

A RELAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR COM O COMÉRCIO ELETRÔNICO: VANTAGENS E DESVANTAGENS

Roberta Aguiar PEREIRA¹
Claudio José Palma SANCHEZ²

RESUMO: O objetivo do artigo é demonstrar a evolução do Código de Defesa do Consumidor, realizando um paralelo com o comércio eletrônico. Com a evolução da internet, as relações de consumo se modificaram, as empresas estão utilizando as mídias eletrônicas como forma de atingir diversos clientes, que nem sempre ficam satisfeitos com o produto, deixando o consumidor mais vulnerável em relação ao fornecedor, por isso se faz necessário a adaptação das normas que regularizam as relações comerciais, para que a legislação acompanhe a maneira como a sociedade se relaciona.

Palavras-chave: Relações comerciais. Comércio eletrônico. Fornecedor. Consumidor. Projetos de lei

1 INTRODUÇÃO

A sociedade destina demasiada atenção para os direitos de terceira dimensão, os chamados direitos humanos, dando menos importância, mas não abandonando os direitos individuais anteriormente conquistados. Em uma época em que o desenvolvimento ocorre se baseando em relações de consumo, é necessário e de extrema relevância social, que aja um dispositivo que regulamente as novas relações comerciais, já que este fato gera uma nova classe consumidora.

Os primeiros mecanismos de regulamentação de relações econômicas, surgiram na Europa e nos Estados Unidos, dando especial atenção para os direitos individuais voltados para relações de trabalho; no primeiro como uma forma de consolidação da sociedade, organizando as relações criadas e aumentadas pela primeira e segunda revolução industrial, onde nota-se o advento do capitalismo; no segundo, quando o presidente John F. Kennedy declara a importância da proteção

¹ Discente do 1º ano do curso de Direito do Centro Universitário “Antonio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. e-mail. roberta.aguiar_@hotmail.com

² Docente do curso de Direito do Centro Universitário “Antonio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. Mestre em Teoria Geral do Direito e do Estado e-mail. palma@toledoprudente.edu.br. Orientador do trabalho.

dos direitos do consumidor, em especial a segurança, informação e poder de escolha.

Com a crescente evolução da globalização, com as fontes de informação e comunicação se tornando cada vez mais eficazes, as relações de consumo se modificam rapidamente, coisas que não eram imagináveis a 20 anos atrás, como compras através de sites, estas tidas como perfeitamente compreensíveis atualmente. Para que o ordenamento jurídico acompanhe as constantes mudanças da sociedade, os legisladores propõe mudanças, que tem como objetivo ampliar e melhorar o alcance da legislação, tornando -a mais específica quando se trata de assunto de grande relevância para grande parcela da população.

2 BASE LEGAL

No Brasil o Código de Defesa do Consumidor surge num cenário de modificações, onde a população luta para conquistar direitos e garantias fundamentais, em meio as crises econômicas e sociais de 1960 e 1970 e a constantes elevações de preços; surge então a necessidade da criação de um órgão de defesa.

Entre diversas legislações esparsas de consumo, nesse período destaca-se a lei nº 4 de 26 de setembro de 1962, onde o governo apresenta uma das primeiras formas de intervenção nas relações econômicas.

Art. 1º A União, na forma do art. 146 da Constituição, fica autorizada, a intervir no domínio econômico para assegurar a livre distribuição de mercadorias e serviços essenciais ao consumo e uso do povo, nos limites fixados nesta lei.

As crises levaram a um crescente número de manifestações, e em 1970 surgiram os primeiros órgãos de defesa do consumidor. No entanto, os momentos economicamente complicados não cessaram, a recessão só fazia crescer. Com a redemocratização do país na década de 80, se instalou o movimento consumerista que tinha como objetivo incluir o assunto defesa do consumidor na Assembleia Constituinte.

Devido ao movimento e a dedicação de grande parte da sociedade, através do Decreto nº 91.496, de 24 de julho de 1985 foi criado o conselho nacional do consumidor, do qual varias associações faziam parte, entre elas os Procons estaduais, a ordem dos advogados do Brasil e Ministérios do governo federal.

Desta forma o conselho nacional do consumidor teve atuação de grande importância na Assembleia Constituinte, por ter difundido a importância da defesa do consumidor no Brasil, possibilitando inclusive, a criação de uma política nacional de defesa do consumidor. No mesmo período a Organização das Nações Unidas estabeleceu diretrizes para proteção do consumidor.

Assim a constituição de 1988, a chamada constituição cidadã, trouxe no artigo 5º inciso XXXII a defesa do consumidor.

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

XXXII – o estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor.

E no artigo 170, inciso V

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

v- defesa do consumidor

A lei de defesa de consumidor ainda estava prevista no artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias

Art. 48. O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará Código de Defesa do Consumidor.

Mas somente em 11 de setembro de 1990 foi instituída a lei 8078/90, o Código de Defesa do Consumidor, que regulamenta e protege as relações entre consumidor e fornecedor, estabelecendo condutas e penalidades.

3 CONCEITOS DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

A sociedade de consumo, não trouxe somente benefícios, pelo contrário, na situação atual as posições de fornecedor e consumidor se tornaram muito diversas, se antes ambos tinham o mesmo poder de barganha, atualmente é o fornecedor que assume a posição dominante na relação. O direito não podendo ficar alheio a tal fenômeno se manifesta no Código de Defesa do Consumidor, onde o princípio de maior importância é o da proteção do consumidor, segundo Rogério Medeiros Garcia Lima (2003, p. 150):

Em matéria consumerista, vigora o princípio maior da proteção do consumidor. Envolve favorecimento ao mais fraco, sem infringir a regra de isonomia, eis que são tratados desigualmente os desiguais, na medida que se desigualam.³

O código de defesa do consumidor é um corpo de normas multidisciplinar, pois trata de várias relações de consumo, em todas as disciplinas do direito, na esfera administrativa, no âmbito civil ou no contexto penal; na opinião de Eduardo Gabriel Saad (1999, p.29) :

Este código [de defesa do consumidor] é, de fato, um microssistema normativo, de natureza multidisciplinar por abranger vários ramos do direito público e privado. Dessarte, não nos parece aceitável a tese que o direito do consumidor é um ramo autônomo do direito.⁴

Quando se fala em relações de consumo, é necessário conceituar de maneira clara e objetiva os entes participantes dessa relação, entre eles consumidor, fornecedor e produto, já que este conceito é relevante para identificar a relação jurídica de consumo.

Embora não seja obrigação da lei definir os institutos que regula, o legislador do código estudado, define logo nos primeiros artigos, consumidor, fornecedor e produto. Consumidor segundo o artigo 2º do Código de Defesa do

³ Aplicação do Código de Defesa do Consumidor. LIMA Rogério Medeiros Garcia de. Editora Revista dos Tribunais, 2003, p. 150.

⁴ Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. SAAD Eduardo Gabriel. Editora LTR, 1999, P. 29

Consumidor, é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final, portanto é a pessoa que adquire o produto ou serviço com a finalidade de utilizá-lo, mesmo a pessoa que não adquiriu pessoalmente o produto, mas que o utilizou como destino final é considerado consumidor.

O mesmo dispositivo citado acima, traz equiparações de consumidor, ou seja, além do artigo 2º que define consumidor, ainda existem os artigos 17, que trata do consumidor para efeito da seção II - Da responsabilidade pelo fato do produto e do serviço, equiparando o consumidor como vítima do evento, e do artigo 29, que trata do consumidor para os fins do capítulo V - Das práticas comerciais, e do capítulo seguinte VI - Da proteção contratual, que equipara o consumidor as pessoas determináveis ou não, expostas as práticas que neles foram previstas.

Quando se trata de fornecedor o artigo 3º, caput, conceitua que fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição, ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

O texto do dispositivo deixa claro que todo produto ou serviço prestado deve ser feito de forma habitual, ou seja de maneira comercial ou profissional, e para que a pessoa seja reconhecida como fornecedor de serviços é necessário que além da profissão ou comércio, que ela preste esses serviços ou forneça determinados produtos em troca de remuneração; o fornecedor é aquele que participa da área ativa da relação de consumo, transferindo o bem ou prestando serviços que são transferidos ao destinatário final, portanto a atividade profissional deve ser a forma como o consumidor adquire o serviço prestado pelo fornecedor.

O código de Defesa do Consumidor qualifica como fornecedor aqueles que exercem atividade comercial contínua, de maneira profissional; isso exclui a pessoa que vende um bem móvel ou imóvel, mas que tem profissão diferente deste ato.

O artigo 3º, parágrafo 1º e 2º da lei em questão, traz a definição de produto e serviço respectivamente. Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial; são bens de natureza patrimonial, econômica, podem ser reduzidos a um valor financeiro, e são capazes de sanar necessidades humanas de cunho monetário. 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; serviço é o ato de servir desempenhando algum trabalho material ou intelectual com o fim de produzir lucro.

4 COMÉRCIO ELETRÔNICO

O acesso a internet deixou de ser algo corriqueiro, abandonou a função de laser e se tornou algo necessário, sem a qual grande parte da população não consegue executar simples tarefas do dia a dia. Os meios utilizados para acessá-la, que eram caros e inviáveis se tornaram acessíveis até para as classes de menor renda. A rede de comunicação surgiu na década de 60, quando militares americanos tentavam criar uma rede de comunicação que funcionasse mesmo que Washington sofresse um ataque nuclear, hoje ela é utilizada por todos, e o sistema que foi impulsionado pela economia norte americana, não tem dono nem fronteiras.

Tal dispositivo, fez com que a globalização ganhasse novas proporções, rompendo barreiras cada vez maiores, não só as da comunicação e informação, mas principalmente as barreiras de consumo; temas como as mudanças no processo produtivo e no mercado de consumo, as novas práticas contratuais, a importância de novas formas de regulamentação e os desafios para combater práticas abusivas demonstram o tamanho do fenômeno.

Desta forma a proteção do consumidor ganha maior importância, pois a mundialização da economia, possibilitou um grande impulso ao comércio eletrônico, tornando impossível dimensionar as diversas compras e os possíveis abusos.

O comércio eletrônico ou e-commerce não está inventando novos tipos de negócios, está somente utilizando os recursos tecnológicos da informática e da comunicação, para realizar as operações de compra e venda de forma mais rápida e barata do que se não estivessem utilizando o recurso em questão; desta forma se busca ampliar os espaços econômicos transpondo fronteiras e poderes.

Formas como esta já foram utilizadas anteriormente para transitar informações rapidamente, inovações como telefone e fax foram utilizadas, mas levaram décadas para serem incluídas no cotidiano das empresas, diferente das

mídias atuais que se propagam rapidamente em todos os meios, segundo Norberto Bobbio (1991, p. 34):

(...) não é preciso muita imaginação para prever que o desenvolvimento da técnica, a transformação das condições econômicas e sociais, a ampliação dos conhecimentos e a intensificação dos meios de comunicação poderão produzir mudanças na organização da vida humana e das relações sociais que criem ocasiões favoráveis para o nascimento de esclarecimentos e, portanto, para novas demandas de liberdades e de poderes.⁵

Portanto ao se submeter a tantas informações, cresce a possibilidade do homens serem enganados por propagandas deformadoras, já que as empresas são comandadas por publicidade, e através de mídias eletrônicas divulgam informações enganosas, que tem por objetivo estimular o consumidor a comprar cada vez mais.

Enquanto a internet era usada como instrumento de pesquisa ou vitrine de produtos, os problemas não tomavam grandes dimensões, mas quando as relações de consumo (compra e venda) são feitas não pessoalmente, mas através de sites, as possíveis reclamações sobre o produto ou valor cobrado, se tornam mais complicadas, pois os serviços de SAC (serviço de atendimento ao consumidor) não funcionam, ou simplesmente porque o fornecedor não se responsabiliza pelo problema.

O comércio eletrônico, em pouco tempo despertou o interesse e preocupação dos estudiosos do direito, que em busca de soluções se deparam com diversos questionamentos, quando resolvem um, surgem outros, na mesma velocidade que as novidades da tecnologia.

A regulamentação das relações discutidas anteriormente, ocorre da mesma forma que os contratos usuais, os não eletrônicos, regem o contrato eletrônico o mesmos princípios dos contratos tradicionais, boa fé, autonomia da vontade, transparência, confiança e outros, também se aplica as normas previstas no código civil e no código de defesa do consumidor.

No entanto, há dois projetos de leis que tem como proposta a modificação de alguns artigos do Código de Defesa do Consumidor, que tem intuito de regulamentar de maneira mais rígida, não dando margem a muitas

⁵ A era dos direitos. BOBBIO Norberto. 10a. Editora Rio de Janeiro, 1991, p. 34

interpretações. O PLS 281/12 , cria uma nova seção no Código de Defesa do Consumidor, trata de comércio eletrônico, permitindo a desistência da compra em determinado prazo. Também prevê modificação no que se refere as informações do fornecedor, que deverão ser disponibilizados ao consumidor, informações como nome empresarial e número de inscrição no cadastro geral no ministério da fazenda, juntamente com endereço eletrônico e geográfico. Ainda prevê a proibição de "spams". O PLS 282/12 regula ações coletivas, assegurando agilidade no andamento do processo, e o PLS 283/12 regulamenta o crédito ao consumidor prevenindo o superendividamento. Haveria a proibição de publicidade de crédito com expressões "crédito gratuito", "sem juros" e "sem acréscimo". O projeto de lei é de autoria do Senador José Sarney, e ainda esta tramitando.

3 CONCLUSÃO

Depois de um breve histórico sobre os direitos do consumidor, pode-se ter a dimensão da importância desses direitos que foram conquistados ao longo de um tempo difícil. O código em questão é considerado um dos melhores do mundo quando se trata de direito do consumidor, mas deixa algumas lacunas quando se trata de comércio eletrônico.

Por tudo que foi apresentado ao longo do artigo, nota -se que a internet esta revolucionando não só a comunicação, mas também a economia, que vem crescendo e se expandindo usando as mídias eletrônicas como instrumento de impulso.

Com o aumento desse tipo de comercio (eletrônico) a vulnerabilidade do consumidor aumenta, já que o consumidor se torna passível de falsas promessas econômicas e de produtos defeituosos, ficando impossibilitados de reclamar seus direitos, devido a falta de informações sobre a empresa.

Todos os dispositivos do Código de Defesa do Consumidor podem e devem ser utilizados para regulamentar as novas relações de consumo, no entanto é necessário que não se fique preso somente a isso; a legislação deve evoluir, tentando acompanhar a sociedade e suas mudanças constantes.

A criação de uma legislação específica é importante, porque delimita situações que podem ocorrer e que ocorrem com frequência. Dessa forma os direitos do consumidor se tornam mais claros e aplicáveis.

No Brasil, há a cultura de dizer "esta lei pegou, esta não pegou" utilizando essa expressão, o Código de Defesa do Consumidor pegou, e as legislações que devem ser criadas especificamente para a referida lei irão pegar e proteger de maneira efetiva todos que fizerem uso de lojas virtuais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos** - Editora Rio de Janeiro, 1991

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado, 1988.

Lacunas jurídicas existentes na aplicabilidade do código de defesa do consumidor no comércio eletrônico. Disponível em: <
<http://www.meuadvogado.com.br/entenda/lacunas-juridicas-existentis-na-aplicabilidade-do-codigo-de-defesa-do-consumidor-no-comercio-virtual.html> >
Acesso em 13 mar. 2015.

LIMA, Rogério Medeiros Garcia de. **Aplicação do código de defesa do consumidor**. São Paulo : Editora Revista dos tribunais, 2003

MACEIRA, Irma Pereira. **A responsabilidade civil no comércio eletrônico**. - São Paulo : RCS Editora, 2007

MODAHL, Mary. **Agora ou nunca : como ganhar a guerra pelos consumidores na internet**. - Editora Campus, 2000

O que é o código de defesa do consumidor ? Disponível em: <
<http://www.arcos.org.br/artigos/o-que-e-codigo-de-defesa-do-consumidor/> > Acesso em 26 abr. 2015

Principais aspectos da reforma do código de defesa do consumidor :

Disposições gerais e comércio eletrônico (PLS nº 281/2012) Disponível em < <http://jus.com.br/artigos/23015/principais-aspectos-da-reforma-do-codigo-de-defesa-do-consumidor-disposicoes-gerais-e-comercio-eletronico-pls-n-281-2012> > Acesso em 20 mai. 2015

Projetos de atualização do CDC começam a tramitar no senado. Disponível em:

< <http://www.migalhas.com.br/Quentes/17,MI161025,61044->

Projetos+de+atualizacao+do+CDC+comecam+a+tramitar+no+Senado > Acesso em 05 abr. 2015

Reforma do código de defesa do consumidor e a regulamentação do comércio eletrônico. Disponível em: <

<http://www.boletimjuridico.com.br/doutrina/texto.asp?id=2809> > Acesso em 24 de mar. 2015

SAAD, Eduardo Gabriel. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor** - Editora LTR, 1999

TEIXEIRA, Odelmir Bilhalva. **Aspectos principiológicos do código de defesa do consumidor**. - Campinas : Russell Editores, 2000