempre que a relação jurídica ligar com exercente de atividade de*

*oferecimento de bens ou serviços ao mercado ao destinatário final destes, ela é uma relação de consumo e sua disciplina será a do regime de tutela do consumidor” (Coelho, 2017, p. 123).*

Dessa forma, conforme o que preceitua o artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor, consumidor é o indivíduo dotado de vulnerabilidade, isso porque, se arrisca e submete-se ao poder e condições dos fornecedores, sendo assegurado pelo Direito do Consumidor, criado com o objetivo de regular as relações entre o consumidor e fornecedor (BRASIL, 1990).

### **2.2.1. Direito à informação clara e adequada**

O artigo 6º, III, do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), dispõe que:

*“São direitos básicos do consumidor a informação clara e adequada sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem”.*

Segundo o entendimento da 2ª Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, conforme o Acórdão 1087911, 07072753420178070020 (2018), o direito à informação é um direito básico do consumidor, com o propósito de garantir que ele possa fazer escolhas de forma consciente e bem-informada. Isso assegura que suas expectativas em relação ao produto ou serviço sejam atendidas, promovendo o que se tem chamado de "consentimento informado" ou "vontade qualificada".

Desse modo, de acordo com o fornecedor fica obrigado a fornecer informações claras e precisas sobre seus produtos ou serviços, uma vez que apesar de o consumidor na esfera digital seja bem informado, ainda assim fica suscetível ao erro, por isso a informação deve ser transmitida de forma adequada, pois mesmo que seja completa e verdadeira, pode apresentar deficiência na forma como é recebida pelo consumidor (BRASIL, 1990).

### **2.2.2. Direito de Arrependimento**

Segundo STJ (2020), trata-se de um mecanismo legal que permite a desistência da compra de um produto ou serviço, em determinadas situações e condições, ante ao descontentamento do consumidor, sem a imposição de se justificar. Em um estudo realizado pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC), poucos consumidores têm conhecimento de que podem desistir de uma compra e receber seu dinheiro de volta, se a compra tiver sido feita pela internet ou telefone. A situação supramencionada, é chamada de direito de arrependimento, segundo o Código de Defesa do Consumidor (CDC):

*“ Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento*

*de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.”*

Para tanto, a legislação brasileira prevê o direito ao arrependimento como um direito do consumidor, assegurando a este a devolução do item dentro do prazo de sete dias a contar da assinatura do contrato ou a partir do recebimento do produto ou serviço (ALMEIDA, 2015, p. 57).

De um modo geral, compras efetuadas fora do estabelecimento, isto é, através de sites, por telefone ou, até mesmo, a domicílio, podem ser devolvidas e, estão resguardadas pelo direito de arrependimento. Ante a digitalização dos contratos do direito de consumir, deve-se observar o ato de consumo, analisando se há distinção entre as modalidades de contratação (física ou online) e se há, de fato, a vulnerabilidade do consumidor. Destaca-se que em caso negativo, conforme artigo 4º, inciso III, Código de Defesa do Consumidor (CDC, 1990) e artigos 113, 187, 421 e 422 do Código Civil (CC, 2002), há o exercício abusivo do direito de arrependimento sendo este comportamento transgressor da função social, bem como da boa-fé objetiva. Ainda, salienta-se que qualquer cláusula contratual que busque restringir o direito ao arrependimento por parte do fornecedor é considerada de teor abusivo (VIZEU, 2024).

Em outros termos, se o produto não regozijar pela cor, modelo ou tamanho, o consumidor pode realizar a devolução, no prazo corrido de 14 dias a contar do recebimento do produto, conforme Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018 - Lei Geral de Proteção de Dados (BRASIL, 2018).

Devendo os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão serem devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados, conforme preceitua o artigo 49 e 51, da Lei nº 8.078/1990, bem como não haver custos por parte do consumidor no frete (BRASIL, 1990). Vejamos:

*“Art. 49.*

*Parágrafo único. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.”*

E conforme artigo 51 do CDC:

*“Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:*

*I - subtraíam ao consumidor a opção de reembolso da quantia já paga, nos casos previstos neste código;*

*XV - estejam em desacordo com o sistema de proteção ao consumidor”;*

Nesse sentido, o Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios (2018), nos autos do processo 0002317-28.2012.8.07.0018, assentou o entendimento que “o arrependimento não se traduz em prerrogativa a assegurar o distrato imotivado do contrato, mas o direito de o consumidor arrepender-se quando adquire bem ou serviço em situação que não lhe

permitirá aferir com precisão e exatidão o que adquirira”.

No mais, deve-se atentar que há empresas e sites que, contrariando a lei, demandam, para concretizar a desistência requerida, que o produto esteja lacrado ou em sua embalagem de origem. Ocorre que o mesmo diploma legal preceitua que o direito de arrependimento diz respeito ao produto, indiferente à embalagem, e ainda, o dever de informar de forma cognoscível os meios cabíveis e eficazes para o exercício deste direito pelo consumidor (TJDFT, 2014).

Sob outro prisma, o Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro já exteriorizou nesse tema ao julgar a Ação Civil Pública 0040776-88.2010.8.19.0001, a qual afastaram a aplicação do artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor por conceber que a mesma é a situação do comprador de passagem aérea no estabelecimento ou online, primordialmente no que diz respeito ao conhecimento do que está sendo adquirido, situação distinta se a desistência ocorresse por razão pessoal, e não tão somente ao fato da aquisição ter ocorrido em site eletrônico (TJRJ, 2013).

Por fim, é importante salientar que cada estabelecimento, físico ou online, tem uma política de troca, havendo a possibilidade de exigir ou não alguns documentos com a finalidade de comprovar a compra, bem como a razão pela devolução requerida. É crucial a apresentação de nota fiscal emitida eletronicamente para erradicar o prejuízo decorrente de uma compra (BRASIL 1990).

### **2.2.3. Entrega no Prazo**

De início, o denominado prazo de entrega diz respeito ao tempo estipulado pela empresa para que um pedido feito pelo consumidor online seja entregue. Acerca deste tema é imponente advertir que não existe legislação específica sobre prazo mínimo no qual compras online devam ser entregue, toda vida, o respeitável Código de Defesa do Consumidor, define que o prazo deve ser informado no ato da compra, consoante artigo 39, inciso XII do mesmo diploma legal, sendo considerada uma prática abusiva a ausência deste aviso (GIANCOLI, 2024, p. 412).

É importante destacar que o atraso na entrega é considerado descumprimento de oferta, que pode gerar o pagamento de indenização ao consumidor do bem ou produto adquirido pela internet (SANTANA, 2018, p. 470).

Tem-se como principais circunstâncias que intervêm no prazo de entrega a modalidade desta, isto é, o tempo de entrega dependerá dos colaboradores logísticos do *e-commerce*, o processo logístico em si, momento o qual há separação e embalagem, bem como a distribuição das entregas, a distância entre a origem do produto e o destino final, como também o tipo de produto. Também é importante ter em consideração que o prazo de entrega se inicia a partir da confirmação do pagamento pela compra, em outras palavras, a

dependem da forma de pagamento, o prazo total para o recebimento do item varia. Com a expansão das tecnologias na internet, é possível que o consumidor através de sistemas de monitoramento logístico acompanhe, em tempo real, todo o processo supramencionado (SANTANA, 2018, p. 466).

Certamente, alguns aspectos do ambiente digital colocam desafios para os intérpretes e aplicadores das normas de proteção do consumidor. No mercado de consumo digital, os danos aos consumidores são cada vez mais comuns e continuam a aumentar. De acordo com Bruno Miragem (2024, p. 814), esses danos incluem além do não estabelecimento do prazo mínimo para entrega, a perda de tempo do consumidor para aguardar a entrega chegar, a exigência de muito tempo para resolver problemas relacionados ao fornecimento de produtos ou serviços, ou o cumprimento de procedimentos repetidos que impedem o atendimento imediato das demandas relativas ao exercício dos direitos do consumidor.

No contrato de consumo digital não há contato pessoal entre o fornecedor e o consumidor. Isso leva a problemas como a dificuldade do consumidor de determinar a credibilidade e a honestidade do fornecedor em entregar o produto no prazo certo, maior incerteza sobre se a outra parte cumprirá o que foi estabelecido, problemas com a localização geográfica das partes no caso de reclamações e, frequentemente, dificuldade em demonstrar com precisão a existência de conteúdo comercial do que foi estabelecido entre as partes. Esses problemas podem gerar instabilidade na confiança na entrega adequada do produto na data fixada. Quando a manifestação da vontade é feita pela internet, a ideia de proteger a confiança e a aproximação das partes originalmente distantes por meio da comunicação por meio de redes de computadores está ligada ao cumprimento do dever de informar e, especialmente no caso de contratos de consumo, à satisfação do direito do consumidor à informação ou ao esclarecimento durante a celebração do contrato (Miragem, 2024, p. 814).

Além do mais, para auxiliar na formação de uma boa reputação para os consumidores, as plataformas digitais que intermedeiam a entrega do produto ou o fornecimento do serviço disponibilizam sistemas de classificação do serviço com avaliação de forma positiva ou negativa, tanto dos fornecedores diretos que oferecem serviços e produtos, tanto pela própria plataforma digital que faz a intermediação. Por essa razão as informações divulgadas, como a data precisa da entrega do produto, também se submetem ao dever de serem claras e verdadeiras, conforme o imposto pelas leis de proteção do consumidor. Desse modo busca-se garantir uma maior precisão sobre eficiência dos fornecedores diretos em entregar o produto ou serviço na data convencional, garantindo o adimplemento do contrato firmado com os consumidores (Miragem, 2024, p. 939-940).

Para finalizar, em caso de não cumprimento do prazo previamente estabelecido o consumidor pode exigir a entrega forçada do produto ou a prestação do serviço em novo prazo estipulado. Pode também optar por receber outro produto ou serviço parecido. Em último caso o consumidor pode cancelar a compra ou contratação, com direito à devolução do valor pago, acrescido de eventuais danos causados pelo atraso (GIANCOLI, 2024, p. 451).

## 2.2.4. Direito à Garantia

Trata-se de direito à garantia de qualidade e adequação de um produto adquirido. A respeito desse tema, o Código de Defesa do Consumidor estabelece que é garantia legal, isto é, algo que é garantido por lei e não depende de documentos ou acordo para ser válido, há também os institutos de garantia de fábrica e a garantia estendida (BRASIL, 1990).

O artigo 18 do CDC preceitua que:

*‘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’.*

O direito de garantia e a questão dos vícios ocultos nas compras realizadas pela internet são temas de relevância crescente no cenário jurídico atual. As compras online, apesar de oferecerem conveniência, também apresentam desafios únicos relacionados à proteção do consumidor. O Código de Defesa do Consumidor brasileiro, por exemplo, é uma ferramenta crucial para garantir que os consumidores estejam protegidos mesmo em transações. Este texto busca explorar esses conceitos, suas implicações e a proteção dos consumidores em compras realizadas pela internet. Direito de Garantia O direito de garantia está inserido no contexto da proteção ao consumidor, sendo regulamentado por diversas legislações, entre elas o Código de Defesa do Consumidor brasileiro (Lei nº 8.078/90). O CDC estabelece que todo consumidor tem o direito à garantia de qualidade e adequação do produto adquirido (BRASIL, 1990).

Conforme o artigo 18 do CDC, se um produto apresentar vícios que o tornem impróprio para o consumo ou que diminuam seu valor, o consumidor tem direito à reparação, o que pode incluir a substituição do item, a restituição do valor pago ou um desconto proporcional no preço (BRASIL, 1990).

A garantia pode ser legal ou contratual. A garantia legal tem um prazo mínimo de 30 dias para produtos não duráveis e 90 dias para produtos duráveis, contados a partir da entrega do produto (CDC, art. 26), este prazo é fundamental, pois reconhece que o consumidor pode não perceber imediatamente problemas em produtos comprados online (BRASIL, 1990).

A jurisprudência tem consolidado a aplicação desse princípio em

compras pela internet. Em uma decisão, o Superior Tribunal de Justiça (STJ) afirmou que "os vícios ocultos devem ser tratados com a mesma diligência e proteção nas compras virtuais como nas físicas" (STJ, REsp 1.303.702/RS, Rel. Ministra Maria Isabel Gallotti, 2014). Esta citação reflete a importância de garantir que os consumidores possam recorrer ao sistema jurídico para buscar reparação mesmo quando os problemas não são imediatamente evidentes (STJ, 2014).

A jurisprudência reforça que a responsabilidade do fornecedor é clara: ele deve garantir a qualidade e a conformidade do produto, mesmo quando adquirido à distância. Segundo o doutrinador Cláudio Pereira de Souza Neto, "a garantia contratual e a proteção contra vícios ocultos são pilares do direito do consumidor que se aplicam igualmente às compras realizadas pela internet" (SOUZA NETO, 2022, p. 112).

Além disso, é importante observar que a garantia legal de 90 dias é um direito irrenunciável do consumidor. Ou seja, mesmo que o contrato de compra ou os termos e condições de um e-commerce estabeleçam prazos diferentes, isso não pode restringir o direito do consumidor a buscar reparação por vícios ocultos dentro do prazo estipulado pelo CDC (BRASIL, 1990).

Em suma, a proteção contra vícios ocultos em compras pela internet é uma extensão dos direitos garantidos pelo CDC e pela jurisprudência. Os consumidores devem estar cientes de seus direitos e dos mecanismos legais disponíveis para garantir que suas compras online atendam às expectativas de qualidade e conformidade. Como afirma a professora Maria Helena Diniz, "o avanço das tecnologias não deve enfraquecer os direitos fundamentais dos consumidores, que devem ser assegurados com rigor e clareza" (DINIZ, 2021, p. 236).

### **2.2.5. Vícios Ocultos**

Os vícios ocultos referem-se a defeitos que não são visíveis no momento da compra e que se manifestam após a entrega do produto. De acordo com o CDC, o consumidor pode reclamar por esses vícios dentro do prazo de 90 dias para produtos duráveis e 30 dias para produtos não duráveis, contados a partir da data em que o vício foi identificado (BRASIL, 1990).

A dificuldade das compras pela internet reside no fato de que muitos consumidores não têm a oportunidade de examinar o produto fisicamente antes da compra. Isso levanta questões sobre a responsabilidade do vendedor em informar os consumidores sobre possíveis problemas e sobre a validade de garantias e políticas de devolução em casos de vícios ocultos (PROCON-ES, 2024).

## 2.2.6. Atendimento e Suporte

Ao consumidor que realiza compras nas plataformas digitais deve ser garantido um atendimento de qualidade e eficiente em todas as etapas. As principais demandas são durante as negociações, na compra e no pós-venda com o propósito de diminuir a vulnerabilidade do consumidor (KRETZMANN, 2024).

O Decreto nº 11.034 de 05 de abril de 1990, regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (CDC), sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor, conhecido como SAC, no âmbito dos fornecedores com o objetivo de garantir ao consumidor o tratamento de suas demandas, a obtenção de informação adequada sobre os serviços contratados, esclarecimento de dúvidas, realização de reclamações, contestações, suspensão ou até mesmo cancelamento de contratos e serviços (BRASIL, 1990).

Com o avanço dos meios digitais, houve uma ampliação nas possibilidades de atendimento ao consumidor, por exemplo, as demandas podem ser resolvidas por meio de aplicativos de chat, envios de mensagens de voz, sites de comunicação, uso de redes sociais, uso do telefone e uso da inteligência artificial como aliada (KRETZMANN, 2024).

É importante salientar que, de acordo com Kretzmann (2024), independentemente do meio utilizado, devem ser observados os seguintes princípios no atendimento ao consumidor: transparência, eficiência, eficácia, celeridade, cordialidade, dignidade e boa fé.

A inteligência artificial, um dos meios de atendimento que frequentemente vem sendo utilizado, permitiu a redução dos custos, maior eficiência e padronização dos procedimentos. No entanto, às vezes, se faz necessário o atendimento por meio de uma conduta humana, e para isso, devem ser garantidas as condições mínimas de atendimento a serem observadas pelas empresas (KRETZMANN, 2024).

A título de exemplo, Kretzmann (2024) afirma que as opções de cancelamentos e reclamações devem constar no primeiro menu e é necessário a transferência ao setor competente para atendimento da demanda. Além disso, deve ser garantido o acompanhamento das demandas, por meio do número de protocolo gerado, disponibilização de gravação telefônica e envio do histórico e atualizações da demanda por meio de correio eletrônico.

O Decreto nº 7962/2013, que dispõe sobre a contratação no comércio eletrônico, também traz garantias ao atendimento facilitado ao consumidor do comércio eletrônico. A saber, deve ser apresentado um sumário do contrato antes da contratação, fornecer ferramentas eficazes para identificação e correção imediata de erros ocorridos, confirmação imediata do recebimento da aceitação da oferta, disponibilização do contrato ao consumidor, uso de mecanismos de segurança eficazes para pagamento e para tratamento de dados do consumidor (BRASIL, 2013).

## **2.3. Solução de conflitos consumeristas**

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) legitimou, para a defesa dos direitos subjetivos do consumidor, a via judicial, com base na garantia de acesso ao Poder Judiciário, bem como a via administrativa, de competência dos entes federados, consoante art. 55, § 1º do referido diploma legal (BRASIL, 1990).

A atuação da lei de proteção e defesa do consumidor é realizada por órgãos da administração e entes civis, agindo de maneira direta ou indireta, atendendo ao consumidor em seus conflitos com as empresas, desde reclamações a explicações de dúvidas, tentando solucionar da melhor maneira, utilizando-se muitas das vezes a conciliação entre as partes (ALMEIDA, JOÃO 2015).

Segundo o Decreto nº 861/1993 (BRASIL, 1993), é importante salientar que a União exerce sua competência administrativa em relação ao Código de Defesa do Consumidor (CDC, 1990) através do Sistema Nacional de defesa do Consumidor (SNDC), consoante art. 105 do referido diploma legal, e inclui órgãos federais, estaduais e Distrito Federal e municipais, além de entidades privadas de defesa ao consumidor. Hoje, o SNDC é coordenado pela Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), instituída através do Decreto nº 7.738 de 28 de maio de 2012.

Considerando que o Estado de direito tem como base a garantia dos direitos dos cidadãos, e que cabe à Constituição Federal de 1988 e a Administração Pública sua proteção, no contexto da defesa dos interesses do consumidor, o poder de polícia destes órgãos estatais se manifesta em ações preventivas, fiscalizadoras e repressivas, utilizando de plataformas digitais para resolver conflitos, tendo como fim a proteção dos direitos dos consumidores, bem como assegurar a conformidade com as normas estabelecidas (ALMEIDA, JOÃO 2015).

### **2.3.1. Onde reclamar e solucionar problemas?**

#### **Consumidor.gov.br**

Conforme exposto no site oficial do governo do Brasil, o Consumidor.gov.br é um serviço público o separado da esfera administrativa, dispensando o Poder Público e o Judiciário, servindo como um facilitador para possibilitar a resolução direta entre as empresas cadastradas e os consumidores de compras e serviços online quando há conflitos que não foram resolvidos nos canais de atendimento das empresas, podendo ser acessado pelo site e por aplicativos nos celulares, com o objetivo de reduzir os conflitos de consumo ampliando o atendimento aos consumidores, registrando reclamações diretamente para essas empresas (CONSUMIDOR, 2024).

As empresas participantes firmaram um compromisso de analisar e responder às reclamações recebidas no prazo de 10 dias, logo em seguida o consumidor tem até 20 dias para avaliar a manifestação da empresa e se sua situação foi resolvida ou não, avaliando o atendimento (CONSUMIDOR, 2024).

## **Procon**

É um Instituto de Defesa do Consumidor, no Distrito Federal regido pelo regimento interno pelo Decreto nº 38.927 de 13 de março de 2018, possui autonomia administrativa e financeira, com o objetivo de promover a aplicação das leis de proteção ao consumidor, orientando o consumidor sobre seus direitos e deveres e eventuais abusos por parte dos fornecedores, fiscalizando preços, abastecimento, qualidade, quantidade, origem, características, composição, garantia, prazos de validade e segurança dos produtos e serviços (BRASÍLIA, 2018).

Pode ser feito registro de reclamações de forma remota pelo site SISPE, onde abre um processo eletrônico, por telefone ou presencial em uma das 10 unidades do PROCON espalhados nas cidades satélites de Brasília. A empresa é informada sobre o processo aberto pelo consumidor, quando há acordo este processo é arquivado, quando não há pode gerar punições a empresa (SEJUSDF, 2024).

## **Juizado Especial Cível**

Quando o dano já foi causado, procurar o Juizado Especial Cível pode ser uma boa alternativa para demandas consumeristas menos complexas. Os pleitos, para serem apreciados, precisam cumprir alguns requisitos. O valor da ação não pode ultrapassar a importância 40 salários mínimos, conforme preconiza o artigo 3º, inciso I, da Lei 9.099/95, e, no caso de infrações penais, considerar-se-á a natureza da infração, a fim de verificar-se a competência dos Juizados Especiais (BRASIL, 1995).

Os Juizados Especiais Cíveis são regidos pelos princípios da oralidade, da economia processual, da informalidade, da celeridade e da simplicidade (ROCHA, 2022, p. 24). Portanto, pode ser uma alternativa para quem já foi lesado de alguma maneira e procura resguardar seus direitos na relação comercial. Um processo, pelo procedimento comum, pode ser muito oneroso para as partes, devido aos honorários advocatícios e outras cobranças, bem como a delonga da ação, o que pode desestimular os consumidores a salvaguardar seus direitos (FERRARI, 2020).

Grande parte das causas consumeristas podem ser resolvidas por meio do procedimento sumaríssimo, disposto na Lei 9.099/95, diploma legal que rege os Juizados Especiais. O caráter mais célere inerente a esse procedimento facilita o acesso do consumidor à Justiça, visto que se trata de procedimento simplificado, que não exige a participação de advogado (FERRARI, 2020).

Dessa forma, o comprador pode reivindicar seus direitos por si só, garantido mais autonomia.

## **2.4. Considerações Finais**

O Direito do Consumidor no âmbito digital é uma área em constante transformação e evolução. Isso porque à medida que as transações online se tornam progressivamente mais dominantes, é precípua que as normas jurídicas acompanhem essas mudanças para garantir a proteção adequada do consumidor.

Outrossim, o progresso nas legislações, como o Decreto nº 10.271/2020, o Decreto Lei 7.962/13, bem como o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990) e outras normas relacionadas, é primordial para propiciar que os direitos dos consumidores sejam cada vez mais respeitados na seara digital.

O objetivo principal deste trabalho é contribuir na compreensão dos direitos básicos dos consumidores em compras online, oferecendo à sociedade um entendimento claro e seguro sobre seus direitos, como o direito à informação adequada, arrependimento, à entrega no prazo, bem como à garantia, dentre demais assuntos tratados. Isso porque, consumidores esclarecidos são capazes de tomar decisões pertinentes, bem como pleitear e reivindicar seus direitos de maneira eficaz.

Além do mais, na situação em que surgir um conflito no e-commerce, é imprescindível que o consumidor conheça os mecanismos à sua disposição para resolver o impasse, isto é, almejar uma solução amistosa com o fornecedor, ou em casos mais extremos, destinar-se a órgãos de defesa do consumidor, e não havendo outra escapatória, recorrer ao Poder Judiciário.

Em suma, o aprimoramento das Leis e a compreensão dos direitos básicos no ambiente online são importantes para os desafios do comércio eletrônico. O princípio basilar do CDC depende não apenas de normas jurídicas robustas, mas também, em complemento, da capacidade dos consumidores de usar os recursos disponíveis para promover então um mercado equilibrado e justo.

## Referências

ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2015. E-book. ISBN 9788502616837. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502616837/>.

ARAUJO, Michele Silva. **COMÉRCIO ELETRÔNICO: EVOLUÇÃO E PERSPECTIVAS**. Orientador: Marden de Melo Barboza, 2003. Monografia para a conclusão do curso de bacharelado em Relações Internacionais do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, 2003. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/9307/1/9967131.pdf>. Acesso em: 2 set. 2024.

AVELAR, Dayanne. **E-commerce e direito do consumidor: Aplicações do CDC em vendas online**. Migalhas, 2024. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/405269/e-commerce-e-direito-do-consumido-r-aplicacoes-do-cdc-em-vendas-online>. Acesso em 1 set. 2024.

BRASIL. **DECRETO No 10.271, DE 6 DE MARÇO DE 2020**. Dispões sobre a execução da Resolução GMC nº 37/19, de 15 de julho de 2019, do Grupo Mercado Comum, que dispõe sobre a proteção dos consumidores nas operações de comércio eletrônico.

BRASIL. **DECRETO No 11.034, de 05 DE ABRIL DE 2022**. Regulamenta a Lei no 8.078, de 11 de setembro de 1990 - Código de Defesa do Consumidor, para estabelecer diretrizes e normas sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor.

BRASIL. **DECRETO No 7.962, DE 15 DE MARÇO DE 2013**. Regulamenta a Lei no 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 2013.

BRASIL. **LEI Nº 9.099, DE 26 DE SETEMBRO DE 1995**. Dispõe sobre os Juizados Especiais Cíveis e Criminais e dá outras providências. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 1995.

**Conheça o Consumidor.gov.br** . Disponível em: <https://www.consumidor.gov.br/pages/conteudo/publico/1> >. Acesso em: 2 de set. 2024.

CONSUMIDOR GOV BR. **Conheça o Consumidor.gov.br**. 2024. Disponível em: <https://consumidor.gov.br/pages/conteudo/publico/1>. Aceso em: 3 set. 2024.

**DECRETO Nº 38.927, DE 13 DE MARÇO DE 2018**. Disponível em: [https://www.sinj.df.gov.br/sinj/Norma/e9e167116c644389b53b27b6c894296b/De\\_creto\\_38927\\_13\\_03\\_2018.html](https://www.sinj.df.gov.br/sinj/Norma/e9e167116c644389b53b27b6c894296b/De_creto_38927_13_03_2018.html) >. Acesso em: 3 set. 2024.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil Brasileiro: Contratos**. São Paulo: Saraiva, 2021.

GONÇALVES, Jonas Rodrigo. **Como escrever um Artigo de Revisão de**

**Literatura. Revista JRG de Estudos Acadêmicos**, Ano II, Vol. II, n.5, 2019.

COELHO, Fabio Ulhoa. **Manual de Direito Comercial – Direito de Empresa**. Editora Saraiva.

FERRARI, Gustavo. **Juizados Especiais - Como entrar com ações de Direito do Consumidor**. O que são Juizados Especiais e como propor ações de Direito do Consumidor. Migalhas, 29 de dez. 2020. De Peso. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/depeso/338303/juizados-especiais---como-entrar-com-acoas-de-direito-do-consumidor>>. Acesso em: 10 set. 2024.

GONÇALVES, Jonas Rodrigo. **Manual de Artigo de Revisão de Literatura**. 3.ed. Brasília: Processus, 2021.

GONÇALVES, Jonas Rodrigo. **Metodologia Científica e Redação Acadêmica**. 8. ed. Brasília: JRG, 2019.

**Impressões sobre o Decreto 11.034**. Consultor Jurídico. 13 de abril de 2022.

KHOURI, Paulo R. Roque A. **Direito do Consumidor**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2020. E-book. ISBN 9788597026443.

KRETZMANN, Renata Pozzi. **SAC e o dever de atender com eficiência: impressões sobre o Decreto 11.034**. Consultor Jurídico. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2022-abr-13/garantias-consumo-sac-dever-atender-eficiencia/>>

LUÍS RODOLFO CRUZ E CREUZ. **Proteção dos consumidores nas operações de comércio eletrônico**. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/depeso/321727/protECAo-dos-consumidores-nas-opEracoes-de-comercio-eletronico>>. Acesso em: 1 set. 2024.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2024.

NEVES, Thiago Ferreira Cardoso. **O Comércio Eletrônico e o Direito do Consumidor**. R. EMERJ, Rio de Janeiro, v. 17, n. 64, p. 154- 163, jan. - abr. 2014. Disponível em: [https://www.emerj.tjrj.ius.br/revistaemerj\\_online/edicoes/revista64/revista64\\_154.pdf](https://www.emerj.tjrj.ius.br/revistaemerj_online/edicoes/revista64/revista64_154.pdf). Acesso em: 4 set. 2024

**No Dia do Consumidor, Procon-DF lança formulário de reclamações online**. Disponível em: <https://www.sejus.df.gov.br/no-dia>

[doconsumidor-procon-df-lanca-formulario-de-reclamacoes-online/>](#).  
Acesso em: 3 set. 2024.

NUNES, Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2024. E-book. ISBN 9788553623372. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788553623372/>. Acesso em: 02 set. 2024.

**O que é SENACON**. Disponível em: <<https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/consumidor/o-que-e-senacon/o-que-e-senacon>>. Acesso em: 2 set. 2024.

PROCON-ES. **Produto**. 2024. Disponível em: <https://procon.es.gov.br/produto2#:~:text=Sim.,do%20consumidor%20receber%20essas%20informa%C3%A7%C3%B5es>. Acesso em: 3 set. 2024.

RAMOS, André Luiz Arnt; FROTA, Pablo Malheiros da Cunha. Digital content products deceptive marketing language, legalese and Brazilian e-commerce regulation. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 116, mar.-abr. 2018.p. 393-407.

RIBEIRO, Roberta Lisie. **O comércio eletrônico na atualidade: as compras online e o direito do consumidor**. Saberes e Inovação: perspectivas multidisciplinares. Cap.10. Editora Epitaya. Rio de Janeiro-RJ. 2024.

ROCHA, Felipe B. **Manual dos Juizados Especiais Cíveis Estaduais: Teoria e Prática**. 12th ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2022. E-book. p.IV. ISBN 9786559772711. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559772711/>>. Acesso em: 14 set. 2024.

**Saiba mais sobre o decreto do Mercosul que protege os consumidores no e-commerce**. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/decreto-mercosul-protacao-consumidores-operacoes-comercio-eletronico>>. Acesso em: 1 set. 2024.

**Sistema Nacional de Defesa do Consumidor - SNDC**. Disponível em: <[https://www.consumidor.gov.br/pages/conteudo/publico/6#:~:text=O%20Sistema%20Nacional%20de%20Defesa,Nacional%20do%20Consumidor%20\(Senac\).](https://www.consumidor.gov.br/pages/conteudo/publico/6#:~:text=O%20Sistema%20Nacional%20de%20Defesa,Nacional%20do%20Consumidor%20(Senac).>)>. Acesso em: 2 set. 2024.

SOUZA NETO, Cláudio Pereira. **Direito do Consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2022.

Superior Tribunal de Justiça. **Consumidor que compra pela internet tem assegurado o direito de se arrepender**. Disponível em <https://stj.jusbrasil.com.br/noticias/185091718/consumidor-que-compra-pela-internet-temassegurado-o-direito-de-se-arrepender.>> Acesso em 3/08/2024;

**TJ-DFT**. 0002317-28.2012.8.07.0018. 1ª Turma Cível. Relator: Teófilo Caetano. 05/05/2014

TJDFT. **Edição semanal:** Direito ao arrependimento de compra.

2024. Disponível em:

<https://www.tjdft.jus.br/institucional/imprensa/campanhas-e-produtos/direito-facil/edicao-semanal/direito-ao-arrependimento-de-compra>. Acesso em: 4 set. 2024

**TJ-RJ.** 0069072-96.2005.8.19.0001. Apelação. 7ª Câmara Cível. Desembargadora Maria Henriqueta do Amaral Fonseca Lobo. 13/02/2009. Neste sentido 0164391-13.2013.8.19.0001 – Turmas Recursais. Relator: João Luiz Ferraz de Oliveira Lima. 03/12/2013. 0040776-88.2010.8.19.0001 – Apelação. 16ª Câmara Cível. Marco Aurélio Bezerra de Melo.

TOMÉ, Luciana Mota. **Comércio Eletrônico.** Caderno Setorial. Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste – ETENE, Banco do Nordeste, ano 6, n. 205, dez. 2021, n.p.

VIZEU, Márcia. **Direito de Arrependimento - o Direito do Consumidor nas Compras pela Internet e em Lojas Físicas.** Direito Real, 09 set. 2024.

Artigos. Disponível em:

<<https://direitoreal.com.br/artigos/direito-de-arrependimento-compras-pela-internet-et-lojas-fisicas>>. Acesso em: 10 set. 2024