



A PROTEÇÃO JURÍDICA DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR EM TRANSAÇÕES COMERCIAIS ONLINE: A PERSPECTIVA NO CONTEXTO BRASILEIRO

Guilherme Potrich¹
Glauciene Santos²

RESUMO: Este estudo aborda a proteção jurídica dos direitos do consumidor no contexto do comércio eletrônico brasileiro, centrando-se no Código de Defesa do Consumidor (CDC), Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e no Decreto nº 7.962/2013. O objetivo é analisar as implicações dessas normativas nas relações de consumo online, considerando desafios e perspectivas. O CDC, surgido na década de 1990, estabelece direitos e responsabilidades, com ênfase na inversão do ônus da prova e na proteção contra práticas abusivas. A LGPD, instituída em 2018, destaca a importância da privacidade dos consumidores em transações digitais. O Decreto nº 7.962/2013 regula o comércio eletrônico, exigindo informações claras, atendimento facilitado e respeito ao direito de arrependimento. A adaptação dos fornecedores a essas normativas é fundamental para promover relações de confiança. Conclui-se que, apesar dos desafios operacionais, a conformidade com essas regulamentações fortalece a confiança do consumidor e contribui para o sucesso a longo prazo no dinâmico cenário do comércio eletrônico.

Palavras Chave: Consumidor. Comércio Eletrônico. Proteção.

ABSTRACT: This study addresses the legal protection of consumer rights in the context of Brazilian e-commerce, focusing on the Consumer Protection Code (CDC), General Data Protection Law (LGPD), and Decree No. 7,962/2013. The objective is to analyze the implications of these regulations on online consumer relations, considering challenges and perspectives. The CDC, established in the 1990s, defines rights and responsibilities, emphasizing the burden of proof reversal and protection against abusive practices. The LGPD, enacted in 2018, underscores the importance of consumer privacy in digital transactions. Decree No. 7,962/2013 regulates e-commerce, requiring clear information, facilitated customer service, and respect for the right of withdrawal. The adaptation of suppliers to these regulations is crucial to promoting trustworthy relationships. It is concluded that, despite operational challenges, compliance with these regulations strengthens consumer confidence and contributes to long-term success in the dynamic e-commerce landscape.

Keywords: Consumer, E-commerce, Protection.

¹ Acadêmico do 10º semestre do curso de Direito das Faculdades Magsul –FAMAG de Ponta Porã-MS. E-mail: guilherme.arcari.potrich@gmail.com

² Advogada, especialista em Direito de Família e Sucessões (CERS), e em Direito Penal (Faculdade Metropolitana), Docente das disciplinas Direito do Trabalho, Direito Processual do Trabalho, Direito previdenciário.

INTRODUÇÃO

A proteção dos direitos do consumidor em transações comerciais online é um tema de suma importância no contexto contemporâneo, especialmente no cenário brasileiro, marcado pelo crescente avanço das tecnologias digitais e pela consolidação do comércio eletrônico. A era da internet revolucionou os padrões de consumo, proporcionando facilidades e comodidades aos consumidores, ao mesmo tempo em que apresenta desafios e complexidades para a garantia dos seus direitos. No Brasil, a expansão do comércio eletrônico tem sido significativa, impulsionada pela acessibilidade à internet e pela diversificação das plataformas de venda online. Esse cenário tem gerado um ambiente propício para a realização de transações comerciais, mas também se torna um problema, já que expõe os consumidores a uma série de riscos e desafios específicos, demandando a efetiva proteção dos seus direitos, pois com o crescimento do comércio eletrônico, a coleta e o armazenamento de informações pessoais tornaram-se uma prática comum. No entanto, esse aumento na quantidade de dados coletados também aumenta os riscos de violações de privacidade e vazamentos de informações. Outro fator a ser levado em consideração são as práticas comerciais

enganosas e produtos que não atendem às expectativas do consumidor.

Nesse contexto um dos objetivos do presente trabalho é explicitar sobre a proteção jurídica dos direitos do consumidor em transações comerciais online no Brasil e a garantia efetiva da segurança dos dados pessoais dos consumidores. Nesse sentido, faz-se necessário explorar as dificuldades que os consumidores enfrentam quando não estão cientes de seus direitos, bem como o abuso cometido por aqueles que acreditam que as leis não se aplicam no mundo virtual. Vamos analisar as leis que protegem os consumidores, destacando suas lacunas e identificando os pontos ainda indefinidos no Código de Defesa do Consumidor.

A dinâmica evolução das relações de consumo, especialmente com a ascensão do comércio eletrônico, destaca a necessidade premente de uma proteção jurídica robusta para garantir equilíbrio e transparência nas interações entre fornecedores e consumidores no ambiente digital. O Código de Defesa do Consumidor (CDC), surgido nos anos 1990 em resposta à carência normativa nas relações de consumo, representa um marco essencial. Sua definição de consumidor abarca uma variedade de indivíduos e entidades, ressaltando a proteção daqueles que adquirem produtos para uso pessoal,

familiar ou empresarial.

O CDC oferece uma proteção abrangente, desde a inversão do ônus da prova até o direito à informação clara e à reparação por danos. No contexto do comércio eletrônico em constante expansão, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) entra em cena para salvaguardar a privacidade dos consumidores. O Decreto nº 7.962/2013, que regula o comércio eletrônico, desempenha um papel crucial ao estabelecer parâmetros claros para as transações online, incluindo informações sobre produtos e direito de arrependimento.

Nesse contexto, torna-se essencial compreender como o ordenamento jurídico brasileiro tem se adaptado e evoluído para garantir a segurança, a transparência e a proteção dos consumidores em transações realizadas na esfera digital. Questões como informações claras sobre produtos e serviços, práticas comerciais abusivas, segurança nas transações financeiras, direito de arrependimento e solução de conflitos são pontos cruciais que demandam atenção especial para a construção de um ambiente online seguro e justo para os consumidores. Este estudo se utiliza de uma abordagem metodológica descritiva, fundamentada na análise crítica de fontes teóricas de relevância consagrada, obtidas por meio de uma pesquisa abrangente em recursos digitais de alta credibilidade.

Portanto, este trabalho buscará analisar e discutir as principais legislações, regulamentações e mecanismos de proteção do consumidor aplicáveis às transações comerciais online no Brasil. Esta análise explora a interseção entre esses dispositivos legais, delineando os desafios e perspectivas para a proteção jurídica dos direitos do consumidor no cenário brasileiro, marcado pela complexidade das relações de consumo contemporâneas.

RESUMINDO O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (CDC)

O Surgimento do Código de Defesa do Consumidor

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) surgiu no Brasil como resultado de um longo processo de evolução nas relações de consumo e da necessidade de proteger os direitos dos consumidores. Antes da promulgação do CDC, o Brasil carecia de uma legislação específica que regulamentasse as relações entre fornecedores e consumidores, deixando o consumidor em uma posição vulnerável diante de práticas abusivas e produtos defeituosos.

O movimento para a criação do CDC começou a ganhar força na década de 1980, em meio a um contexto de redemocratização do país. A sociedade civil organizada, movimentos de defesa do consumidor, juristas e acadêmicos

pressionaram por uma legislação que garantisse a proteção dos direitos dos consumidores de maneira mais efetiva.

Em 11 de setembro de 1990, o então presidente Fernando Collor de Mello sancionou a Lei nº 8.078, que instituiu o Código de Defesa do Consumidor. A nova legislação representou um marco significativo, introduzindo princípios como a boa-fé nas relações de consumo, a responsabilidade objetiva do fornecedor por danos causados aos consumidores e a criação de mecanismos para a resolução de conflitos. O CDC estabelece, ainda, normas específicas sobre publicidade enganosa, práticas comerciais abusivas, qualidade e segurança dos produtos e serviços, além de instituir órgãos de defesa do consumidor, como o PROCON, para atuar na fiscalização e aplicação das normas.

A jurista Ada Pellegrini Grinover nos ensina e orienta que:

A proteção do consumidor é um desafio da nossa era e representa, em todo o mundo, um dos temas mais atuais do Direito. Não é difícil explicar tão grande dimensão para um fenômeno jurídico totalmente desconhecido no século passado e em boa parte deste. O homem do século XX vive em função de um modelo novo de associativismo: a sociedade de consumo (mas *consumption society* ou *Konsumgesellschaft*), caracterizada por um número crescente de produtos e serviços, pelo domínio do crédito e do marketing, assim como pelas dificuldades de acesso à justiça. São esses aspectos que marcaram o nascimento e desenvolvimento do

Direito do Consumidor como disciplina jurídica autônoma".

Ao longo dos anos, o CDC passou por algumas alterações para se adaptar às transformações no mercado e nas relações de consumo, mantendo-se como um instrumento fundamental para garantir a proteção dos direitos dos consumidores no Brasil. Seu surgimento representa um avanço significativo na busca por relações mais justas e equilibradas entre fornecedores e consumidores no cenário nacional.

Consumidor Segundo o Código de Defesa do Consumidor

De acordo com o Código de Defesa do Consumidor (CDC) brasileiro, no artigo segundo, consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Isso significa que o consumidor é aquele que compra um produto ou contrata um serviço para seu uso pessoal, familiar ou empresarial, não com a intenção de revender ou utilizar como insumo em sua produção, vejamos:

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. (LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990.)

Porém, vale lembrar que, se o comprador adquire bens para sua própria produção ou para revenda, ele não se

enquadra na definição de consumidor, como destacado por Alvim:

O conceito geral de consumidor, estabelecido neste art. 2º, refere-se explicitamente à aquisição ou utilização em caráter final, não contemplando como consumidores, genericamente, **aqueles que adquirem e vendem o mesmo produto**, ou apenas adquirem o produto para transformá-lo ou mesmo implementá-lo em outro (Alvim *et al.*, 1995, p.30). **Grifo nosso**

Em outras palavras, Consumidor é aquele que compra um produto ou contrata um serviço para seu próprio uso, não com o objetivo de revenda ou uso posterior na produção de outros bens ou serviços.

A Proteção ao Consumidor

Na relação de consumo, o consumidor é comumente considerado a parte vulnerável ou mais frágil em comparação aos fornecedores ou prestadores de serviços, como aduz o Código do Consumidor em seu art. 4, I.

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo; (LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990). **Grifo nosso.**

Nesse contexto, o artigo 6º, VIII do CDC, veio dar uma das mais importantes proteções oferecidas pelo código, a inversão do ônus da prova em favor do consumidor, e é aplicado em situações onde o consumidor se encontra em uma posição de vulnerabilidade ou hipossuficiência técnica ou econômica diante do fornecedor de produtos ou serviços. Vejamos:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor: VIII – a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a **inversão do ônus da prova, a seu favor**, no processo civil, quando a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, seguindo as regras ordinárias de expectativas. **Grifo nosso.**

Em termos práticos, a inversão do ônus da prova significa que, em determinadas situações previstas na legislação consumerista, cabe ao fornecedor comprovar a veracidade de suas alegações ou a adequação de seus produtos e serviços, e não ao consumidor. Isso é especialmente relevante em casos nos quais o consumidor alega um vício no produto ou serviço, defeito, descumprimento contratual ou alguma prática abusiva por parte do fornecedor. Esse mecanismo proporciona ao consumidor uma maior proteção, pois alivia a dificuldade que muitas vezes enfrenta para provar suas alegações diante de empresas com maior poderio econômico e técnico. A inversão do ônus da prova busca, portanto, nivelar a balança da relação

de consumo, concedendo ao consumidor maior facilidade em pleitear seus direitos, com o destaque de Farias:

Como forma de trazer o equilíbrio na relação de consumo o Código de Defesa do Consumidor prescreveu normas contratuais rígidas, submeteu o fornecedor às regras da responsabilidade civil objetiva, fixou regras e prazos quanto aos vícios, e ainda, conferiu ao consumidor, como instrumentos de defesa a possibilidade de inversão do ônus da prova no processo judicial (Farias, 2002).

Além disso, o CDC estabelece o direito à informação clara e adequada sobre produtos e serviços. Fornecedores são obrigados a prestar informações precisas, completas e compreensíveis, possibilitando que os consumidores façam escolhas informadas. A publicidade enganosa e abusiva é proibida, contribuindo para coibir práticas desleais que possam prejudicar os consumidores.

A responsabilidade objetiva é outro pilar importante do CDC. Significa que o fornecedor é responsável pelos danos causados ao consumidor independentemente de culpa, bastando a comprovação do nexo causal entre o defeito do produto ou serviço e o dano sofrido pelo consumidor. Essa disposição fortalece a segurança dos consumidores, incentivando os fornecedores a oferecerem produtos e serviços de qualidade.

O CDC também prevê o direito à reparação por danos materiais e morais.

Caso o consumidor seja prejudicado por práticas abusivas, produtos defeituosos ou informações enganosas, ele tem o direito de buscar reparação pelos danos sofridos. Isso significa que quando alguém, por ação ou omissão, viola um direito legítimo de outra pessoa, causando danos concretos (sejam eles de natureza financeira, física, emocional ou psicológica), é estabelecida a obrigação de indenizar a vítima. Essa reparação visa restabelecer, na medida do possível, a situação anterior à ocorrência do dano. Maria Helena Diniz explica que dano moral “é a dor, angústia, o desgosto, a aflição espiritual, a humilhação, o complexo que sofre a vítima de evento danoso, pois estes estados de espírito constituem o conteúdo, ou melhor, a consequência do dano”. Além disso, o Código instituiu órgãos de defesa do consumidor, como o PROCON, para atuar na fiscalização e mediação de conflitos, proporcionando uma via eficiente para a resolução de problemas entre consumidores e fornecedores.

Em resumo, o Código de Defesa do Consumidor desempenha um papel crucial ao garantir a proteção dos consumidores no Brasil, proporcionando instrumentos legais que visam assegurar a equidade nas relações de consumo e promover um ambiente mais justo e confiável para todas as partes envolvidas.

COMÉRCIO ELETRÔNICO

O comércio eletrônico, também conhecido como e-commerce, refere-se à realização de transações comerciais por meio da internet. Esse modelo de negócio permite a compra e venda de produtos e serviços de forma eletrônica, sem a necessidade de interação física entre comprador e vendedor. O comércio eletrônico abrange uma ampla variedade de atividades, desde a venda de bens de consumo até a prestação de serviços, e pode ocorrer em diversos formatos, como lojas online, aplicativos móveis, plataformas de marketplace, entre outros.

Comércio Eletrônico e Suas Vantagens

A principal característica desse modelo de comércio é a facilidade de acesso, e sua disponibilidade, independente de horário ou da localização em que o consumidor se encontra, o comércio eletrônico estará sempre de portas abertas para recebê-lo.

A visibilidade e variedade de produtos também é um grande trunfo do comércio eletrônico. Ao comparar uma loja física com a mesma variedade de produtos da gigante do e-commerce Amazon, é importante notar que a loja física enfrentaria desafios significativos para expor todos esses itens em seu espaço de mostruário.

Enquanto isso, em uma loja online, não há limitação física para a exposição de produtos. A única preocupação do fornecedor seria armazenar esses itens, já que no ambiente online não há restrição de espaço ao oferecê-los para venda.

Dito de outro modo, uma loja física teria dificuldade em acomodar e exibir fisicamente uma vasta gama de produtos sem comprometer a experiência do cliente, enquanto uma loja online não enfrenta esse problema. No comércio eletrônico, a capacidade de oferecer uma ampla variedade de produtos é facilitada pela ausência de limitações físicas, permitindo que os fornecedores apresentem um catálogo extenso sem as restrições de espaço encontradas nas lojas físicas.

O comércio eletrônico tem transformado significativamente o cenário comercial, proporcionando conveniência aos consumidores e oferecendo novas oportunidades de negócios para as empresas. O seu contínuo crescimento e evolução são impulsionados pela inovação tecnológica e pela demanda crescente por experiências de compra online.

Crescimento do Comércio Eletrônico

Era inevitável que o Comércio Eletrônico viesse a crescer com o passar do tempo devido ao crescente número de pessoas que passaram a ter acesso a ele.

Desde os anos 2000, ele vinha se desenvolvendo no Brasil, começando lentamente e nos últimos anos tem dado passos largos, adquirindo cada vez mais consumidores, isso devido a alguns fatores como:

Acesso à internet: O aumento da conectividade global, a disseminação de dispositivos móveis e o acesso mais fácil à internet permitiram que mais pessoas pudessem comprar online.

Conveniência: O e-commerce oferece conveniência aos consumidores, permitindo que façam compras a qualquer hora e em qualquer lugar, sem restrições geográficas.

Variiedade de produtos: Lojas online podem oferecer uma ampla gama de produtos, muitas vezes, maior do que o disponível em lojas físicas, proporcionando aos consumidores uma seleção mais vasta.

Facilidade de comparação de preços: Os consumidores podem comparar facilmente preços entre diferentes vendedores online, permitindo-lhes encontrar as melhores ofertas. Experiência de compra melhorada: Muitas lojas online investem em interfaces intuitivas e experiências de compra personalizadas, o que aumenta a satisfação do cliente.

Logística e entrega: Avanços na logística, incluindo serviços de entrega mais rápidos e eficientes, têm contribuído para a

popularidade do comércio eletrônico. Opções como frete grátis e entregas rápidas têm atraído mais consumidores para o e-commerce.

A **pandemia COVID-19** teve um papel fundamental para o comércio eletrônico, ela agiu como um catalisador para o crescimento deste meio. Muitos consumidores que tinham receio de sair de suas casas para comprar em lojas físicas acabaram experimentando comprar online e se habituando a este tipo de comércio.

Esse crescimento não se limita a determinados setores, abrangendo desde produtos eletrônicos e roupas até mantimentos e serviços. Empresas de todos os tamanhos estão investindo no comércio eletrônico para alcançar um público mais amplo e atender às demandas de consumidores cada vez mais digitais. No entanto, esse crescimento também trouxe desafios, como a necessidade de garantir a segurança das transações online, a proteção dos dados dos consumidores e a gestão eficiente das devoluções e reclamações. No geral, o comércio eletrônico continua a se expandir e evoluir, moldando o modo como as pessoas compram e vendem produtos e serviços ao redor do mundo.

A Confiança nas Relações de Consumo no Comércio Eletrônico

Desde o nascimento do comércio

eletrônico a confiabilidade nas transações sempre foi um assunto muito discutido entre os usuários, talvez esta seja a maior preocupação para estes. E com motivos, pois existe uma grande incerteza de quem está por trás do anúncio, diferente das lojas físicas, no comércio eletrônico, na maioria das vezes, não existe qualquer interação humana, uma vez que os sites são feitos de maneira a realizar toda a logística de venda sozinhos. Por este motivo, ao decorrer do tempo, as empresas se empenharam em formar uma reputação consolidada, como bem explica Salgarelli:

Como a confiança é fator fundamental nas relações de comércio eletrônico, cabe aos fornecedores e estudiosos da informática desenvolverem níveis cada vez mais seguros nas operações, eis que a confiança está intimamente ligada à segurança das transações (Salgarelli, 2010, p. 95).

Outra preocupação é a de que para realizar uma compra online, o consumidor deve informar alguns de seus dados pessoais, e muitos dos usuários têm receio de fornecer essa informação, pois não se sabe ao certo se pode confiar aos fornecedores informações tão importantes, e quais seriam as consequências para eles se por acaso essas informações fossem usadas de forma prejudicial ao consumidor.

Diante disso, em 2018, foi criada a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) - Lei nº 13.709/2018 - que é uma legislação

brasileira que estabelece regras sobre a coleta, o armazenamento, o tratamento e o compartilhamento de dados pessoais por organizações públicas e privadas. Ela foi inspirada no Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR) da União Europeia e visa proteger a privacidade dos indivíduos e dar mais controle aos cidadãos sobre seus próprios dados.

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) se aplica a todas as entidades que lidam com dados pessoais no Brasil, independentemente de sua natureza jurídica, tamanho ou área de atuação, e prevê sanções para o descumprimento das disposições da lei, como advertências, multas e proibições de tratamento de dados. A lei entrou em vigor em setembro de 2020, após um período de adaptação para as organizações se adequarem às suas exigências.

Leis Voltadas Especificamente Para o Comércio Eletrônico

Aqueles que desejam utilizar do comércio eletrônico devem seguir aquilo que está disposto não só no código do consumidor, mas também na Lei (7.962/2013), que surgiu para fechar algumas lacunas que o código do consumidor deixava quanto ao comércio eletrônico.

A Lei nº 7.962/2013, conhecida

como "Lei do E-commerce", estabelece regras e diretrizes para as compras realizadas pela internet no Brasil. Ela visa regulamentar as relações de consumo online, oferecendo proteção aos consumidores que realizam transações comerciais por meio de plataformas digitais. Essa legislação busca proporcionar mais segurança e transparência nas transações comerciais realizadas pela internet, assegurando os direitos dos consumidores que utilizam plataformas online para realizar suas compras. A Lei do E-commerce representa um marco importante na regulamentação do comércio eletrônico no Brasil, promovendo relações mais equilibradas entre consumidores e fornecedores nesse ambiente virtual.

A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NAS RELAÇÕES DO COMÉRCIO ELETRÔNICO

Contratação no Comércio Eletrônico

O Decreto nº 7.962/2013 se destaca como um marco regulatório crucial para estabelecer parâmetros e assegurar a integridade das transações online. Essa legislação, datada de 15 de março de 2013, tem como principal objetivo criar um ambiente mais transparente e seguro para os consumidores que optam pelo comércio eletrônico. Para tanto, estabelece diretrizes claras sobre informações que os

fornecedores devem disponibilizar aos consumidores, abordando aspectos como características do produto, preços, formas de pagamento e prazos de entrega.

Em seu artigo 1, incisos I, II e III, destacam-se algumas formas de proteger o consumidor.

Art. 1º Este Decreto regulamenta a Lei nº 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; e

III - respeito ao direito de arrependimento. (Decreto 7.962/2013)

Destaca a necessidade de disponibilização de informações claras e precisas sobre os produtos ou serviços oferecidos, abrangendo características, preço, formas de pagamento, entre outros. Essa proteção propicia ao consumidor um ambiente de transparência, no qual ele pode tomar decisões informadas, compreendendo plenamente o que está adquirindo e evitando surpresas desagradáveis ao longo do processo de compra.

Também aborda a clareza e destaque das cláusulas que limitem direitos do consumidor nos contratos online. Isso proporciona benefícios ao consumidor ao tornar mais evidentes eventuais restrições ou condições contratuais que possam afetar seus direitos. Essa medida contribui para evitar interpretações ambíguas ou

confusas, assegurando que o consumidor tenha plena compreensão das condições do contrato.

E por fim, ao reconhecer o direito de arrependimento do consumidor em até 7 dias após o recebimento do produto, sem a necessidade de justificativa, confere um benefício substancial. Esse período assegura ao consumidor a oportunidade de avaliar o produto fisicamente, refletindo sobre a compra sem a pressão do tempo. Essa prerrogativa não apenas fortalece a confiança do consumidor nas transações online, mas também representa um importante mecanismo de proteção para situações em que as expectativas do consumidor não são atendidas.

Os artigos subsequentes estabelecem requisitos específicos para contratos celebrados pela internet, garantindo sua clareza e facilidade de compreensão pelo consumidor. Além disso, reforçam a importância de proteger os dados pessoais dos consumidores, exigindo que o tratamento dessas informações seja transparente e seguro.

Outro aspecto relevante abordado pelos artigos restantes é a necessidade de confirmação imediata do recebimento da compra, fornecendo ao consumidor informações detalhadas sobre a transação. Essa medida visa assegurar que o consumidor tenha ciência imediata das

condições da compra efetuada.

Esses elementos, somados aos incisos I, II e III, contribuem para criar uma legislação abrangente que visa proteger os direitos dos consumidores no comércio eletrônico. Ao enfatizar a transparência nas informações, o reconhecimento do direito de arrependimento e a clareza nos contratos online, o Decreto nº 7.962/2013 estabelece um arcabouço normativo que busca equilibrar as relações entre fornecedores e consumidores nesse cenário dinâmico e digital.

Consequências do Decreto

A adaptação dos fornecedores ao Decreto nº 7.962/2013 no Brasil representou um desafio significativo, demandando ajustes substanciais nas práticas comerciais para se alinharem às novas diretrizes do comércio eletrônico. Desde a promulgação do decreto, os fornecedores têm empreendido esforços consideráveis para se conformar com as exigências estabelecidas.

A melhoria na divulgação de informações aos consumidores tem sido uma área prioritária para os fornecedores. Investimentos em sistemas e práticas foram realizados para assegurar a transparência e precisão nas informações sobre produtos ou serviços. Isso envolve não apenas a divulgação clara de características e preços, mas também a comunicação efetiva

sobre formas de pagamento e prazos de entrega.

A revisão e adequação de contratos online tornaram-se uma prática comum entre os fornecedores. O foco está em criar contratos mais transparentes e de fácil compreensão, com destaque especial para cláusulas que possam impactar os direitos dos consumidores. Essa abordagem proativa visa prevenir mal-entendidos e minimizar potenciais conflitos.

A implementação de políticas de devolução e reembolso também se destacou durante o processo de adaptação. Os fornecedores reconhecem a importância de proporcionar aos consumidores um processo claro e eficiente para desistência da compra, conforme previsto no direito de arrependimento estabelecido pelo decreto. Isso não apenas atende às exigências legais, mas também contribui para a construção de uma relação de confiança com os consumidores.

Em meio a essas adaptações, a busca por práticas que garantam a segurança e proteção de dados pessoais dos consumidores tem sido uma prioridade. A conformidade com as normas do decreto exige um tratamento transparente e seguro das informações pessoais, e os fornecedores têm investido em sistemas de segurança e processos que atendam a essas demandas.

Embora o processo de adaptação

tenha representado desafios operacionais, muitos fornecedores percebem que a conformidade com o Decreto nº 7.962/2013 não apenas atende a requisitos legais, mas também contribui para o fortalecimento da confiança do consumidor e, por conseguinte, para o sucesso a longo prazo no dinâmico cenário do comércio eletrônico.

MATERIAL E MÉTODOS

A metodologia adotada nesta pesquisa se baseou em uma revisão bibliográfica abrangente, explorando diversos artigos disponíveis na internet. A busca por informações relevantes envolveu a utilização de palavras-chave específicas relacionadas ao tema de estudo. A pesquisa foi conduzida em várias bases de dados acadêmicos, bibliotecas online e sites de instituições de pesquisa conceituadas, considerando uma delimitação temporal e a seleção criteriosa de fontes confiáveis.

Os critérios de inclusão e exclusão foram aplicados com rigor. Foram analisados resumos, considerando o rigor metodológico e a relevância para os objetivos da pesquisa. A seleção dos artigos foi realizada com base nessas avaliações, garantindo a consistência e pertinência das fontes incorporadas à análise. É importante reconhecer as limitações inerentes à metodologia, como

possíveis vieses de seleção ou restrições na disponibilidade de artigos específicos. Essas considerações são essenciais para contextualizar os resultados e proporcionar uma compreensão precisa do escopo da pesquisa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em síntese, a interligação complexa entre o Código de Defesa do Consumidor (CDC), o comércio eletrônico, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e o Decreto nº 7.962/2013 delineia um panorama desafiador e dinâmico no cenário brasileiro de relações de consumo.

O CDC, erigido em resposta a lacunas nas práticas comerciais, proporciona uma salvaguarda fundamental, conferindo direitos substanciais aos consumidores e estabelecendo as bases para relações mais justas e transparentes.

A ascensão do comércio eletrônico, por sua vez, redefine as fronteiras das transações comerciais, introduzindo conveniência, variedade e, simultaneamente, desafios inerentes à confiança nas interações virtuais. A LGPD, sancionada em 2018, reflete a necessidade de proteger a privacidade dos consumidores, trazendo uma perspectiva contemporânea e alinhada com a era digital.

O Decreto nº 7.962/2013, ao regulamentar o comércio eletrônico, emerge

como um marco normativo estratégico. Definindo parâmetros para informações claras sobre produtos, atendimento ao consumidor e direito de arrependimento, busca equilibrar a praticidade do comércio online com a proteção do consumidor.

A adaptação dos fornecedores a essas regulamentações representa uma resposta necessária às demandas da era digital. Melhorias na divulgação de informações, revisão de contratos, implementação de políticas de devolução e ênfase na segurança de dados refletem o esforço contínuo para construir confiança e cumprir normativas.

Nesse cenário multifacetado, os desafios persistem, incluindo a construção e manutenção da confiança do consumidor, a evolução constante das práticas do comércio eletrônico e a adaptação ágil às mudanças legislativas. Contudo, o comprometimento em conciliar inovação e proteção do consumidor pode pavimentar o caminho para um ambiente digital mais seguro, transparente e confiável. O desafio reside na busca contínua por equilíbrio, promovendo uma coexistência harmoniosa entre avanços tecnológicos e a salvaguarda efetiva dos direitos do consumidor no contexto brasileiro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVIM, A. *et al.* **Código do Consumidor Comentado**. São Paulo: Revista dos

Tribunais,1995.

BRASIL. **Lei 8.880, de 19 de setembro de 1990.** Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/8080. Acesso em: 15 de maio de 2023.

DINIZ, MARIA HELENA. **Curso de Direito Civil.** Responsabilidade Civil. Ed.Saraiva. 18ª edição, 2007.

FARACO, Marcela. **Direito Digital:** Os direitos do consumidor e os deveres do fornecedor no Comércio Eletrônico. JusBrasil, 05 nov. 2014. Disponível em: <http://marcelafaraco.jusbrasil.com.br/publicacoes>. Acesso em: 03 de ago. de 2023.

FARIAS, C.C. “A proteção do consumidor na era da globalização”. **Revista de Direito do Consumidor**, n. 4, janeiro-março, 2002.

GRINOVER. ADA PELLEGRINI. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor.**Forense Universitária, 2001.

LOBO, Julia Câmara. **O Direito do Consumidor nas Compras pela Internet o Consumidor e seus Direitos na Internet.** Goiânia. 2021.

SALGARELLI, Kelly Cristina. **Direito do consumidor no comércio eletrônico:** uma abordagem sobre confiança e boa-fé. 1. ed. São Paulo: Ícone, 2010.