

DIREITOS REAIS NO CONSUMO VIRTUAL

Vinicius Roberto Prioli de SOUZA¹
Luciana Laura Tereza Oliveira CATANA²

RESUMO: No cotidiano pratica-se várias relações de consumo e há vários meios de consumo. A Constituição Federal Brasileira de 1988 inovou ao incluir a questão da proteção ao consumidor entre os direitos e garantias fundamentais do cidadão. Em 11 de setembro de 1990 foi promulgada a Lei nº 8.078, o Código de Defesa do Consumidor (CDC), objetivando diminuir a grande diferença de poder existente entre o consumidor e o fornecedor e pretendendo disciplinar por completo as relações de consumo, definindo a figura do fornecedor, do consumidor, além das práticas comerciais abusivas e tipos de penalidade a ser imposta. Sendo assim, não apenas o CDC tem base constitucional (art. 48 do ADCT) como, também, todos os princípios da proteção acham-se constitucionalmente assegurados. A Internet já é uma realidade inquestionável e insuperável. O *e-commerce*, ou comércio eletrônico, como consequência natural do sucesso da Internet, apresenta-se igualmente como um fenômeno irreversível. Ante a facilidade de vender e de expor os produtos e serviços na Internet, é grande o número de empresas que já possuem um site de vendas. Assim, o Direito do Consumidor ganha relevante importância no mundo virtual. O referido trabalho tem o objetivo de discutir as relações de consumo em meio virtual, ou seja, se as práticas comerciais na Internet estão de acordo com os preceitos vigentes do Código de Defesa do Consumidor, bem como analisar as soluções disponíveis no ordenamento jurídico brasileiro para possíveis conflitos. Tendo assim por objetivo, mostrar a aplicabilidade do direito de defesa do consumidor, presente no CDC, nas relações de consumo ocorridas em meio virtual, e ainda, demonstrar que a evolução dos meios de comércio via Internet é muito superior à atualização a legislação brasileira, de modo a se tornar insatisfatório para se resolver possíveis conflitos decorrentes de tais relações de consumo. Utiliza-se, no presente trabalho como metodologia a forma documental indireta através da pesquisa documental e bibliográfica. E como métodos de abordagem a dedução. Será conjuntamente usado também o método hipotético dedutivo. Por fim, o presente trabalho conclui que é imprescindível que toda a sociedade tenha a consciência de que qualquer ação que na vida real constituiria uma relação de consumo, na maioria dos casos também se tipificaria como tal em meio virtual. Toda nova tecnologia envolve uma nova polêmica e que todo benefício implica em um risco. Portanto ainda, que a Internet possibilite uma forma de consumo jamais vista, na qual número de *cyber-consumidores* cresça rapidamente e o sistema jurídico brasileiro não acompanhe tal crescimento, devemos dar atenção especial à Rede Mundial no âmbito jurídico. Mister, para o alcance deste objetivo é a reforma nacional da legislação, pois esta apresenta um grande atraso que dificulta substancialmente o alcance deste objetivo.

PALAVRAS-CHAVES: Código de Defesa do Consumidor; *E-commerce*; Internet.

¹ Bacharel em Direito pelas Faculdades Integradas “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente/SP. Mestrando em Direito pela Universidade Metodista de Piracicaba/SP – UNIMEP.

² Bacharel em Direito pelas Faculdades Integradas “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente/SP.