

**O AMPARO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E DO DECRETO Nº
7.962/2013 NO COMÉRCIO ELETRÔNICO DE CONSUMO**

Milene Fröhlich Chardosim¹

Resumo: O consumo sempre fez parte das nossas vidas, independentemente da época ou classe social. O constante crescimento do e-commerce nos últimos anos em nível mundial é reflexo da mudança de comportamento do consumidor, adaptado à evolução tecnológica e uma série de outros fatores que podem influenciar na decisão pela compra. O crescimento vertiginoso do mercado virtual trouxe a necessidade da criação de regras mais claras e seguras para resguardar os direitos das partes contratantes dessa nova relação contratual. O presente artigo visa transcorrer sobre a verificação da proteção do consumidor no comércio eletrônico a partir do Decreto Federal nº 7.962/2013, procurando destacar a efetiva prática e rígida aplicação dessa norma como contribuição a proteção do mesmo nas relações de consumo. Busca ainda, esclarecer os direitos inerentes ao consumidor em face a essa ação cada vez mais constante de consumo, partindo do princípio que toda e qualquer prática consumerista, deve ser realizada de acordo com as regras e as leis vigentes, ou seja, obedecendo ao Decreto nº 7.962/2013, que regulamentou Código de Defesa do Consumidor para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. Tem por objetivo, objetivo geral analisar se a criação do Decreto Federal nº 7.962/2013 é uma forma de cumprimento efetivo e mais rígido das normas relativas à proteção do consumidor, com o intuito de diminuir a desigualdade entre consumidor e fornecedor.

Palavras-chave: Direito do Consumidor. Comércio Eletrônico. *E-commerce*. Relações virtuais de consumo. Decreto nº 7.962/13.

Abstract: Consumption has always been part of our lives, regardless of time or social class. The constant growth of e-commerce in recent years worldwide reflects the change in consumer behavior, adapted to technological developments and a number of other factors that may influence the decision to purchase. The dizzying growth of the virtual Market has led to the need for clearer and safer rules to safeguard the rights of the contracting parties to this new contractual relationship. This article aims to review the protection of consumers in electronic commerce from Federal Decree nº 7.962/2013, seeking to highlight the effective practice and strict application of this standard as a contribution to its protection in consumer relations. It also seeks to clarify the rights inherent to the consumer in the face of this increasingly constant action of consumption, assuming that any and all consumerist practices must be carried out in accordance with the rules and laws in force, that is, obeying the Decree nº 7.962/2013, which regulated the Consumer Protection Code to provide to provide for e-commerce procurement. Its objective is to analyze whether the creation of Federal Decree nº

¹ Graduada em Direito pela Universidade Luterana do Brasil. Pós-Graduada em Processo Civil, Pós-Graduada em Direito do Consumidor. Advogada inscrita na Ordem dos Advogados do Brasil – OAB/RS 56.885.

Volume 7 – Número 1 (2020) - Porto Alegre – Rio Grande do Sul – Brasil

7.962/2013 is a form of effective and stricter compliance with consumer protection rules, in order to reduce inequality between consumer and supplier.

Keywords: Consumer law. E-commerce. Virtual Consumer Relations. Decreto 7.962/13.

1. INTRODUÇÃO

Atualmente, com a expansão da internet na rede mundial e a popularização de sua utilização como meio célere, facilitador de busca aos mais diversos produtos e serviços para atender aos seus anseios e necessidades em uma economia globalizada, rompeu-se fronteiras geográficas e presenciais para se contratar o avanço das mais variadas formas de tecnologia.

A inserção dos meios tecnológicos nas relações de consumo deslocou a informação para um universo onde as percepções neurais do homem, antes exercida por meio de sensações diretamente em seu objeto de consumo, foram tomadas pelos bytes do novo capitalismo.

Os consumidores brasileiros desde 1990 possuem em sua defesa a Lei nº 8.078/90, também conhecida como Código de Defesa do Consumidor. Todavia, somente em 2013, através do Decreto nº 7.962/2013 é que se regulamentou a defesa do consumidor no comércio eletrônico. A preocupação do Brasil em legislar e regulamentar as relações de consumo ocorreu por consequência de diversos fatores econômicos, históricos e culturais, como as transformações na forma de produção e circulação de riqueza. A implementação deste Decreto para a proteção aos consumidores virtuais tem relevância na atualidade graças às inúmeras infrações e abusos aos direitos dos usuários da rede mundial de computadores, que se encontram desprovidos de assistência muitas vezes diante da disparidade dos envolvidos na relação de consumo.

A contratação através dos meios eletrônicos, produziu e está produzindo um impacto considerável no modelo tradicional de fazer negócios desde a implementação do Código do Consumidor e, por via de consequência, sobre a regulamentação da atividade contratual. Assim, pela praticidade e conforto, esta nova maneira de contratação tomou lugar importante na sociedade, o chamado comércio eletrônico.

O presente artigo tem por objeto a verificação da proteção do consumidor no comércio eletrônico a partir do Código de Defesa do Consumidor e do Decreto Federal nº

Volume 7 – Número 1 (2020) - Porto Alegre – Rio Grande do Sul – Brasil

7.962/2013, salientando a efetiva prática e rígida aplicação dessa norma como contribuição a proteção e segurança jurídica nas relações de consumo eletrônicas.

A criação do Decreto Federal nº 7.962/2013, bem como doutrinas que tratam especificamente sobre a criação desse diploma legal, trazem reflexos relevantes e a expectativa de que venha a tornar mais efetivo e protetivo a aplicação das normas nas relações de consumo virtual. Justamente a intenção deste trabalho é demonstrar a necessidade de se pesquisar mais sobre o tema.

2. DIREITOS DO CONSUMIDOR

No Brasil, os primeiros órgãos de defesa do consumidor surgiram na década de 1970, após mobilizações sociais em decorrência dos altos índices da inflação e do aumento de custo de vida na época. Na década de 1980, esses movimentos se intensificaram em busca de agregar à legislação brasileira normas de direito do consumidor. Sendo assim, a Constituição Federal inovou o ordenamento jurídico brasileiro ao estabelecer e consagrar a defesa do consumidor como direito e garantia fundamental em seu artigo 5º, inciso XXXII, constituindo uma cláusula pétrea.

Criado na década de 1990, o Código de Defesa do Consumidor, foi resultado de uma expressa determinação constitucional que buscou preencher uma lacuna legislativa, onde as relações comerciais eram tratadas de forma obsoleta e sem nenhuma proteção expressiva ao consumidor, sendo assim, surgiu a necessidade premente de uma legislação que acompanhasse o dinamismo de uma sociedade de massa que se formou no decorrer do século.

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) é um conjunto de normas que tem por objetivo, proteger os direitos do consumidor, disciplinar as relações de consumo e as responsabilidades, deveres, obrigações e direitos entre fornecedor de produtos ou serviços e o consumidor final, estabelecendo padrões de conduta, prazos e penalidades, a fim de garantir um comércio justo, concorrência e informações precisas. As leis de defesa do consumidor são uma forma de regulamentação governamental, que visam proteger os direitos dos consumidores em meio ao consumo excessivo de produtos e serviços.

É uma lei de função social, traz normas de direito privado, mas de ordem pública (direito privado indisponível) e normas de direito público.

Volume 7 – Número 1 (2020) - Porto Alegre – Rio Grande do Sul – Brasil

Tem por escopo diminuir a diferença de poder existente entre o fornecedor e o consumidor, deixando o consumidor menos vulnerável, colocando-o em igualdade de condições para com o fornecedor e regulando, assim, os possíveis conflitos entre eles.

Devido às facilidades oferecidas pela internet, o consumo tende a se expandir no dia a dia. Portanto, tanto para modos de compra convencionais, como pela realizada pela internet, além da regulamentação que assegurou o direito aos consumidores, previstos na Constituição Federal (CF/88), no Código de Defesa do Consumidor (CDC), atualmente o Decreto de Lei n.º 7.962, de 15 de março de 2013, regulamenta o Código de Defesa do Consumidor especificamente para o comércio eletrônico.

Em 2020, o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90) completa seus trinta anos de promulgação, uma lei visionária que mudou o mercado brasileiro, estabeleceu um novo patamar de boa-fé e qualidade nas relações privadas no Brasil, especialmente na proteção dos mais vulneráveis nas relações econômicas.

Pode-se adiantar que hoje o consumidor brasileiro está legislativamente melhor equiparado, mesmo que ainda resente de alguma proteção efetiva. Há que ser festejado o grande avanço experimentado nos últimos anos, que alçou o País, nessa área, e em termos legislativos pelo menos, ao nível das nações avançadas do mundo.

2.1 Conceito de consumidor

Advertem os autores não ser fácil a tarefa de definir o consumidor no sentido jurídico. Isto porque há certa tendência de aceitar a concepção econômica de consumidor, que nem sempre é transferida e acolhida pelo Direito, já que considerações políticas podem interferir nesse conceito, restringindo-o ou ampliando-o, o que compromete a margem de precisão que uma definição jurídica deve ter (Almeida, 2006, p. 35).

No entanto, hoje, no Brasil, já existe uma conceituação legal do consumidor. A Lei nº 8.078/90, o Código de Defesa do Consumidor, traz a definição jurídica de consumidor no seu art. 2º que:

“é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”.

Volume 7 – Número 1 (2020) - Porto Alegre – Rio Grande do Sul – Brasil

A teoria adotada pelo Código de Defesa do Consumidor foi a “Teoria Finalista”, na qual se conceitua consumidor o destinatário final dos produtos e serviços.

Entretanto, a doutrina se preocupa em interpretar a lei consumerista e explicar quem são aqueles consumidores trazendo definições mais específicas do conceito mais importante da relação de consumo, uma vez que o Código de Defesa do Consumidor não consegue, no dispositivo supramencionado, esgotar todo o conceito de consumidor, pois não definiu minuciosamente todas as possibilidades fáticas e do cotidiano.

ANTÔNIO HERMAN DE V. E BENJAMIN, em conhecido trabalho anterior ao CDC, debruçou-se exaustivamente sobre o tema, discorrendo de forma detalhada sobre o conceito jurídico do consumidor, para exprimi-lo como sendo “todo aquele que, para seu uso pessoal, de sua família, ou dos que se subordinam por vinculação doméstica ou protetiva a ele, adquire ou utiliza produtos, serviços ou quaisquer outros bens ou informações colocados à sua disposição por comerciantes ou por qualquer outra pessoa natural ou jurídica, no curso de sua atividade ou conhecimento profissionais”(Benjamin, 1988, p.78).

Para Cláudia Lima Marques (Marques, 2013, p. 92-93), ressalta que a definição de consumidor também é ampla sob a ótica material, tendo em vista que o consumidor não é apenas o adquirente, mas também aquela pessoa vítima de ilícitos até mesmo pré-contratuais, como a publicidade enganosa, e das práticas abusivas.

A corrente de interpretação finalista sustenta que o conceito de consumidor deve ser estabelecido de acordo com o art. 2º do CDC. Em outros termos, que o consumidor é aquele que adquire ou utiliza produto ou serviço de modo a exaurir sua função econômica, da mesma forma como, ao fazê-lo determina com que seja retirado do mercado de consumo. Seria aquele que adquire ou utiliza produto ou serviço para satisfação de interesse próprio ou de sua família.

O Decreto nº 7.962/2013, que regulamentou a Lei nº 8.078/90 para dispor sobre o comércio eletrônico, sobreveio como principal intuito o de concretizar um atendimento facilitado ao consumidor, bem como, informar as características essenciais do produto ou do serviço, incluídos os riscos à saúde e à segurança dos consumidores; garantir o atendimento facilitado ao consumidor no comércio eletrônico; dar pleno exercício do direito de escolha; disponibilizar o contrato ao consumidor em meio que permita sua conservação e reprodução; manter serviço adequado e eficaz de atendimento em meio eletrônico; possibilitar ao consumidor a resolução de demandas referentes a informação, dúvida, reclamação, suspensão

Volume 7 – Número 1 (2020) - Porto Alegre – Rio Grande do Sul – Brasil

ou cancelamento do contrato; utilizar mecanismos de segurança eficazes para pagamento e para tratamento de dados do consumidor; poderá exercer seu direito de arrependimento pela mesma ferramenta utilizada para a contratação, sem prejuízo de outros meios disponibilizados, implicando na rescisão dos contratos acessórios, sem qualquer ônus.

2.2 Conceito de Fornecedor

A leitura simples do caput do art. 3º do Código de Defesa do Consumidor, ao definir fornecedor, já é capaz de nos dar um panorama da extensão das pessoas enumeradas como fornecedoras, que seriam todas as pessoas capazes, físicas ou jurídicas, além dos entes desprovidos de personalidade, qual seja:

Art. 3º “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”

Podemos aceitar com tranquilidade a definição legal, pois observa-se, que amplitude conceitual praticamente esgotou todas as formas de atuação no mercado de consumo. Essa definição é tão ampla para que um maior número de relações possa estar no campo de aplicação do Código de Defesa do Consumidor, uma vez que o que importa é a presença de um consumidor.

Fornecedor não é apenas quem produz ou fabrica, industrial ou artesanalmente, em estabelecimentos industriais centralizados ou não, como também quem vende, ou seja, comercializa produtos nos milhares e milhões de pontos-de-venda espalhados por todo o território. É tanto aquele que fornece bens e serviço ao consumidor como também aquele que o faz para o intermediário ou comerciante, porquanto o produtor originário também deve ser responsabilizado pelo produto que lança no mercado de consumo (Almeida, 2006, p. 41).

Conforme Luis Antonio Rizzato Nunes (Nunes, 2011, p. 131), não há exclusão alguma do tipo de pessoas jurídica, já que o Código de Defesa do Consumidor é genérico e busca atingir todo e qualquer modelo. São fornecedores as pessoas jurídicas públicas ou privadas, nacionais ou estrangeiras, com sede ou não no país, as sociedades anônimas, as por quotas de responsabilidade limitada, as sociedades civis, com ou sem fins lucrativos, as

Volume 7 – Número 1 (2020) - Porto Alegre – Rio Grande do Sul – Brasil

fundações, as sociedades de economia mista, as empresas públicas, as autarquias, os órgãos da Administração direta.

Enquanto isso, a professora Claudia Lima Marques fala sobre a definição de fornecedor ser ampla na Lei nº 8.078/90 justamente pelo fato da definição de consumidor ser relacional e depender da presença de um fornecedor no outro lado da relação jurídica submetida ao CDC.

Pelo Decreto nº 7.962/2013, que regulamentou a lei nº 8.078/90, para dispor sobre o comércio eletrônico, foi atribuído ao fornecedor mais exigências em prol do cumprimento e responsabilidade das vendas no comércio eletrônico, através de: informações claras a respeito do produto, serviço e do fornecedor; nome empresarial e número de inscrição do fornecedor, quando houver, no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda; identificação do fornecedor responsável pelo sítio eletrônico e do fornecedor do produto ou serviço ofertado; apresentar sumário do contrato antes da contratação, com as informações necessárias ao pleno exercício do direito de escolha do consumidor, enfatizadas as cláusulas que limitem direitos; fornecer ferramentas eficazes ao consumidor para identificação e correção imediata de erros ocorridos nas etapas anteriores à finalização da contratação; confirmar imediatamente o recebimento da aceitação da oferta; disponibilizar o contrato ao consumidor em meio que permita sua conservação e reprodução, imediatamente após a contratação; manter serviço adequado e eficaz de atendimento em meio eletrônico; confirmar imediatamente o recebimento das demandas do consumidor; utilizar mecanismos de segurança eficazes para pagamento e para tratamento de dados do consumidor; informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados e eficazes para o exercício do direito de arrependimento pelo consumidor e caso isto ocorra, será comunicado imediatamente à instituição financeira ou à administradora do cartão de crédito ou similar, para que a transação não seja lançada na fatura do consumidor, ou seja efetivado o estorno do valor, caso o lançamento na fatura já tenha sido realizado; deverá enviar ao consumidor confirmação imediata do recebimento da manifestação de arrependimento e ainda deverá ser observado pelo fornecedor o cumprimento das condições da oferta, com a entrega dos produtos e serviços contratados, observados prazos, quantidade, qualidade e adequação.

3. COMERCIO ELETRÔNICO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Volume 7 – Número 1 (2020) - Porto Alegre – Rio Grande do Sul – Brasil

Antes de adentrarmos na temática das inovações trazidas na Lei nº 8.078/90, com o implemento do Decreto Federal nº 7.962/2013 que dispõe sobre a contratação no comércio eletrônico, faz-se necessário abordar a conceituação no ordenamento jurídico, mesmo que não exista uma única definição propriamente dita, mas sim, compilações de diversas interpretações.

Ricardo Lorenzetti (Lorenzetti, 2001, p. 53) define comércio eletrônico como todas as atividades que tenham por fim o intercâmbio por meios eletrônicos, de bens físicos e bens digitais ou imateriais, gerando relações jurídicas diversas.

Já Claudia Lima Marques (Marques, 2004, p. 38-39), conceitua o comércio eletrônico *stricto sensu* e comércio eletrônico *lato sensu*:

“Podemos definir comercio eletrônico de uma maneira estrita, como sendo uma das modalidades de contratação não presencial ou à distância para a aquisição de produtos e serviços através do meio eletrônico ou via eletrônica. De maneira ampla, podemos visualizar o comércio eletrônico como um novo método de fazer negócios através de sistemas de redes eletrônicas”.

Pode-se traduzir: comércio eletrônico ou *e-commerce*, ou venda não-presencial ou ainda comércio virtual, como a realização de transação de compra e transferências de fundos eletronicamente, especialmente através da internet. Significa dizer que é uma relação de consumo sem o contato direto do consumidor com o fornecedor do bem ou serviço, ou seja, é um negócio jurídico celebrado à distância, conduzidas por meios eletrônicos (*e-mail*, mensagens de texto, etc.), por internet ou por meios de telecomunicações de massa (telefones fixos, televisão a cabo, telefones celulares, etc.).

Para o professor Bruno Miragem (Miragem, 2016, p. 554), em se tratando das relações de consumo por intermédio da Internet, o dever de informar do fornecedor decorre de positivação legal de um direito básico do consumidor à informação, desdobrado por uma série de disposições específicas relativas a informações de distintos aspectos da relação de consumo. [...] Daí porque o dever de informar na Internet atende, em primeiro lugar, uma de suas finalidades básicas no sistema de proteção do consumidor, que é justamente a prevenção de danos. Da mesma forma, permite a formação livre e racional do consumidor quanto às relações estabelecidas por intermédio da Internet, permitindo a reflexão sobre suas restrições e riscos, ao assegurar a equidade informacional das partes.

Logo, é possível depreender que nas relações de consumo eletrônicas, a

Volume 7 – Número 1 (2020) - Porto Alegre – Rio Grande do Sul – Brasil

vulnerabilidade do consumidor não é apenas presumida, mas também um pressuposto essencial para garantir à parte mais fraca da relação todos os seus direitos, de modo a tornar a contratação eletrônica a mais segura e correta possível.

No caso das relações de consumo, o **princípio da isonomia**, entendido sob a forma material ou estrutural, se sobrepõe à autonomia da vontade, por meio do dirigismo contratual, visando assegurar equilibrada do contrato de consumo sob o ponto de vista axiológico. Caracteriza-se e define por meio de seus integrantes (critério subjetivo), consumidor e fornecedor, e pela natureza do vínculo que se constitui entre os seus sujeitos (critério material) (Dias, 2001, p. 106-107).

A relação de consumo praticada pela internet precisa ter a mesma confiança, segurança e informação que a ocorrida dentro do estabelecimento comercial físico, uma vez que esse negócio jurídico ocorrido na modalidade eletrônico não diverge do ocorrido na modalidade tradicional, portanto, passível de proteção jurídica. (Marques, 2004, p. 39)

3.1 Proteção do Consumidor nas relações de consumo eletrônicas

O CDC veio para garantir a tutela do consumidor, consagrada pela Constituição, mas apesar de reconhecer a vulnerabilidade do consumidor e estabelecer uma série de normas que visam à proteção deste, não tem a finalidade de prejudicar o fornecedor, mas sim de reestabelecer o equilíbrio contratual, bem como garantir a regularidade das atividades empresariais, permitindo o desenvolvimento dos processos produtivo e distributivo dentro das normas próprias em que imperam os princípios éticos da honestidade e da lealdade.

Exatamente por isso, as normas de proteção ao consumidor, no fundo, se destinam a reposicionar a equação obrigacional existente no contrato, a fim de assegurar e preservar uma situação de equilíbrio material, fundado no princípio da isonomia.

No caso dos negócios jurídicos celebrados de forma eletrônica a boa-fé parece ser ainda de maior importância, pois uma vez que as partes nem mesmo chegam a se encontrar, a boa-fé é presumida por cada parte ao celebrar o contrato. Implica dizer que a sinceridade, honestidade e as condições prolatadas pelas partes encontram-se intrinsecamente presentes, uma vez que cada parte deve acreditar na outra, caso contrário, o contrato não seria celebrado (Finkelstein, 2011, p. 223).

Volume 7 – Número 1 (2020) - Porto Alegre – Rio Grande do Sul – Brasil

O consumidor é parte vulnerável na relação de consumo, e, portanto, deve ter garantida a efetiva proteção, que foi alcançada com o Código de Defesa do Consumidor, Lei nº 8.078/90 e ainda mais com o Decreto nº 7.962/13. As sanções previstas possuem a função de desestimular a prática de condutas lesivas ao consumidor, e mais, tem inegavelmente o caráter educativo ao mercado fornecedor.

A proteção ao consumidor é um dos grandes motivos pelos quais houve a criação de uma lei específica, para possuir o condão de fazer com que os direitos do consumidor eletrônico fossem preservados e que a confiança no comércio eletrônico se solidificasse.

O Código de Defesa do Consumidor e principalmente o Decreto nº 7.962/13, vem cumprindo seus objetivos, proporcionando uma efetiva tutela do consumidor, garantindo um equilíbrio nas relações de consumo, assegurando sempre que possível, a proteção do consumidor através da proibição ou da limitação das práticas abusivas do mercado, inclusive no comércio eletrônico, mas ainda alguns consumidores não têm conhecimento da real proteção que lhes é oferecida.

4. APLICAÇÃO DO DECRETO Nº 7.962/13 NAS RELAÇÕES DE CONSUMO ELETRÔNICAS

Indiscutível que com a progressão geométrica no consumo virtual e a maior celeridade às transações, a sociedade no geral passou a consumir mais através dos meios eletrônicos. Desta forma, para dar mais clareza, informação e proteção ao consumidor, viu-se a necessidade da adequação legislativa na criação de normas específicas ao comércio eletrônico.

Há seis anos foi publicado o Decreto nº 7.962/13 para dispor sobre a contratação do comércio eletrônico (*e-commerce*), trazendo alterações relevantes às relações consumeristas realizadas no ambiente eletrônico e suprimindo de certa forma algumas lacunas e garantindo maior segurança jurídica ao consumidor ao praticar a comercialização eletrônica, prevendo uma série de obrigações aos fornecedores e prestadores de serviços.

Logo no artigo 1º do decreto, o legislador tratou de traçar as principais direções para que o consumidor tenha seus direitos assegurados:

Volume 7 – Número 1 (2020) - Porto Alegre – Rio Grande do Sul – Brasil

Art. 1º Este Decreto regulamenta a Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico, abrangendo os seguintes aspectos:

- I - informações claras a respeito do produto, serviço e do fornecedor;*
- II - atendimento facilitado ao consumidor;*
- III - respeito ao direito de arrependimento.*

Vem regulamentar o Código de Defesa do Consumidor em razão de uma necessidade de adaptação da legislação infraconstitucional para o comércio eletrônico.

Tendo em vista que o meio eletrônico é abstrato, imaterial, o consumidor fica ainda muito mais vulnerável a atos e omissões do fornecedor de produtos e serviços. Por isso, o atendimento deve ser facilitado por meio de canais de comunicação, que proporcionem esclarecimento, registros de reclamações, e quaisquer outras informações em pouco tempo. O atendimento deve ser razoavelmente rápido, objetivo e eficaz.

O artigo 2º determina quais informações devem ser disponibilizadas nos sítios ou demais meios eletrônicos para que o consumidor conheça melhor o fornecedor, com o intuito de que, em uma causalidade possa exercer os direitos inscritos no Decreto.

Art. 2º - Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para oferta ou conclusão de contrato de consumo devem disponibilizar, em local de destaque e de fácil visualização, as seguintes informações:

- I - nome empresarial e número de inscrição do fornecedor, quando houver, no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda;*
- II - endereço físico e eletrônico, e demais informações necessárias para sua localização e contato;*
- III - características essenciais do produto ou do serviço, incluídos os riscos à saúde e à segurança dos consumidores;*
- IV - discriminação, no preço, de quaisquer despesas adicionais ou acessórias, tais como as de entrega ou seguros;*
- V - condições integrais da oferta, incluídas modalidades de pagamento, disponibilidade, forma e prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto;*
- VI - informações claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições à fruição da oferta*

Verifica-se que, através deste dispositivo que o consumidor possui maior facilidade em manter contato com o fornecedor, a fim de se relacionar e concluir um negócio jurídico, como também, caso não fique satisfeito, pleitear na Justiça seus direitos em face da empresa virtual, podendo facilmente ser achado para responder aos termos da demanda.

No artigo 3º do Decreto nº 7.962/13, a matéria tratada foi de suma importância, já que não havia normas previstas para o caso.

Volume 7 – Número 1 (2020) - Porto Alegre – Rio Grande do Sul – Brasil

Art. 3º Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para ofertas de compras coletivas ou modalidades análogas de contratação deverão conter, além das informações previstas no art. 2º, as seguintes:

I - quantidade mínima de consumidores para a efetivação do contrato;

II - prazo para utilização da oferta pelo consumidor; e

III - identificação do fornecedor responsável pelo sítio eletrônico e do fornecedor do produto ou serviço ofertado, nos termos dos incisos I e II do art. 2º.

Necessita-se informar a quantidade mínima de consumidores nas compras coletivas (considerado uma figura de fornecedor do comércio eletrônico), basicamente pelo fato do internauta verificar a razoabilidade da oferta, possibilitando que o consumidor mantenha-se mais seguro e o fornecedor apresente boa-fé com a confirmação da proposta.

Em relação ao atendimento facilitado ao consumidor, o art. 4º, do Decreto nº. 7.962/13, estabeleceu mecanismos de contato entre fornecedor e consumidor, para que este tenha facilidade em exercer seus direitos frente ao fornecedor eletrônico.

Art. 4º - Para garantir o atendimento facilitado ao consumidor no comércio eletrônico, o fornecedor deverá:

I - apresentar sumário do contrato antes da contratação, com as informações necessárias ao pleno exercício do direito de escolha do consumidor, enfatizadas as cláusulas que limitem direitos;

II - fornecer ferramentas eficazes ao consumidor para identificação e correção imediata de erros ocorridos nas etapas anteriores à finalização da contratação ;

III - confirmar imediatamente o recebimento da aceitação da oferta;

IV - disponibilizar o contrato ao consumidor em meio que permita sua conservação e reprodução, imediatamente após a contratação;

V - manter serviço adequado e eficaz de atendimento em meio eletrônico, que possibilite ao consumidor a resolução de demandas referentes a informação, dúvida, reclamação, suspensão ou cancelamento do contrato;

VI - confirmar imediatamente o recebimento das demandas do consumidor referidas no inciso V, pelo mesmo meio empregado pelo consumidor; e

VII - utilizar mecanismos de segurança eficazes para pagamento e para tratamento de dados do consumidor.

Parágrafo único. A manifestação do fornecedor às demandas previstas no inciso V do caput será encaminhada em até cinco dias ao consumidor.

Nesse diapasão, o artigo em comento, vem contribuir de forma expressa a garantir os direitos do consumidor no âmbito virtual, uma vez que os fornecedores deverão manter serviço adequado e eficaz de atendimento em meio eletrônico, que possibilite ao consumidor a resolução de demandas referentes à informação, dúvida, reclamação, suspensão ou cancelamento do contrato, com resposta encaminhada em até 5 (cinco) dias ao consumidor,

Volume 7 – Número 1 (2020) - Porto Alegre – Rio Grande do Sul – Brasil

bem como assegura e protege o consumidor no inciso IV, determinando a exibição na íntegra do contrato em meio que permita sua conservação.

Imperioso destacar que, uma grande preocupação do legislador foi com relação ao direito de arrependimento nas relações de consumo eletrônicas. O Decreto nº 7.962/13, em seu artigo 5º, colocou fim às discussões de aplicabilidade do direito de arrependimento ao *e-commerce*, mas sem, contudo retirar a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor.

Art. 5º O fornecedor deve informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados e eficazes para o exercício do direito de arrependimento pelo consumidor.

§ 1º O consumidor poderá exercer seu direito de arrependimento pela mesma ferramenta utilizada para a contratação, sem prejuízo de outros meios disponibilizados.

§ 2º O exercício do direito de arrependimento implica a rescisão dos contratos acessórios, sem qualquer ônus para o consumidor.

§ 3º O exercício do direito de arrependimento será comunicado imediatamente pelo fornecedor à instituição financeira ou à administradora do cartão de crédito ou similar, para que:

I - a transação não seja lançada na fatura do consumidor; ou

II - seja efetivado o estorno do valor, caso o lançamento na fatura já tenha sido realizado.

§ 4º O fornecedor deve enviar ao consumidor confirmação imediata do recebimento da manifestação de arrependimento.

Além disto, as contratações no comércio eletrônico deverão observar o cumprimento das condições da oferta, com a entrega dos produtos e serviços contratados, observados prazos, quantidade, qualidade e adequação, conforme preceitua o artigo 6º do Decreto.

Pelo exposto acima analisado, percebe-se que a Lei nº. 8.078/90 deve ser aplicada simultaneamente ao Decreto nº. 7962/13, cumulando-se as duas normas jurídicas para a regulamentação do comércio eletrônico.

Conforme exposto alhures, o Decreto nº 7.962/13 foi uma grande conquista para harmonizar e assegurar o equilíbrio nas relações de consumo, mas acima de tudo, para permitir que o consumidor conheça as condições do negócio e do produto ou serviço, partindo-se, da ideia de boa-fé e transparência, evitando dúvidas ou contradições a partir das informações prestadas e permitindo que tenha segurança em decidir.

5. CONCLUSÃO

Volume 7 – Número 1 (2020) - Porto Alegre – Rio Grande do Sul – Brasil

Nestes últimos tempos, percebeu-se o avanço nas tecnologias de informação e comunicação, a ferramenta mais importante, sem dúvidas, foi à internet, ampliando as possibilidades de comunicação compartilhando informações e as formas negociais. Diante de tal progresso na sociedade consumerista, o Direito se viu na situação de também avançar criando legislações específicas para regular os negócios formalizados através do comércio eletrônico, dando o suporte suficiente para tais relações serem as mais justas e equilibradas possíveis.

Neste compasso, surgiu o Decreto Federal nº 7.962/2013, que veio para regulamentar a Lei nº 8.078/90, o Código de Defesa do Consumidor, uma vez que o mesmo não possui dispositivos específicos para essa nova modalidade de transação comercial que trouxe grandes inovações para as vendas online no país e tem-se mostrado uma ferramenta muito eficaz na proteção e defesa dos consumidores, na luta travada contra os abusos cometidos nas relações jurídicas de consumo.

Com a criação do Decreto, o ordenamento jurídico satisfaz a necessidade do consumidor em relação a sua proteção e segurança jurídica na relação de consumo no âmbito do comércio eletrônico e trouxe uma efetiva prática e mais rígida aplicação das normas do consumidor garantido uma maior proteção e segurança do mesmo na relação de consumo virtual.

Diante do que fora exposto é visível que houve um grande avanço na legislação brasileira com o implemento do Decreto nº 7.962/13. O consumidor tem todos os direitos em comparação à relação de consumo habitual, estabelecido no CDC, tendo o fornecedor também a responsabilidade de cumprir com sua parte no contrato, entregando o produto ou serviço pedido e da forma pedida e quando pedido, entretanto, é necessário ao consumidor cautela na escolha do fornecedor do produto ou serviço, fazendo pesquisas na própria internet em sites especializados na satisfação dos consumidores que já aderiram a tal fornecedor.

O presente trabalho, não teve a pretensão de esgotar o tema, mas sim de analisar alguns pontos específicos do comércio eletrônico, bem como a relevância do Decreto Federal nº 7.962/2013 para a relação de consumo existentes no meio virtual.

Espera-se que os argumentos desenvolvidos neste estudo contribuam para a progressão útil do tema, dissipando determinados preconceitos desprovidos de base científica e contrários à utilização do meio eletrônico para contratações, o que não se coaduna com o

Volume 7 – Número 1 (2020) - Porto Alegre – Rio Grande do Sul – Brasil

futuro inexorável que traça o perfil da humanidade nessa virada do século, inserida na ampla rede mundial da internet.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBERTIN, A.L. Comércio Eletrônico: Modelos, Aspectos e Contribuições de Sua Aplicação. São Paulo: Atlas. 2015.

ALMEIDA, João Batista de. **Manual de Direito do Consumidor**. 2.^a ed, São Paulo: Saraiva. 2016.

BEDANI, Rebeca Soraia Gaspar. **Contratos de comércio eletrônico**. 2015. <<https://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/9213/Contratos-de-comercio-eletronico>>. Acessado em 11/10/2019.

BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 5. ed.rev, atual.eampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013

BRASIL. Código de Defesa do Consumidor. LEI Nº 8.078 de 11 de setembro de 1990. Senado Federal. Brasília. Disponível em < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm> Acesso em: 01/10/2019.

BRASIL. Decreto Federal nº 7.962 de 2013. Regulamenta a Lei no 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. Senado Federal. Brasília. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7962.htm> Acesso em 29/09/2019.

BONATTO, Cláudio. **Código de defesa do consumidor: cláusulas abusivas nas relações contratuais de consumo**. 2. Ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2004.

CAMPOS, Julio Breves. **Comentários ao Decreto 7962/2013, que regulamentou o CDC para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico**. Disponível em <http://www.webcampos.net> – Acesso em 29 de novembro de 2019.

DIAS, Jean Carlos. **O direito contratual no ambiente virtual**. Curitiba: Juruá, 2001.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de direitos do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2004.

FINKELSTEIN, Maria Eugênia. **Aspectos jurídicos do comércio eletrônico**. Porto Alegre: Síntese, 2004.

Volume 7 – Número 1 (2020) - Porto Alegre – Rio Grande do Sul – Brasil

FINKELSTEIN, Maria Eugênia. **Direito do Comércio Eletrônico**. 2ª. ed. Rio de Janeiro: Elesier, 2011.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Direito do consumidor**. 6ª. ed. Niterói: Impetus, 2010.

GOMES, Laís Duran. **O Comércio Eletrônico e o amparo do consumidor no direito brasileiro**. 2018. <<http://www.conteudojuridico.com.br/consulta/artigos/51788/o-comercio-eletronico-e-o-amparo-do-consumidor-no-direito-brasileiro>>. Acesso em 05/10/2019.

LEAL, S.R.C.S. **Contratos eletrônicos: validade jurídica dos contratos via internet**. São Paulo: Atlas, 2016. p.13.

LORENZETTI, Ricardo L. **Comércio eletrônico. Tradução: Fabiano Menke; com notas de Cláudia Lima Marques**. São Paulo: Editora dos Tribunais, 2004.

MANDELBAUM, Renata. **Contratos de adesão e contratos de consumo**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1996, v.9.

MARQUES, Cláudia Lima. **Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor: um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2004.

MATTE, Maurício de Souza. **Internet: comércio eletrônico: aplicabilidade do código de defesa do consumidor nos contratos de e-commerce**. São Paulo: LTr, 2001.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 5ª. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014.

NUNES, Luis Antonio Rizzato. **Curso do direito do consumidor**. 6.ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2011.

SALGARELLI, Kelly Cristina. **Direito do consumidor no comércio eletrônico: uma abordagem sobre confiança e boa-fé**. São Paulo: Ícone, 2010.

VENTURA, Luis Henrique. **Comércio e contratos eletrônicos – aspectos jurídicos**. São Paulo: EDIPRO, 2001.