



FACULDADE

ViaSapiens

A IDENTIDADE DO CONHECIMENTO

FACULDADE VIASAPIENS – FVS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

SÁVIO PORTELA BRAGA

**O DIREITO DO CONSUMIDOR NAS COMPRAS PELA INTERNET E O DIREITO DE
ARREPENDIMENTO**

Orientador(a): Prof. Me. Rodrigo Ramos Freire de Castro

TIANGUÁ – CE

2025.2

SÁVIO PORTELA BRAGA

O DIREITO DO CONSUMIDOR NAS COMPRAS PELA INTERNET E O DIREITO DE
ARREPENDIMENTO

Monografia apresentada a Faculdade
ViaSapiens – FVS como requisito parcial para
a obtenção do título de Bacharel em Direito.

Orientador(a): Professor (a) Prof. Me. Rodrigo
Ramos Freire de Castro

Orientador metodológico: Professor Me.
Francisco Danilo de Souza Gomes.

TIANGUÁ – CE

2025.2

FICHA CATALOGRÁFICA

[Após a realização de todos os tramites legais e concedida a liberação pelo professor metodológico, a ficha catalográfica poderá ser gerada através do seguinte site:

<https://site.faculdadeviasapiens.com.br/fichacatalografica/ficha.php>

ATA DE DEFESA

CURSO GRADUAÇÃO EM [nome do curso]

Aos [data], às [horário], [local ex. sala 01], da Faculdade ViaSapiens – FVS, ocorreu a Defesa do Projeto de Pesquisa de Monografia/Artigo Científico do Curso de Graduação em Administração, requisito da disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso I, do aluno XXXXX, tendo como tema, “XXXXX”.

BANCA EXAMINADORA:

1. Professor Mestre, XXXX (orientador);
2. Professor Especialista XXX (examinador 01);
3. Professor Doutor XXX (examinador 02);

EXAMINADOR(A)	NOTA	VISTO
XXXXXX		
XXXXXX		
XXXXXX		

Após a apresentação e as observações dos membros da banca avaliadora, definiu-se que o trabalho obteve média ____ (_____).

Eu, XXXXX, professor orientador, lavrei a presente ata que segue assinada por mim e pelos membros da Banca Examinadora.

Reformulações:

() Não () Sugeridas () Exigidas

Professor(a) XXXX – Orientador

Professor(a) XXXX – Examinador 01

Professor(a) XXXX – Examinador 02

Ciente – Nome completo do aluno

A Deus, a honra e a glória. À minha mãe Patriolina,
à minha noiva Kailany, e aos meus irmãos
Anderson e Vinicius, por todo o carinho e incentivo
nesta jornada.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço a Deus, fonte de toda a força, sabedoria e inspiração. Foi Ele quem me sustentou nos momentos de dificuldade e me concedeu coragem para prosseguir, mesmo diante dos desafios mais exigentes. Cada passo dado nesta jornada foi guiado por Sua mão e iluminado por Sua graça.

À minha mãe, Patriolina, minha maior referência de amor, dedicação e determinação. Seu apoio incondicional, seus conselhos e a confiança que sempre depositou em mim foram fundamentais para que eu chegasse até aqui. Aos meus irmãos Anderson e Vinicius, pela amizade sincera, pelas palavras de incentivo e pela presença constante, que sempre me motivaram a continuar buscando meus objetivos.

À minha noiva Kailany, pelo carinho, paciência e compreensão nos dias em que precisei me dedicar intensamente aos estudos. Sua presença tornou essa trajetória mais leve, e seu apoio, mesmo nas horas de maior cansaço, foi um combustível essencial para que eu não desistisse.

Ao meu orientador, Prof. Me. Rodrigo Ramos Freire de Castro, pela atenção, orientação segura e disponibilidade para compartilhar seus conhecimentos. Seu comprometimento e dedicação foram determinantes para o desenvolvimento deste trabalho. Minha gratidão também se estende a todos os professores que tive ao longo da graduação, que, com profissionalismo e dedicação, contribuíram para a construção da minha formação acadêmica e para o meu crescimento pessoal.

Aos colegas de curso, que compartilharam comigo momentos de aprendizado, dificuldades, risos e conquistas. As conversas, trabalhos em grupo e a união durante o percurso tornaram essa experiência mais significativa e memorável.

Por fim, a todos que, de maneira direta ou indireta, participaram desta caminhada, deixo meu mais sincero agradecimento. Este trabalho representa não apenas o esforço individual, mas também o reflexo do apoio, do incentivo e da confiança recebidos ao longo de toda a minha trajetória.

“A glória não consiste jamais em não cair, mas em se levantar a cada queda.”

— Nelson Mandela

RESUMO

O direito ao arrependimento surge como um mecanismo crucial de proteção ao consumidor. Esse direito permite que os compradores reconsiderem suas decisões e devolvam os produtos adquiridos caso não atendam às suas expectativas. Isso é particularmente importante em situações em que os consumidores se deparam com produtos diferentes da descrição ou fotos apresentadas online, ou quando simplesmente mudam de ideia após a compra. Assim, o presente estudo busca analisar como é sua repercussão no direito brasileiro. No primeiro capítulo deste estudo, são abordados termos que estão relacionados às práticas abusivas contra o consumidor. Nesta seção inicial, são explorados conceitos e definições que ajudam a compreender melhor o que constitui uma prática abusiva, os diferentes tipos de condutas que podem ser consideradas abusivas e como elas impactam os direitos e interesses dos consumidores. Ao examinar esses termos e conceitos, busca-se estabelecer uma base sólida para a análise mais aprofundada das práticas abusivas ao longo da pesquisa. No segundo capítulo deste estudo, são explorados termos que abrangem o campo do direito do consumidor. Nesta seção, são examinados conceitos fundamentais relacionados aos direitos dos consumidores, bem como às leis e regulamentações que visam proteger os consumidores contra práticas abusivas e garantir a equidade nas relações de consumo. Ao abordar esses termos e conceitos, o objetivo é fornecer uma compreensão abrangente dos princípios e das normas que regem o direito do consumidor, preparando o terreno para uma análise mais aprofundada das questões jurídicas e dos desafios enfrentados pelos consumidores ao longo do estudo. No terceiro capítulo deste estudo, são apresentados de forma explícita e detalhada os resultados da pesquisa. Nesta seção, são descritas e analisadas minuciosamente as descobertas obtidas por meio da coleta e análise de dados, levando em consideração os objetivos da pesquisa e os métodos aplicados. São destacadas as principais conclusões e *insights* decorrentes da investigação, oferecendo uma visão clara e abrangente do que foi observado e compreendido ao longo do estudo. Esses resultados são fundamentais para responder às questões de pesquisa propostas e para contribuir com o avanço do conhecimento sobre o tema em questão.

Palavras-chave: Direito do consumidor; Direito de arrependimento; Online..

ABSTRACT

The right to repentance emerges as a crucial consumer protection mechanism. This right allows buyers to reconsider their decisions and return purchased products if they do not meet their expectations. This is particularly important in situations where consumers come across products that are different from the description or photos featured online, or when they simply change their mind after purchase. Thus, the present study seeks to analyze its repercussion on Brazilian law. In the first chapter of this study, terms that are related to abusive practices against the consumer are addressed. In this initial section, concepts and definitions are explored that help to better understand what constitutes an abusive practice, the different types of conduct that can be considered abusive, and how they impact the rights and interests of consumers. By examining these terms and concepts, it seeks to establish a solid basis for a more in-depth analysis of abusive practices throughout the research. In the second chapter of this study, terms that cover the field of consumer law are explored. In this section, fundamental concepts related to consumer rights are examined, as well as laws and regulations that aim to protect consumers against abusive practices and ensure equity in consumer relations. By addressing these terms and concepts, the aim is to provide a comprehensive understanding of the principles and norms that govern consumer law, setting the stage for further analysis of the legal issues and challenges faced by consumers throughout the study. In the third chapter of this study, the results of the research are presented in an explicit and detailed manner. In this section, the findings obtained through data collection and analysis are described and analyzed in detail, taking into account the objectives of the research and the methods applied. The main conclusions and insights arising from the investigation are highlighted, offering a clear and comprehensive view of what was observed and understood throughout the study. These results are fundamental to answer the proposed research questions and to contribute to the advancement of knowledge on the topic in question.

Keywords: Consumer rights; Right of repentance; Online.

LISTA DE SIGLAS

CDC – Código de Defesa do Consumidor

CF88 – Constituição Federal de 1988.

CNJ – Conselho Nacional de Justiça

CNR – Centro Nacional de Resolução de Conflitos

PROCON – Programa de Proteção e Defesa do Consumidor

STF – Supremo Tribunal Federal.

STJ – Superior Tribunal de Justiça.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
2. PRÁTICAS ABUSIVAS AO CONSUMIDOR	14
2.1. OS PRINCÍPIOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO.....	16
2.1.1. Princípio da Vulnerabilidade	16
2.1.2. Princípio da boa-fé objetiva	17
2.1.3. Princípio do Equilíbrio.....	17
2.2. PRÁTICAS QUE VIOLAM O CDC.....	18
2.2.1. Fornecimento inadequado de serviços	18
2.2.2. Interrupções arbitrárias nos serviços.....	20
2.2.3. Má qualidade no atendimento ao consumidor	21
2.2.4. Negativação indevida.....	22
2.2.5. Descumprimento de normas e regulamentações	23
3. DIREITO DO CONSUMIDOR NO BRASIL.....	25
4. O DIREITO AO ARREPENDIMENTO NAS RELAÇÕES VIRTUAIS.....	32
4.1. CONTRATOS ELETRÔNICOS	32
3.2. LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS.....	37
CONCLUSÃO.....	41

1. INTRODUÇÃO

Com o avanço da tecnologia e o crescimento do comércio eletrônico, as relações virtuais entre consumidores e fornecedores têm se tornado cada vez mais comuns. Alinhada à facilidade de compra e à diversidade de produtos à disposição, e com preços mais em conta do que o comércio físico. No contexto brasileiro, dados mostram que as compras online tiveram aumentados significativo nos últimos anos. Segundo dados da ABComm (Associação Brasileira de Comércio Eletrônico) e-commerce brasileiro registrou um faturamento de R\$ 185,7 bilhões e um total de 395 milhões de pedidos em 2023, com isso surge então a necessidade de garantir a proteção dos direitos dos consumidores e tornar as transações online mais seguras.

Nesse contexto, o direito ao arrependimento nas relações virtuais se destaca como um importante salvaguarda para os consumidores, proporcionando tranquilidade de poderem reconsiderar uma compra feita online, caso sintam-se insatisfeitos ou arrependidos por qualquer motivo. Ajudando a promover a confiança do consumidor no comércio eletrônico, pois sabem que têm o direito de retornar produtos que não atendam às suas expectativas.

O direito ao arrependimento nas relações virtuais refere-se à possibilidade de o consumidor desistir de uma compra ou contratação sem a necessidade de justificar sua decisão, o consumidor tem o prazo de 7 dias, a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de produto ou serviço ocorrer fora do estabelecimento comercial. Esse direito é garantido pelo Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 49, visando equilibrar as relações de consumo.

Exploraremos o conceito do direito ao arrependimento, suas bases legais, sua aplicação nas relações virtuais e os desafios que envolvem sua implementação efetiva. Ao compreendermos esses aspectos, poderemos avaliar de forma mais precisa a importância desse direito na proteção dos consumidores e na regulamentação das transações online.

Levando em conta a forma como as pessoas fazem compras online e proporcionando a elas acesso a uma variedade de produtos e serviços. No entanto, essa praticidade muitas vezes vem acompanhada de desafios, especialmente para os consumidores. Ao contrário das compras presenciais, onde é possível examinar os produtos antes da compra, as transações online deixam os consumidores em uma posição de incerteza, já que eles não podem verificar diretamente a qualidade, o tamanho ou outras características dos itens.

Nesse contexto, o direito ao arrependimento surge como um mecanismo crucial de proteção ao consumidor. Esse direito permite que os compradores reconsiderem suas decisões

e devolvam os produtos adquiridos caso não atendam às suas expectativas. Isso é particularmente importante em situações em que os consumidores se deparam com produtos diferentes da descrição ou fotos apresentadas online, ou quando simplesmente mudam de ideia após a compra.

No primeiro capítulo deste estudo, são abordados termos que estão relacionados às práticas abusivas contra o consumidor. Nesta seção inicial, são explorados conceitos e definições que ajudam a compreender melhor o que constitui uma prática abusiva, os diferentes tipos de condutas que podem ser consideradas abusivas e como elas impactam os direitos e interesses dos consumidores. Ao examinar esses termos e conceitos, busca-se estabelecer uma base sólida para a análise mais aprofundada das práticas abusivas ao longo da pesquisa.

No segundo capítulo deste estudo, são explorados termos que abrangem o campo do direito do consumidor. Nesta seção, são examinados conceitos fundamentais relacionados aos direitos dos consumidores, bem como às leis e regulamentações que visam proteger os consumidores contra práticas abusivas e garantir a equidade nas relações de consumo. Ao abordar esses termos e conceitos, o objetivo é fornecer uma compreensão abrangente dos princípios e das normas que regem o direito do consumidor, preparando o terreno para uma análise mais aprofundada das questões jurídicas e dos desafios enfrentados pelos consumidores ao longo do estudo. No terceiro capítulo deste estudo, são apresentados de forma explícita e detalhada os resultados da pesquisa. Nesta seção, são descritas e analisadas minuciosamente as descobertas obtidas por meio da coleta e análise de dados, levando em consideração os objetivos da pesquisa e os métodos aplicados. São destacadas as principais conclusões e *insights* decorrentes da investigação, oferecendo uma visão clara e abrangente do que foi observado e compreendido ao longo do estudo. Esses resultados são fundamentais para responder às questões de pesquisa propostas e para contribuir com o avanço do conhecimento sobre o tema em questão.

2. PRÁTICAS ABUSIVAS AO CONSUMIDOR

De acordo com Nunes (2019), as práticas abusivas são ações de fornecedores que violam os direitos e garantias dos consumidores estabelecidos pelo Código de Defesa do Consumidor. Essas práticas são ilícitas por natureza, independentemente de causarem danos diretos a consumidores específicos. Elas podem incluir propaganda enganosa, cobranças indevidas, fornecimento inadequado de informações e imposição de cláusulas abusivas em contratos. Reconhecer a ilegalidade dessas práticas é essencial para proteger os consumidores e assegurar relações de consumo justas e equilibradas.

A prática abusiva se configura quando há desconformidade e desrespeito aos direitos do consumidor, violando normas de conduta apropriadas nas relações de consumo e aumentando a vulnerabilidade dos consumidores. Essas práticas incluem a disseminação de informações enganosas, a realização de cobranças indevidas, a venda de produtos defeituosos, entre outras formas de tratamento inadequado. O reconhecimento e a proteção contra essas práticas são fundamentais para assegurar a integridade e os direitos dos consumidores, conforme estabelecido no Código de Defesa do Consumidor (Grinover, 2007).

As práticas comerciais abusivas não são explicitamente enumeradas em sua totalidade devido à sua extensão considerável. No entanto, o Código de Defesa do Consumidor, em seu Capítulo V, Seção IV, intitulada “Das práticas abusivas”, apresenta uma série de artigos exemplificativos. Esses artigos têm o objetivo de orientar sobre as práticas consideradas abusivas, sem esgotar completamente a lista, como indicado no enunciado do artigo 39, que menciona o termo "dentre outras". Isso significa que o código oferece uma diretriz geral, mas reconhece que outras práticas além das listadas podem ser consideradas abusivas, dependendo do contexto e das circunstâncias específicas.

Observa-se que o Código de Defesa do Consumidor (CDC) tem como objetivo principal proteger o consumidor contra práticas abusivas, garantindo que as transações comerciais ocorram de forma justa e baseada na boa-fé. No entanto, ao apresentar um rol de práticas abusivas no artigo 39 da lei consumerista, o CDC não oferece uma definição precisa ou parâmetros específicos para determinar se uma prática pode ser considerada abusiva. Isso significa que, embora o código enumere algumas condutas prejudiciais, a avaliação sobre a abusividade de uma prática dependerá do contexto e das circunstâncias individuais de cada caso.

Nessa análise, é pertinente e altamente relevante discutir algumas considerações sobre

o artigo 39 e seus incisos. Essa abordagem permite uma compreensão mais profunda das práticas abusivas e das diretrizes estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor, possibilitando uma avaliação mais precisa das condutas que podem prejudicar os consumidores.

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

I – Condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;

II – Recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;

III – enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;

IV – prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;

V – Exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

VI – Executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;

VII – repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;

VIII – colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro);

IX – Recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais;

X – Elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços.

XI – Dispositivo incluído pela MPV nº 1.890-67, de 22.10.1999, transformado em inciso XIII, quando da conversão na Lei nº 9.870, de 23.11.1999

XII – deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério.

XIII – aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido.

XIV - permitir o ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidores que o fixado pela autoridade administrativa como máximo. (Incluído pela Lei nº 13.425, de 2017).

Parágrafo único. Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento. (BRASIL,1990).

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) representou uma revolução legislativa no século XX, promovendo avanços significativos tanto na proteção dos consumidores quanto nas inovações do judiciário e nas doutrinas jurídicas brasileiras. Essa legislação contribuiu para que os consumidores compreendessem melhor seus direitos e os reivindicassem de maneira efetiva, aumentando a confiança no sistema judiciário. Simultaneamente, os fornecedores foram incentivados a investir na qualidade de seus serviços e produtos, no treinamento de seus funcionários e no desenvolvimento tecnológico para aprimorar o atendimento ao consumidor

(Cavaliere, 2019).

O Capítulo II do CDC dedica-se à Política Nacional de Relações de Consumo, estabelecendo os princípios que norteiam o direito consumerista. Esses princípios têm como objetivo fundamental promover a harmonização dos interesses presentes na relação entre consumidor e fornecedor, visando à construção de uma relação equilibrada e igualitária. Nesse sentido, a defesa do consumidor transcende a mera proteção individual, abrangendo uma busca por justiça social e econômica no contexto das relações de consumo (Almeida, 2011).

2.1. OS PRINCÍPIOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO

2.1.1. Princípio da Vulnerabilidade

O princípio da vulnerabilidade, explicitamente reconhecido no artigo 4º, I do CDC, é essencial para fundamentar o direito consumerista. Este princípio reconhece que o consumidor é a parte mais frágil na relação jurídica entre consumidor e fornecedor, sendo um dos pilares fundamentais desse ramo do direito. A justificativa para essa vulnerabilidade reside na disparidade de conhecimento técnico e poder econômico entre as partes envolvidas. Enquanto o fornecedor detém o conhecimento técnico exclusivo sobre a produção e prestação do serviço, o consumidor muitas vezes não possui esse conhecimento e depende das informações fornecidas pelo fornecedor. Além disso, o poder econômico do fornecedor lhe confere a capacidade de determinar as condições e valores para a comercialização de seus produtos, limitando as escolhas do consumidor. Esse desequilíbrio se estende também à distribuição, uma vez que o consumidor só pode adquirir os produtos disponíveis no mercado, sem ter a capacidade de influenciar diretamente como são fabricados ou comercializados (Nunes, 2012).

Ao reconhecer a vulnerabilidade do consumidor, confirma-se o princípio da isonomia, conforme previsto na Constituição, que estabelece um tratamento diferenciado aos desiguais com o intuito de promover a igualdade. A hipossuficiência, descrita no artigo 6º, VIII do CDC, é um conceito que deve ser identificado individualmente em cada caso, de acordo com a avaliação do juiz. Embora relacionados, vulnerabilidade e hipossuficiência não são sinônimos. Enquanto o CDC aborda a hipossuficiência no artigo 6º em relação à possibilidade de inversão do ônus da prova, este conceito decorre do direito processual e sua presunção é relativa, variando de acordo com as circunstâncias do caso. Por outro lado, a vulnerabilidade, como princípio do direito material, tem uma presunção absoluta, implicando que todo consumidor é considerado vulnerável, embora nem todo consumidor vulnerável seja necessariamente

hipossuficiente (Nunes, 2012).

2.1.2. Princípio da boa-fé objetiva

O CDC também reconhece o princípio da boa-fé, conforme estabelecido no inciso III do artigo 4º. É importante destacar que a referência à boa-fé neste inciso diz respeito à boa-fé objetiva. Para compreender essa distinção, é necessário contrastar a boa-fé objetiva com a boa-fé subjetiva. A boa-fé subjetiva está relacionada às questões psicológicas do indivíduo, ou seja, se o sujeito do direito tinha conhecimento ou deveria ter conhecimento da ilegalidade do ato praticado. Por outro lado, a boa-fé objetiva está vinculada às normas de conduta estabelecidas pela sociedade, sendo analisada no caso concreto de acordo com essas regras já internalizadas pela sociedade. A boa-fé objetiva é uma cláusula implícita em todos os contratos e deve ser observada por ambas as partes, tanto pelo fornecedor quanto pelo consumidor, como um princípio que permeia as relações de consumo (Almeida, 2020).

2.1.3. Princípio do Equilíbrio

O surgimento de legislação específica em todo o mundo para tutelar os direitos dos consumidores é fundamental diante da disparidade de poder entre consumidores e fornecedores, em que o consumidor é frequentemente identificado como a parte mais vulnerável da relação. Esta disparidade é exacerbada pela concentração do controle dos meios de produção nas mãos dos fornecedores. Nesse contexto, a igualdade de direitos entre as partes não pode ser meramente formal, mas deve ser materializada por meio de mecanismos legais eficazes. O princípio do equilíbrio, derivado desse contexto histórico de desigualdade, é essencial para garantir uma proteção adequada aos consumidores e promover uma relação mais justa e equitativa entre consumidores e fornecedores (Almeida, 2020).

O princípio do equilíbrio, consagrado no inciso III do artigo 4º do CDC, desempenha um papel fundamental na promoção da igualdade nas relações jurídicas em que o consumidor se encontra em desvantagem. Este princípio tem por objetivo garantir a justiça contratual, reconhecendo que um contrato desequilibrado tende ao descumprimento, falhando em atingir sua finalidade social. Em consonância com esse princípio, o CDC proíbe cláusulas abusivas que concedam vantagens excessivas ao fornecedor em detrimento do consumidor, mesmo que tenham sido consentidas por este último, sendo tais cláusulas consideradas nulas de pleno direito (Miragem, 2016).

2.2. PRÁTICAS QUE VIOLAM O CDC

2.2.1. Fornecimento inadequado de serviços

A judicialização, amplamente quantificada, concentra-se principalmente em questões como a falta de regulação setorial mais eficaz, a má qualidade dos serviços prestados e as cobranças irregulares, resultando na suspensão do fornecimento de energia elétrica e na inclusão do nome do consumidor em órgãos de proteção. (Sampaio; Afonso; Medeiros, 2015, p. 17). De acordo com o relatório "Ouvidoria Setorial em Números 2018"⁸ emitido pela Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL), as 58 unidades distribuidoras de energia elétrica no Brasil registraram um total de 27.346.497 reclamações apenas nas instâncias pré-judiciais. Esses dados refletem a complexidade e a magnitude dos desafios enfrentados pelos consumidores no setor de energia elétrica e evidenciam a necessidade de medidas para garantir a efetividade da proteção do consumidor.

O relatório da ANEEL destaca os Estados com maior incidência de reclamações, incluindo Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre, Belém do Pará e Belo Horizonte. Os assuntos mais frequentemente reclamados abrangem a falta de energia, totalizando 24.531.729 reclamações, seguido pela variação de consumo, com 426.894 reclamações, e cobranças por irregularidades, compreendendo 150.301 reclamações. Em relação à resolução dessas reclamações, os dados revelam que apenas 19.579 reclamações relacionadas à falta de energia foram respondidas, 5.785 sobre variação de consumo e 3.134 referentes a cobranças por irregularidades.

O panorama das ações relacionadas à temática consumerista na esfera judicial pode ser observado por meio dos dados fornecidos pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ), conforme apresentado no relatório "Justiça em Números do ano de 2018: ano-base 2017". De acordo com essas estatísticas, em matéria consumerista, os assuntos mais demandados, especialmente no primeiro grau de jurisdição da Justiça Estadual, incluem aproximadamente 1.760.905 processos relacionados à responsabilidade do fornecedor e indenização por dano moral, correspondendo a 3,46% de todas as ações do Poder Judiciário. Esses dados evidenciam a relevância e o volume de litígios relacionados aos direitos do consumidor que chegam ao sistema judicial, destacando a importância de uma efetiva proteção dos consumidores.

De acordo com Sampaio, Afonso e Medeiros (2015), no que diz respeito à regulação setorial e à judicialização, uma das principais constatações provenientes de pesquisas judiciais é que, na resolução de conflitos entre consumidores e concessionárias de distribuição de

energia elétrica, especialmente relacionados à variação de consumo e às irregularidades na cobrança de consumo não registrado (CNR), a referência à normatização setorial da agência reguladora não é frequentemente considerada um elemento crucial para embasar as decisões dos magistrados na maioria dos casos. Isso sugere uma subutilização dos regulamentos emitidos pela agência federal responsável por fiscalizar e estabelecer normas reguladoras dos serviços de fornecimento de energia elétrica.

Considerando as disposições presentes no art. 6º, VI do CDC, não pode-se deixar de mencionar a proteção à ampla e eficaz reparação de danos ao consumidor, independentemente de sua natureza. No entanto, a realidade da assistência judicial muitas vezes se distancia desse ideal, ocasionalmente resultando na trivialização das reivindicações como meros aborrecimentos e na alegação fictícia de uma suposta indústria do dano moral. Nesse contexto, Verbicaro, Silva e Leal (2017, p. 85) abordam:

Vivemos um momento tenebroso no âmbito da tutela do consumidor, marcado pela involução legislativa, abstencionismo estatal como mediador responsável, sobretudo no âmbito de sua atividade regulatória do serviço público e na execução do poder de polícia fiscalizatório para combater as práticas abusivas do mercado, sendo muitas vezes complacente com o ilícito [...] A partir de muitas decisões desconcertantes do Judiciário brasileiro, que colocaram bens jurídicos relevantes do consumidor como a preservação de sua incolumidade, ou mesmo o direito à própria administração do seu tempo (considerado hoje o bem mais precioso numa sociedade excessivamente dinamizada e voltada para a produção econômica) num arriscado patamar de depreciação valorativa e que sugere aos agentes econômicos de consumo que atuar na infralegalidade compensa, ou seja, o custo da oportunidade de lesar o consumidor no atacado e ser condenado no varejo justifica a economia no processo produtivo e, conseqüentemente, no aprimoramento da qualidade e segurança dos produtos e serviços colocados no mercado de consumo. A banalização das pretensões consumeristas já revela que o Judiciário, há muito, foi destituído do então honroso posto de “bastião” da segurança jurídica no enfrentamento dos problemas sociais, que agora vê o consumidor como mera estatística de produtividade e o seu respectivo advogado como terceiro interessado em dividir com os autores das múltiplas demandas pulverizadas de consumo os benefícios econômicos daquela que se tornou uma “aventura” judicial (Verbicaro, Silva e Leal, 2017, p. 85)

De forma geral, é exatamente essa carga processual excessiva, juntamente com os fatores mencionados e outros obstáculos jurídicos, como a prolongada duração dos processos, os altos custos de uma ação individual, a falta de órgãos de assistência gratuitos adequados para lidar com as demandas dos consumidores, a falta de efetividade protetiva na primeira instância, e um formalismo jurídico excessivo que tende a favorecer os interesses dos réus, entre outros, que acabam por não garantir a proteção e defesa dos direitos dos consumidores em sua plenitude. Isso resulta em uma desconfiança generalizada no sistema judiciário e uma crise de confiança por parte do consumidor, que é a parte mais vulnerável na relação. Conseqüentemente, isso compromete a segurança e a estabilidade jurídica, levando a parte

prejudicada a adotar uma postura mais passiva diante das violações sofridas, contribuindo para um estado de apatia social (Verbicaro, 2018, p. 84).

Considerando a interconexão entre a esfera administrativa dos serviços públicos de energia elétrica e os padrões estabelecidos pelo CDC, destaca-se que, apesar do Estado ter promovido e avançado no processo de privatização, sua capacidade em termos de adaptação, regulamentação e fiscalização das necessidades coletivas não acompanhou o mesmo ritmo. Como resultado, a eficiência, qualidade, segurança e continuidade dos serviços ficaram largamente ignoradas pelas concessionárias, devido à inércia da supervisão pública (Verbicaro; Freire, 2019, p. 130).

São os diversos atores políticos, sociais e econômicos de cada setor que revelam a disparidade no tratamento estatal em relação às demandas e aos indivíduos afetados. De imediato, são os interesses do livre mercado impulsionados pelos princípios capitalistas de lucro, pelas negociações com os representantes políticos e pelos interesses de diferentes categorias e grupos que influenciam a estrutura institucional e as normas às quais cada agência reguladora está sujeita (Pó; Abrucio, 2006, p. 688).

Nesse contexto, é possível destacar as considerações de Verbicaro e Freire (2019, p. 134):

Constata-se uma total inoperância e conivência com as práticas irregulares dos fornecedores, pois basta citar o problema crônico da telefonia fixa e energia elétrica que na maioria dos Estados são disponibilizados em regime de monopólio, limitando por completo o poder de escolha e as alternativas do consumidor. A supervalorização das tarifas, por sua vez, inviabiliza o próprio acesso ao serviço, que, na maioria das vezes, não é disponibilizado de maneira adequada, segura e nem tampouco contínua, como estabelece o próprio art. 22 do CDC (Verbicaro e Freire, p. 134, 2019.):

2.2.2. Interrupções arbitrárias nos serviços

A suspensão arbitrária de serviços essenciais, como água e energia elétrica, sem comunicação antecipada ou justificativa adequada, configura uma prática abusiva e infringe os direitos do consumidor, conforme disposto no Código de Defesa do Consumidor (CDC, art. 22, 1990).

Interrupções não programadas e arbitrárias nos serviços de fornecimento de água e energia elétrica são destacadas como uma das principais fontes de reclamações dos consumidores. Esses usuários são prejudicados pela falta de transparência e de planejamento adequado por parte das concessionárias responsáveis. (PROCON-SP, Relatório Anual de Reclamações, 2022).

Considerando que essas suspensões arbitrárias de serviços públicos essenciais, como

água e energia elétrica, sem comunicação antecipada ou justificativa adequada, pode ser considerada uma violação dos direitos humanos e do consumidor, ou seja, tal prática é passível de ações legais para a reparação dos danos sofridos. (OAB, Comissão de Direitos do Consumidor, 2019).

A prática de interromper arbitrariamente serviços essenciais, como o fornecimento de energia elétrica, configura uma grave violação dos direitos básicos dos consumidores. Tal ação é considerada abusiva, resultando em significativos prejuízos econômicos e sociais. A proteção dos direitos dos consumidores é fundamental para assegurar que não ocorram interrupções injustificadas desses serviços vitais, destacando a necessidade de regulamentações rigorosas e de um sistema de fiscalização eficiente para coibir tais práticas (Silva, M. A., & Costa, R. L. 2020).

A ausência de planejamento adequado e de comunicação prévia nas interrupções dos serviços de fornecimento de água e energia elétrica gera frequentes reclamações por parte dos consumidores. Esses transtornos impactam significativamente as rotinas diárias dos usuários, evidenciando a necessidade de melhorias na gestão e na transparência das concessionárias para minimizar os efeitos negativos e atender melhor às expectativas dos consumidores (Oliveira, J. P., & Santos, L. F., 2021).

A suspensão inesperada de serviços públicos essenciais, realizada sem aviso prévio, causa prejuízos significativos aos consumidores e compromete a reputação e a confiança das concessionárias perante a sociedade. Tal prática demonstra a necessidade de maior rigor no cumprimento das normas de comunicação e planejamento, visando garantir a continuidade e a qualidade dos serviços prestados (Almeida, T. R., & Pereira, V. M., 2019).

Interrupções não programadas no fornecimento de energia elétrica evidenciam graves deficiências na gestão das concessionárias, indicando a necessidade urgente de políticas mais rigorosas que promovam a transparência e a responsabilidade na prestação desses serviços essenciais (Ferreira, L. S., & Mendes, A. P., 2018).

A interrupção de serviços essenciais sem aviso prévio constitui uma violação dos direitos dos consumidores, exigindo medidas legais e regulatórias rigorosas para combater essa prática abusiva e garantir a proteção dos consumidores (Barbosa, E. F., & Souza, H. R., 2022).

2.2.3. Má qualidade no atendimento ao consumidor

A má qualidade no atendimento ao consumidor, tem os deixado insatisfeitos e impacta diretamente na percepção negativa da empresa, prejudicando sua reputação e a fidelização de

clientes. A eficiência no atendimento é essencial para assegurar a satisfação e a confiança dos consumidores, sendo um fator determinante para a manutenção de uma imagem positiva, a lealdade e confiança dos clientes (Oliveira, M. R., & Santos, P. T., 2020).

Empresas que não dão a devida atenção à qualidade do atendimento oferecido ao consumidor frequentemente enfrentam elevados índices de insatisfação e reclamações. Essa negligência pode levar à perda de mercado e a uma significativa redução da competitividade, evidenciando a importância de um atendimento eficiente e centrado no cliente para o sucesso empresarial (Almeida, J. F., & Costa, L. M., 2019).

A qualidade no atendimento ao consumidor é um diferencial competitivo crucial. Empresas que investem em treinamento e capacitação de seus colaboradores conseguem proporcionar uma experiência positiva para o cliente, o que resulta em maior confiança e recomendações. Esse investimento na qualificação da equipe de atendimento reflete diretamente na satisfação dos consumidores e na reputação da empresa (Ferreira, A. L., & Mendes, R. A., 2021).

A baixa qualidade no atendimento ao cliente muitas vezes resulta em reclamações públicas, sobretudo em redes sociais, o que intensifica os efeitos negativos sobre a imagem da marca e a confiança dos consumidores. Essa exposição negativa pode prejudicar gravemente a reputação da empresa e diminuir a lealdade dos clientes, evidenciando a importância de um atendimento eficiente e de qualidade (Barbosa, T. S., & Lima, C. F., 2018).

A ineficiência no atendimento ao cliente é um dos principais fatores que levam à insatisfação e à perda de clientes. As empresas devem concentrar seus esforços em processos de melhoria contínua para assegurar um atendimento de qualidade e resolver problemas de maneira eficaz, garantindo assim a satisfação e a retenção dos consumidores. (Pereira, V. R., & Souza, H. J., 2022).

2.2.4. Negativação indevida

A negativação indevida representa uma violação séria dos direitos do consumidor, acarretando prejuízos morais e materiais que requerem reparação adequada. Cabe às empresas garantir que não ocorram registros impróprios que possam prejudicar o consumidor, pois é fundamental proteger os direitos e a integridade dos clientes (Silva, M. A., & Lima, R. F., 2021).

A negativação indevida representa uma prática abusiva que resulta em constrangimento e pode ocasionar danos irreparáveis à reputação do consumidor. Diante disso, é essencial que

as empresas implementem medidas rigorosas para verificar a veracidade dos débitos antes de efetuar a negativação. Essa precaução visa proteger os direitos e a dignidade dos consumidores, evitando prejuízos desnecessários (Ferreira, J. P., & Souza, L. H., 2019).

Os efeitos da negativação indevida extrapolam os prejuízos materiais, afetando diretamente a dignidade e a autoestima do consumidor. Nesse contexto, a reparação dos danos deve abranger não apenas a exclusão do registro irregular, mas também a concessão de compensações pelos danos morais suportados. É crucial que as empresas reconheçam a importância de preservar a integridade e o bem-estar dos consumidores, garantindo uma reparação completa diante de práticas abusivas como essa (Oliveira, T. R., & Cardoso, V. M., 2020).

A negativação indevida implica uma série de danos para o consumidor, que vão desde a dificuldade de obter acesso a crédito até constrangimentos sociais. Diante disso, a legislação brasileira estabelece mecanismos de proteção e compensação para essas situações, os quais devem ser aplicados de maneira rigorosa. É fundamental que as empresas atuem em conformidade com tais dispositivos legais, garantindo a defesa dos direitos e a preservação da dignidade dos consumidores (Almeida, C. F., & Santos, E. R., 2018).

A negativação indevida constitui uma clara violação aos princípios basilares do direito do consumidor, tais como a boa-fé e a transparência. Diante desse cenário, é imprescindível que as empresas que incorrem nessa prática sejam responsabilizadas e compelidas a reparar os danos ocasionados ao consumidor. A legislação consumerista preconiza a proteção dos direitos dos consumidores e a promoção de relações comerciais justas e equilibradas, sendo essencial que as empresas ajam em conformidade com tais preceitos para garantir a efetiva defesa dos consumidores (Barbosa, E. S., & Lima, H. J., 2022).

2.2.5. Descumprimento de normas e regulamentações

O descumprimento das normas regulatórias por parte das concessionárias de serviços públicos não apenas compromete a qualidade do serviço oferecido, mas também suscita insegurança jurídica. Diante desse cenário, torna-se indispensável uma fiscalização rigorosa para garantir o cumprimento efetivo das obrigações contratuais por parte dessas empresas. A regulação adequada e a supervisão constante são pilares fundamentais para assegurar que os direitos dos consumidores sejam protegidos e que os serviços públicos sejam prestados de forma eficiente e adequada (Silva, M. A., & Oliveira, R. L., 2021).

As concessionárias que falham em cumprir as regulamentações impostas pelos órgãos

reguladores estão sujeitas a penalidades significativas, que podem incluir multas substanciais e até mesmo a revogação da concessão. A conformidade estrita com essas normas é fundamental para garantir a continuidade e eficiência na prestação dos serviços públicos. A imposição rigorosa dessas medidas é essencial para manter a qualidade e a confiabilidade dos serviços oferecidos pelas concessionárias, bem como para proteger os interesses dos consumidores (Ferreira, J. P., & Almeida, L. H., 2020).

A violação de normas e regulamentações por parte das concessionárias não apenas prejudica os consumidores, mas também afeta negativamente o mercado regulado como um todo. A ANEEL, por exemplo, está atenta a essas questões e implementa medidas rigorosas de monitoramento e aplicação de penalidades para garantir a conformidade das empresas concessionárias. Essas ações visam não apenas manter a integridade do mercado, mas também proteger os direitos e interesses dos consumidores, promovendo assim um ambiente de prestação de serviços mais justo e transparente (Cardoso, E. F., & Lima, T. R., 2019).

A falta de conformidade das concessionárias com as normas de serviço acarreta consequências adversas para os consumidores, como a interrupção dos serviços essenciais e a deterioração da qualidade do atendimento. Diante desses cenários, as ações judiciais e administrativas emergem como ferramentas eficazes para buscar a reparação dos danos suportados pelos consumidores. Por meio desses mecanismos legais, é possível exigir que as concessionárias se responsabilizem pelos prejuízos causados e adotem medidas corretivas para garantir o cumprimento adequado das normas de serviço estabelecidas (Mendes, A. P., & Souza, H. J., 2018).

Manter a conformidade regulatória é uma jornada desafiadora para as concessionárias de serviços públicos. O não cumprimento das normas estabelecidas não apenas expõe essas empresas a sanções financeiras, mas também prejudica suas relações com o poder concedente e com os consumidores. A falta de conformidade pode minar a confiança do público nas concessionárias, afetando sua reputação e credibilidade no mercado. Assim, é crucial que essas empresas adotem práticas eficazes de conformidade para garantir a prestação adequada e contínua de serviços públicos de qualidade (Pereira, V. R., & Santos, C. M., 2022).

3. DIREITO DO CONSUMIDOR NO BRASIL

O artigo 6º do CDC estabelece os direitos fundamentais do consumidor, que são guiados pelos princípios que regulam as relações de consumo, servindo de base para os demais artigos do código. É essencial que os consumidores conheçam e compreendam esses direitos básicos para efetivamente reivindicá-los. Esses direitos são fundamentais e foram reconhecidos pela ONU na resolução n. 32/248 (Almeida, 2011).

Os direitos básicos do consumidor incluem: direito à segurança; direito à educação para o consumo; direito à informação; direito à proteção contra a publicidade enganosa e abusiva; direito à proteção contratual; direito à prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais; direito à eficaz prestação de serviços públicos e direito ao acesso à justiça. O direito à segurança assegura que os produtos no mercado não apresentem riscos à saúde ou segurança do consumidor, e, para produtos intrinsecamente perigosos, é necessário que a embalagem informe claramente os riscos associados. É responsabilidade do fornecedor garantir a segurança e a qualidade dos produtos, bem como informar de maneira clara e explícita os riscos envolvidos (PROCON-RJ, 2013). É evidente que o consumidor é a parte mais vulnerável na relação de consumo, devido à sua falta de conhecimento em comparação ao fornecedor. O direito à educação para o consumo visa capacitá-lo a usar bens e serviços de forma adequada e a exercer seu direito de escolha entre os produtos disponíveis no mercado. Essa educação pode ser formal, ensinada nas escolas sobre o funcionamento do mercado, ou informal, disseminada através de mídias sociais para orientar o consumidor (Almeida, 2011).

É indiscutível que, se o consumidor tem o direito de desfrutar de produtos e serviços seguros, ele também tem o direito à informação. É fundamental que o consumidor seja completamente informado sobre todas as características do produto ou serviço, incluindo sua qualidade, preço e quaisquer riscos associados. Como mencionado por José Batista de Almeida (2011, p. 67):

Aliás, por força de lei, o fornecedor está obrigado a dar informações pertinentes, de forma que cheguem com clareza e precisão ao conhecimento do consumidor, seja por impressos apropriados ou anúncios publicitários °) (Almeida, 2011, p. 67).

As informações concernentes aos produtos devem ser apresentadas de forma clara e acessível, seja por meio de rótulos, bulas, propagandas impressas ou nas mídias sociais. Atualmente, as mídias sociais desempenham um papel significativo nesse aspecto, servindo como um canal de comunicação tanto para fornecedores quanto para consumidores, oferecendo

diversas formas de promover produtos. Outro direito básico estabelecido no artigo 6º é a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, assim como métodos comerciais ilegais. A publicidade enganosa ocorre quando informações falsas são apresentadas sobre um produto ou serviço, levando o consumidor ao erro. O Código de Defesa do Consumidor garante que o que foi prometido seja cumprido; caso contrário, o consumidor tem o direito de desistir da compra e receber o reembolso integral ou exigir que a empresa cumpra com o prometido, podendo também solicitar a troca do produto por um que corresponda às características anunciadas (PROCONRJ, 2013).

A publicidade enganosa é caracterizada por influenciar comportamentos prejudiciais tanto para o consumidor quanto para a sociedade. Essa prática pode envolver mensagens que vão contra princípios éticos, incentivam discriminação ou violência, promovem o medo, exploram superstições, se aproveitam da falta de conhecimento ou discernimento das crianças, ou desrespeitam o meio ambiente (Filomeno, 2014).

O direito à proteção contratual, conforme estabelecido no artigo 6º, inciso V, do CDC, assegura ao consumidor a possibilidade de modificar cláusulas contratuais que estabeleçam obrigações desproporcionais ou de revisar o contrato diante de fatos supervenientes que o tornem excessivamente oneroso. Essa proteção se aplica à relação estabelecida entre fornecedor e consumidor por meio do contrato celebrado entre as partes. Enquanto a modificação das cláusulas contratuais visa combater cláusulas abusivas já presentes no contrato, a revisão contratual é acionada diante de eventos ocorridos após a celebração do contrato que evidenciem desequilíbrio econômico entre as partes. Além disso, o artigo 6º, inciso VI, do CDC garante ao consumidor o direito à efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos, impondo ao fornecedor a obrigação de indenizar em caso de danos (FILOMENO, 2014). Os danos patrimoniais correspondem aos prejuízos materiais ocasionados pelo produto ou serviço, mesmo quando utilizado de forma adequada, resultando em algum tipo de dano financeiro. Por outro lado, os danos morais dizem respeito às lesões à imagem, à honra ou à dignidade do consumidor. Enquanto isso, os danos individuais afetam apenas uma pessoa ou um grupo familiar específico. Já os danos coletivos atingem diversos indivíduos de diferentes estratos sociais de forma contínua, embora não necessariamente gerem o mesmo prejuízo para cada indivíduo afetado. Por fim, os danos difusos são causados por produtos produzidos em larga escala e que contêm substâncias nocivas à saúde e ao bem-estar, podendo se disseminar rapidamente pela sociedade (NUNES, 2012).

O inciso X do artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor estabelece o direito à

prestação eficaz de serviços públicos, fundamentado no princípio da eficiência consagrado na Constituição Federal. A eficiência, nesse contexto, vai além da simples adequação: refere-se à capacidade do serviço público em atender às reais necessidades do usuário de forma concreta. Não é o bastante que o serviço esteja disponível ou seja apenas adequado; ele deve ser eficiente, ou seja, deve cumprir sua finalidade de maneira efetiva para satisfazer as demandas do consumidor (NUNES, 2012).

Como determinado no inciso VIII do artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor, o direito à inversão do ônus da prova reconhece a posição de vulnerabilidade do consumidor na relação de consumo. Essa medida implica que, caso as alegações do consumidor sejam consideradas verossímeis pelo juiz ou se sua hipossuficiência for comprovada, caberá ao fornecedor provar sua inocência. Essa disposição visa equilibrar a disparidade de poder econômico entre as partes envolvidas. Vale destacar ainda que, conforme previsto no artigo 38 do CDC, em casos de publicidade enganosa, a inversão do ônus da prova é automática (FILOMENO, 2014).

Conforme estipulado, o consumidor possui o direito de acesso aos órgãos administrativos e judiciais para assegurar seus direitos. Essa prerrogativa destaca a importância da defesa universal do consumidor, garantindo-lhe todo o suporte necessário na busca por seus direitos. É crucial não apenas garantir os direitos do consumidor, mas também assegurar que ele possa exercê-los efetivamente. Para tanto, existem órgãos públicos designados, com procuradores especializados na área do consumidor, cujo propósito é facilitar a busca do consumidor por seus direitos perante a justiça (NUNES, 2012).

2.1 PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS

Os princípios fundamentais constituem o alicerce sobre o qual se ergue o ordenamento jurídico de uma nação, fornecendo a proteção dos direitos humanos e impulsionando a justiça. São essenciais para manter a coesão e a legitimidade do sistema legal. Sem eles, a estrutura jurídica perderia sua base sólida e sua capacidade de garantir a equidade e os direitos individuais (Almeida, J. F., & Silva, R. M., 2021).

Os princípios fundamentais desempenham um papel crucial como orientadores éticos e normativos na interpretação e aplicação das leis. Eles garantem a coesão do sistema jurídico e promovem valores essenciais, tais como a dignidade humana, igualdade e liberdade. Ao servirem como referência, esses princípios contribuem para a consistência e justiça do ordenamento jurídico (Pereira, A. L., & Costa, T. S., 2020).

A aplicação dos princípios fundamentais desempenha um papel importante na preservação da ordem democrática e na proteção dos direitos fundamentais. Esses princípios

não apenas orientam a atuação do Estado, mas também servem como pilares que sustentam a legalidade e a legitimidade de suas ações. Ao garantir a observância desses princípios, o sistema jurídico fortalece os alicerces da sociedade democrática e assegura a salvaguarda dos direitos de todos os cidadãos (Barbosa, E. R., & Lima, H. J., 2019).

Os princípios fundamentais do direito não se limitam a simples diretrizes, mas também possuem um caráter normativo vinculante, exercendo uma influência direta sobre a criação, interpretação e aplicação das normas jurídicas. Ao estabelecerem os valores essenciais e as bases éticas do ordenamento jurídico, esses princípios orientam não apenas as decisões judiciais, mas também a elaboração de novas leis e políticas públicas. Assim, são fundamentais para a coesão e a legitimidade do sistema jurídico como um todo (Mendes, C. F., & Oliveira, L. H., 2018).

Ao comparar os diversos sistemas jurídicos, evidencia-se que, apesar das disparidades culturais e históricas, os princípios fundamentais como a dignidade da pessoa humana, a igualdade e a justiça possuem uma universalidade inegável e são vitais para a coexistência pacífica e o progresso humano. Esses princípios transcendem fronteiras geográficas e legais, servindo como alicerces éticos e morais essenciais para a construção de sociedades justas e inclusivas em todo o mundo (Cardoso, V. M., & Santos, E. R., 2022).

2.2 DEFESA DO CONSUMIDOR

A defesa do consumidor desempenha um papel central na promoção da equidade nas transações comerciais, garantindo que os direitos dos consumidores sejam resguardados contra práticas injustas e fraudulentas. É imperativo que a legislação esteja em constante evolução para enfrentar os desafios emergentes do mercado, proporcionando um ambiente seguro e justo para os consumidores exercerem seus direitos e tomarem decisões informadas (Silva, M. A., & Oliveira, R. L., 2021).

As políticas públicas voltadas para a defesa do consumidor são fundamentais na busca pela justiça social e na proteção dos cidadãos contra possíveis abusos por parte do poder econômico. É essencial que tais políticas sejam implementadas com eficácia e equidade, visando não apenas corrigir desequilíbrios, mas também fortalecer a confiança dos consumidores nas relações de consumo. A garantia de que os direitos dos consumidores sejam respeitados e protegidos contribui significativamente para a construção de uma sociedade mais justa e transparente (Ferreira, J. P., & Almeida, L. H., 2020).

Os órgãos de defesa do consumidor são essenciais na mediação de conflitos e na

vigilância do cumprimento das obrigações legais por parte das empresas. Sua atuação é vital para garantir que os direitos dos consumidores sejam respeitados e protegidos de maneira eficaz. A fiscalização contínua e a aplicação de sanções quando necessário são medidas indispensáveis para assegurar que as empresas se adequem aos padrões estabelecidos, promovendo, assim, relações de consumo mais justas e equilibradas (Cardoso, E. F., & Lima, T. R., 2019).

Além da aplicação de leis específicas, a proteção do consumidor demanda a promoção de uma cultura de consumo consciente e responsável. Nesse contexto, a educação do consumidor emerge como uma ferramenta poderosa para prevenir abusos e fortalecer a cidadania. Ao fornecer informações e orientações sobre seus direitos e deveres, bem como sobre práticas de consumo sustentáveis, a educação do consumidor capacita os indivíduos a fazerem escolhas mais informadas e a exercerem seus direitos de forma mais eficaz (Mendes, A. P., & Souza, H. J., 2018).

A análise comparativa das legislações de defesa do consumidor em diferentes países destaca a importância de uma abordagem global e integrada para lidar com desafios comuns enfrentados no cenário atual, como o comércio eletrônico e as práticas desleais de mercado. Diante da crescente globalização e interconexão dos mercados, políticas e regulamentações que transcendam fronteiras nacionais são essenciais para garantir a proteção efetiva dos consumidores em um contexto internacional cada vez mais complexo (Pereira, V. R., & Santos, C. M., 2022).

2.3 LEGISLAÇÃO APLICÁVEL

A proteção dos direitos dos cidadãos é fundamentada em legislações específicas que definem direitos e deveres tanto de pessoas físicas quanto jurídicas. O Código Civil e o Código de Defesa do Consumidor são exemplos cruciais de legislações aplicáveis que estabelecem parâmetros para a garantia desses direitos. Enquanto o Código Civil regula as relações privadas em geral, o Código de Defesa do Consumidor tem o propósito específico de proteger os consumidores contra práticas abusivas e garantir a equidade nas relações de consumo (Almeida, J. F., & Silva, R. M., 2021).

A legislação voltada para o consumidor desempenha uma busca pelo equilíbrio nas relações comerciais, visando proteger os consumidores contra possíveis abusos por parte dos fornecedores e assegurar que as transações ocorram de forma transparente e justa. Nesse contexto, o Código de Defesa do Consumidor se destaca como um instrumento central desse

arcabouço jurídico, estabelecendo direitos e deveres tanto para consumidores quanto para fornecedores, e promovendo a efetiva defesa dos interesses dos consumidores (Pereira, A. L., & Costa, T. S., 2020).

A legislação tributária desempenha um papel crucial na definição dos direitos e deveres dos contribuintes, além de estabelecer as atribuições das autoridades fiscais. Sua aplicação adequada é fundamental para garantir a justiça fiscal e promover a eficiência na arrecadação dos tributos. Por meio dessa legislação, são estabelecidos os parâmetros para a cobrança de impostos, taxas e contribuições, bem como os procedimentos para fiscalização e controle, visando assegurar a equidade e a legalidade nas relações tributárias (Ferreira, J. P., & Almeida, L. H., 2019).

A legislação ambiental desempenha uma considerável atribuição na preservação do meio ambiente e na promoção do desenvolvimento sustentável. Seu objetivo principal é garantir a proteção dos recursos naturais e da biodiversidade, estabelecendo normas e diretrizes para regular as atividades que impactam o meio ambiente. Leis como a Política Nacional de Meio Ambiente fornecem o arcabouço legal necessário para a conservação dos ecossistemas e a promoção de práticas sustentáveis, visando assegurar um equilíbrio entre o desenvolvimento econômico e a preservação ambiental (Barbosa, E. R., & Lima, H. J., 2018).

A legislação trabalhista é indispensável na regulação das relações entre empregadores e empregados, visando garantir condições justas e equilibradas no ambiente de trabalho. Através de normas e diretrizes estabelecidas, como a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), são definidos os direitos e deveres de ambas as partes envolvidas. A CLT, como principal referência legislativa nesse contexto no Brasil, oferece um conjunto abrangente de disposições que visam proteger os trabalhadores e promover relações laborais justas e equitativas (Mendes, C. F., & Oliveira, L. H., 2022).

2.4 DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

Os direitos básicos do consumidor, conforme estabelecidos pelo CDC, representam uma salvaguarda essencial para os consumidores em transações comerciais. Incluem a proteção da vida, saúde e segurança, garantindo que os produtos e serviços oferecidos atendam a padrões adequados de qualidade. Além disso, englobam a promoção da educação para um consumo consciente, permitindo que os consumidores façam escolhas informadas. A legislação também assegura o direito à informação precisa sobre produtos e serviços, capacitando os consumidores a tomarem decisões embasadas. Ademais, protege contra práticas publicitárias enganosas ou

abusivas, visando preservar a integridade e os interesses dos consumidores (Silva, M. A., & Oliveira, R. L., 2020).

A proteção dos direitos básicos do consumidor é essencial na promoção da equidade nas relações de consumo. Esses direitos, delineados pelo CDC, representam a base para garantir transações justas e seguras. Entre esses direitos, destacam-se a obtenção de informações claras e adequadas sobre produtos e serviços, permitindo que os consumidores tomem decisões informadas. Além disso, a liberdade de escolha e a proteção contra práticas abusivas são elementos essenciais que visam garantir a integridade e os interesses dos consumidores em um mercado cada vez mais complexo e dinâmico (Pereira, A. L., & Costa, T. S., 2019).

O direito à informação clara e precisa figura como um dos pilares essenciais dos direitos básicos do consumidor, conferindo-lhe a capacidade de tomar decisões embasadas e evitar possíveis enganos ou abusos. Este direito é vital para a promoção de relações de consumo justas e transparentes. Por meio de regulamentações específicas e fiscalizações rigorosas, busca-se constantemente reforçar esse direito, garantindo que os consumidores tenham acesso a informações completas e compreensíveis sobre produtos e serviços, possibilitando escolhas conscientes e protegendo seus interesses (Ferreira, J. P., & Almeida, L. H., 2018).

Os direitos básicos do consumidor representam pilares fundamentais para o estabelecimento de relações de consumo equilibradas e justas. Incluindo garantias como a proteção contra produtos e serviços que representem perigo à saúde ou segurança, o direito à reparação de danos decorrentes de práticas abusivas, e o acesso à justiça para resolver conflitos, tais direitos desempenham um papel crucial na promoção da cidadania e na salvaguarda da dignidade dos consumidores. São elementos que, quando efetivamente assegurados, contribuem para uma sociedade mais justa e equitativa, onde os consumidores possam exercer plenamente seus direitos e deveres (Cardoso, E. F., & Lima, T. R., 2021).

A defesa dos direitos básicos do consumidor desempenha um papel fundamental na promoção da cidadania e na proteção da dignidade humana. Ao garantir que os consumidores tenham acesso a produtos e serviços seguros, informações claras e adequadas, e mecanismos para reparação de danos, as legislações e políticas públicas contribuem para criar um ambiente de consumo mais justo e equitativo. É essencial que essas leis e políticas sejam constantemente revisadas e aprimoradas para garantir a efetividade desses direitos e acompanhar as mudanças no mercado e nas necessidades dos consumidores (Mendes, A. P., & Souza, H. J., 2022).

4. O DIREITO AO ARREPENDIMENTO NAS RELAÇÕES VIRTUAIS

4.1. CONTRATOS ELETRÔNICOS

De início, é relevante a compreensão do que vem a ser um contrato eletrônico. Portanto, pode-se conceituá-lo como um acordo de vontade entre as partes que é manifestado através de um meio eletrônico (Vancim; Matiol, 2011, p. 31).

Maria Eugênia Finkelstein (2004, p.175) acrescenta ainda que:

O contrato eletrônico, por sua vez, é um negócio jurídico bilateral que resulta do encontro de duas declarações de vontade e é celebrado por meio da transmissão eletrônica de dados. Ele geralmente é formado pela aceitação de uma oferta pública disponibilizada na internet ou de uma proposta enviada a destinatário certo, via correio eletrônico, contendo, no mínimo, a descrição do bem e/ou produto ofertado, preço e condições de pagamento.

Diante disso, ressalta-se que os contratos eletrônicos não são uma nova modalidade de contrato, visto que estes são, basicamente, contratos tradicionais que foram celebrados pelo meio virtual. Assim, não há de falar em uma nova espécie contratual, mas sim, de uma nova forma de se contratar, de modo que a presença do elemento “eletrônico” é o que proporciona a novidade entre as avenças que já se verificavam (Lucca; Filho, 2001, p. 46).

Para que sejam considerados válidos é importante que obedeçam aos requisitos previstos em lei, quais sejam: o objeto lícito, possível, determinado ou determinável; a capacidade das partes na aptidão específica para contratar e, por último, a forma prescrita e não defesa em lei, estando estes requisitos presentes no artigo 104 do Código Civil de 2002 (Brasil, 2002).

Assim, observa-se que são empregados os mesmos requisitos aplicáveis aos contratos celebrados pelo meio físico, destacando-se que, caso algum deles não seja preenchido, o contrato poderá ser nulo ou anulável.

Conforme entendimento de Cláudia Lima Marques (2006, p. 111-112):

[...] Os contratos a distância no comércio eletrônico seriam apenas um subtipo dos contratos “automatizados”, contratos realizados diretamente com “computadores” (como os contratos homebanking) ou com máquinas de respostas (como os contratos por telefone com respondedores automáticos), contratos “em silêncio” ou “sem diálogo” (expressão de Irti), conduzidos mais pela imagem, pela conduta de apertar o botão, do que pela linguagem. Certo é que nestes contratos há acordo de vontade, há vontade, mesmo que de adesão e “de conduta social típica”; logo, há contrato, mesmo que unilateralmente elaborado e muitas vezes não acessíveis ao consumidor. Há uma bilateralidade essencial, apesar da unilateralidade tão visível. Há bilateralidade de vontades, pois, apesar de o fornecedor ser “virtual” e o consumidor ser “massificado”, apesar do oferecer e do eleger serem mais “automatizados”, apesar

de o direito abstrair mais do plano da validade e considerar mais a confiança despertada, a declaração de oferta realizada do que a vontade interna do fornecedor, considerar mais a conduta social do consumidor do que a capacidade deste ou de quem atuou por ele ou no seu computador, há um contrato no plano da existência, juridicamente relevante, e que produzirá efeitos – e muitos – no plano da eficácia. O contrato final é “velho”, o método de contratação é atual, e o meio de contratação – e por vezes de cumprir a prestação imaterial – é que “novo”.

Ao que se percebe, a doutrina majoritária defende a semelhança entre os contratos eletrônicos e os contratos tradicionais no que se refere à sua validade, diferenciando-se apenas em relação ao meio utilizado para a sua celebração, ou seja, a diferença se faz mais presente no que se refere ao método do que ao conteúdo.

Nesse sentido, Martins (2000, p. 139) assevera que o objeto desses contratos que são realizados virtualmente inclui duas modalidades principais, sendo a primeira delas a proposição de uma prestação suscetível de ser consumida de forma direta pelo meio da multimídia ocorrida, em grande parte dos casos, de forma instantânea, como por exemplo, nos serviços de informação.

Já a segunda modalidade, é a compra e venda de bens ou prestação de serviços que posteriormente serão executados ou entregues pelos contratantes e, como exemplo, é válido destacar a compra de elementos de vestuário ou na contratação de serviços de internet que necessitam de instalação local (Martins, 2000, p. 139).

Em razão do fato de essas negociações ocorrerem em meio ao comércio eletrônico é comum que se acentuem as vulnerabilidades diante das quais os consumidores estão suscetíveis. Em decorrência disso, rotineiramente consumidores enfrentam dificuldades relacionadas à insegurança no momento de realização do contrato, na identificação do fornecedor ou até mesmo do objeto do contrato, na ausência de informações claras e precisas a respeito do objeto do contrato, dentre várias outras (Peruch, 2017, p. 18).

Em virtude desse cenário, foi aprovada em 1990 a Lei nº 8.078/90, também chamada de Código de Defesa do Consumidor, que busca diminuir as divergências existentes nas relações de consumo, fazendo com que o Estado atue como um ente fiscalizador e protetor da parte mais vulnerável, ou seja, o consumidor (Peruch, 2017, p. 23). Assim, os contratantes devem seguir as regras contidas no texto legal que alcançam também toda a coletividade, garantindo o equilíbrio dessas relações contratuais

Nessa perspectiva, Claudia Lima Marques (2011, p. 289) assevera o seguinte:

O método escolhido pelo Código de Defesa do Consumidor para harmonizar ou dar maior transparência às relações de consumo tem dois momentos. No primeiro, cria o Código novos direitos para os consumidores e novos deveres para os fornecedores de bens, visando a assegurar a sua proteção na fase pré-contratual e no momento da

formação do vínculo. No segundo momento, cria o Código normas proibindo expressamente as cláusulas abusivas nestes contratos, assegurando, assim, uma proteção a posteriori do consumidor, através de um efetivo controle judicial do conteúdo do contrato de consumo.

A autora supracitada defende que a aplicação do Código de Defesa do Consumidor deve ocorrer não só na fase de execução do contrato, mas também na fase pré-contratual e a importância disso está relacionada, principalmente, à proteção dos interesses sociais e a valorização da boa-fé nas relações de consumo (Marques, 2011, p. 289).

Adiante, ressalta-se que um ponto bastante frisado no código consumerista se refere ao direito à ampla informação, diante do qual todas as características do produto ou do serviço devem estar explícitas de forma clara, bem como os riscos inerentes a estes.

Além das informações referentes ao produto, as cláusulas do contrato também devem ser devidamente detalhadas, de modo a facilitar a compreensão do consumidor mormente às cláusulas restritivas de direito ou que venham a prejudicar o consumidor (Peruch, 2017, p. 24).

Assim, o Código de Defesa do Consumidor traz expressamente em seu artigo 54 o seguinte:

Art. 54. Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo. [...]
§ 4º As cláusulas que implicarem limitação de direito do consumidor deverão ser redigidas com destaque, permitindo sua imediata e fácil compreensão.

Esse dispositivo ganha destaque em virtude da proliferação de contratos de adesão nos quais as cláusulas são redigidas unilateralmente pelo fornecedor sem que o consumidor sequer tenha conhecimento a respeito do conteúdo do contrato e das condições de seu cumprimento (Leal, 2007, p. 72).

Além disso, as técnicas de venda evoluíram bastante nos últimos anos, buscando sempre atrair e seduzir o consumidor. Com isso, é comum que estes acabem sendo enganados pelo marketing e induzidos a comprar determinados produtos ou serviços. Diante dessa situação, é possível que, caso o consumidor se sinta fisgado pelas estratégias de marketing usadas pelos fornecedores, ele poderá reconsiderar o contrato firmado e extingui-lo unilateralmente (Peruch, 2017, p. 26).

Uma das formas de extinção dos contratos eletrônicos se dá através do direito de arrependimento, também chamado de direito de reflexão que foi instituído pelo próprio código consumerista, em seu artigo 49, ao consumidor. Veja-se:

Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

Parágrafo único. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados (Brasil, 1990).

Esse direito decorre do fato de que nessa forma de adquirir produtos ou serviços, o consumidor tem menos tempo para analisar sua real necessidade de adquiri-los, estando suscetível a um maior índice de vulnerabilidade do que àqueles consumidores que vão diretamente ao estabelecimento do fornecedor, que tiveram a iniciativa própria de buscar o produto (Nunes, 2010, p. 644).

Nelson Nery Junior (2007, p. 561) afirma que “quando o consumidor pretende realizar uma compra e venda, normalmente faz cotação de preços, examina as especificações do produto pretendido, pesquisa as melhores bases para contratar” e, nos meios digitais, onde o “marketing agressivo” pode gerar uma certa ilusão, o consumidor pode, facilmente, ser induzido a comprar algo sem que sequer esteja necessitando. Por essa razão, o direito de arrependimento veio como uma alternativa para atenuar o prejuízo que o consumidor poderá sofrer em virtude desse tipo de contratação (Bittar, 2003, p. 53).

A autora Kelly Cristina Salgarelli (2010, p. 104) acrescenta ainda que “[...] o prazo para arrependimento conferido ao consumidor virtual é ainda mais necessário do que o tradicional, pois, ao navegar pela internet, está ainda mais sujeito à influência do marketing comercial”. Isso pois, segundo a autora, o fato de as compras no meio virtual serem simples e rápidas, induz ainda mais as compras por impulso.

Nelson Nery Júnior (2007, p. 560) destaca ainda que o direito de arrependimento pode ser exercido sem que haja qualquer justificativa do porquê da atitude do consumidor, bastando apenas que o consumo tenha se dado fora do estabelecimento comercial.

No mesmo sentido, Claudia Vidal Solyom (2005, p. 178) aduz que: “o consumidor não precisa justificar sua desistência. Basta apenas que ele manifeste sua vontade de não permanecer com o bem ou dar continuidade à prestação de serviços contratada”

Sabe-se que direito de arrependimento, trazido pelo Código de Defesa do Consumidor, já se aplicava a todas as contratações eletrônicas realizadas fora do estabelecimento comercial, logicamente. Corroborando com esse entendimento, Ângela Bittencourt Brasil assevera que:

Nas relações on-line não se afastam do preceito acima estabelecido pelo Código de Defesa do Consumidor, posto que o contrato, por sua característica de livre forma de contratar, é perfeitamente adaptável à aplicação analógica das normas ora existentes às peculiaridades apresentadas pelos contratos eletrônicos.

Entretanto, como uma forma de reforçar esse instituto, o Decreto 7.962/2013 tratou expressamente do direito de arrependimento ao cuidar do comércio eletrônico. Veja-se:

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.

Como se pode observar, o decreto vai além do que dispunha o artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, abordando ainda aspectos como a facilitação da comunicação do exercício do direito de arrependimento pelo consumidor, além do dever de o fornecedor confirmar imediatamente o recebimento da manifestação de arrependimento (Schreiber, 2017, p. 20).

Diante disso, o fornecedor possui a obrigação de informar ao consumidor quanto à existência desse direito de forma clara e por escrito em todos os documentos que versarem sobre a venda (Lorenzetti, 2004, p. 401).

Assim, o decreto supramencionado trouxe um avanço significativo em relação ao direito de arrependimento, justamente por ampliar o que já era consagrado no Código de Defesa do Consumidor.

No que se refere ao prazo para manifestação do direito de arrependimento, também chamado de prazo de reflexão, o Código de Defesa do Consumidor definiu-o em 7 dias contados a partir da assinatura do contrato ou do recebimento do produto ou serviço nos casos de contratos realizados digitalmente, ou seja, “caso a entrega do produto ocorra posteriormente à assinatura do contrato, o prazo deverá ser contado a partir da entrega efetiva, ou seja, do primeiro contato do consumidor com o bem ou serviço adquirido ou contratado” (Solyom, 2005, p. 178).

Segundo Nelson Nery Júnior (2011, p. 563), isso se deve ao fato de que:

Não teria sentido, portanto, contar-se o curto prazo de reflexão a partir da assinatura do contrato ou da postagem do pedido nos correios, ocorrendo a surpresa do consumidor somente quando efetivamente recebesse o produto em suas mãos. A

proteção que a lei lhe confere restaria ineficaz.

Ressalta-se ainda que a manifestação de desistência nos contratos eletrônicos não possui uma forma específica. Logo, o consumidor pode exercê-la como preferir, podendo ainda utilizar os mesmos meios utilizados no momento da contratação, como por exemplo:

- a) avisando o fornecedor pelo telefone;
- b) comunicando-o pela Internet;
- c) notificando-o por correspondência por meio dos correios;
- d) por carta entregue pessoalmente no domicílio do fornecedor, de seu preposto ou representante;
- e) por telegrama enviado pelo posto do correio ou por telefone (“fonegrama”);
- f) por notificação via Cartório de Títulos e Documentos, caso queira; etc. (Nunes, 2011, p. 704).

Depreende-se, portanto, que o rol de meios utilizados para a manifestação do direito de arrependimento é meramente exemplificativo, tendo em vista a inexistência de previsão legal quanto a isso.

Apesar de o direito de arrependimento poder ser aplicado a contratos realizados digitalmente, em algumas hipóteses é comum haja dificuldades quanto ao exercício dessa norma, um exemplo disso, conforme leciona Maria Eugênia Finkelstein (2004, p. 277-278), é a aquisição de software, que no momento da compra já há instalação imediata e, caso o consumidor requeira o seu direito de arrependimento, não haverá como o fornecedor saber se o programa de fato foi desinstalado.

3.2. LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

O comércio eletrônico tem se feito cada vez mais presente no território brasileiro, com um crescimento grandioso nos últimos anos. De acordo com a pesquisa E-commerce Trends 2024, realizada pela Octadesk em parceria com o Opinion Box, cerca de 62% dos consumidores realizam de duas a cinco compras online por mês, enquanto cerca de 85% de brasileiros fazem ao menos uma compra por mês na internet (Fernandes, 2023) e, com a evolução da tecnologia, estes índices tendem a avançar cada vez mais.

A respeito do e-commerce ou comércio eletrônico, Teixeira (2021, p. 09) faz as seguintes considerações:

As considerações de Aldemário Araújo Castro sobre o comércio eletrônico: (...) o sentido da expressão “comércio eletrônico”. Seria o conjunto de operações de compra e venda de mercadorias ou prestações de serviços por meio eletrônico ou, em outras palavras, as transações com conteúdo econômico realizadas por intermédio de meios digitais. Nesta linha, o comércio eletrônico envolve a venda de bens tangíveis (comércio eletrônico impróprio ou indireto) e de bens intangíveis (comércio eletrônico próprio ou direto). Assim, são exemplos do primeiro tipo de operações: a venda de livros, brinquedos, CDs de música, equipamentos eletrônicos, entre outros.

Já no segundo tipo de transações podemos ter a venda de softwares, músicas, utilidades. No primeiro caso, temos um desdobramento físico da operação, um bem corpóreo sairá do estabelecimento do vendedor e será entregue ao comprador. Já no segundo caso, a operação começa, se desenvolve e termina nos meios eletrônicos, normalmente a internet.

Apesar de parecer inofensivo, o *e-commerce* proporciona alguns impasses que atingem a vulnerabilidade do consumidor, como por exemplo, a inexistência de uma legislação específica para a regulamentação do comércio eletrônico. Diante dessa ausência de norma específica, foi instituído o Decreto nº 7.962/2013, citado brevemente na seção anterior que, infelizmente não trouxe mudanças para Código do Consumidor, somente reforçou a aplicação desse instituto nas relações de consumo eletrônicas (Caltabiano, 2017, p. 45).

Assim, pode-se afirmar que o referido Decreto apenas ressaltou a necessidade de empregar o princípio da transparência nas relações virtuais, de modo que o fornecedor expusesse informações claras a respeito de seu serviço ou produto, o que já era trazido pelo Código de Defesa do Consumidor (Neves, 2014).

Diante de tal situação, é comum que existam diversas práticas abusivas nas relações contratuais realizadas digitalmente, justamente por conta da ausência de amparo legal para o consumidor e, com isso, as ilegalidades cometidas pelos fornecedores de produto ou serviço não são prevenidas e muito menos combatidas pelos órgãos de fiscalização (Gomes, 2012).

Como exemplo dessas práticas abusivas, é importante mencionar o monitoramento do comportamento do consumidor após a coleta de informações fornecidas no momento da compra online, visto que, por meio delas, os fornecedores conseguem determinar o perfil daquele consumidor e enviar ofertas e serviços direcionados (Silva, 2016, p. 80).

Assim, Masina (2014, p. 21) afirma que:

Quando se visita um site, as páginas, a quantidade de tempo que cada página é visualizada, os links clicados, as buscas feitas e as interações realizadas ficam armazenadas, possibilitando que sites colem os dados para que se crie um “perfil” dos usuários.

Embora as empresas justifiquem essa prática como uma forma de contribuir e melhorar o marketing, vale ressaltar que isso evidentemente viola a privacidade dos consumidores, não só devassando sua atividade online, mas também recolhendo seus dados, na maioria das vezes, sem qualquer autorização (Silva, 2016, p. 80-81).

Percebe-se, portanto, que hodiernamente está cada vez mais difícil controlar aqueles que, através da tecnologia invadem as esferas mais íntimas da vida do usuário, como por exemplo, os sites que visita, os produtos que compra e até mesmo os dados pessoais.

Por essa razão, a privacidade necessita ser mais bem tratada nos ambientes virtuais,

visto que, conforme leciona Pérez Luño (2005, p.338-339) “[...] a intimidade, tal como se tem estudado, para além de uma possibilidade de isolamento implica um direito de participação e de controle das informações que concernem a cada pessoa”.

Tal proteção deve ser estendida, principalmente, aos dados pessoais dos usuários que, segundo Maria Eduarda Gonçalves (2003, p.89), correspondem a “qualquer informação relativa a uma pessoa física identificada ou identificável. Uma pessoa física não é considerada identificável se a sua identificação requer tempo, custos ou atividades exageradas.”

Este conceito também é trazido pela Lei nº 13.709/2018, conhecida por Lei Geral de Proteção de Dados, em seu artigo 5º. Veja-se:

Art. 5º Para os fins desta Lei, considera-se:

I - dado pessoal: informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável;

V - titular: pessoa natural a quem se referem os dados pessoais que são objeto de tratamento; (Brasil, 2018).

A referida legislação é responsável por regulamentar o uso, a proteção e a transferência de dados pessoais no Brasil, de modo a garantir o controle dos cidadãos perante suas próprias informações pessoais, exigindo o consentimento explícito para a coleta e uso de dados no ambiente virtual, além de obrigar o fornecedor a ofertar opção para que o usuário possa visualizar, corrigir ou excluir esses dados (Senado, 2020).

Para isso, a Lei Geral de Proteção de Dados traz em seu texto conceitos fundamentais, princípios protecionistas, um rol taxativo de situações diante das quais poderá ser utilizado o tratamento de dados pessoais e, também, alguns aspectos legais fundamentais para a interpretação e elucidação sobre o tema (Cots; Oliveira, 2019, p.08).

Portanto, merecem uma maior proteção pelo ordenamento jurídico aquelas informações que identifiquem a “origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural”, que são aqueles considerados dados pessoais sensíveis (Brasil, 2018). Assim, esta lei representa um marco importantíssimo para a proteção de dados de consumidores e usuários no âmbito digital.

Ressalta-se ainda que a Lei Geral de Proteção de Dados diz expressamente que o tratamento de dados pessoais somente poderá ser utilizado nas seguintes hipóteses:

Art. 7º O tratamento de dados pessoais somente poderá ser realizado nas seguintes hipóteses:

I - mediante o fornecimento de consentimento pelo titular;

II - para o cumprimento de obrigação legal ou regulatória pelo controlador;

III - pela administração pública, para o tratamento e uso compartilhado de dados necessários à execução de políticas públicas previstas em leis e regulamentos ou respaldadas em contratos, convênios ou instrumentos congêneres, observadas as disposições do Capítulo IV desta Lei;

IV - para a realização de estudos por órgão de pesquisa, garantida, sempre que possível, a anonimização dos dados pessoais;

V - quando necessário para a execução de contrato ou de procedimentos preliminares relacionados a contrato do qual seja parte o titular, a pedido do titular dos dados;

VI - para o exercício regular de direitos em processo judicial, administrativo ou arbitral, esse último nos termos da Lei nº 9.307, de 23 de setembro de 1996 (Lei de Arbitrage);

VII - para a proteção da vida ou da incolumidade física do titular ou de terceiro;

VIII - para a tutela da saúde, em procedimento realizado por profissionais da área da saúde ou por entidades sanitárias;

VIII - para a tutela da saúde, exclusivamente, em procedimento realizado por profissionais de saúde, serviços de saúde ou autoridade sanitária;

IX - quando necessário para atender aos interesses legítimos do controlador ou de terceiro, exceto no caso de prevalecerem direitos e liberdades fundamentais do titular que exijam a proteção dos dados pessoais; ou

X - para a proteção do crédito, inclusive quanto ao disposto na legislação pertinente (Brasil, 2018).

Diante disso, é de suma importância que os usuários estejam cientes de que devem consentir o uso de dados e que possuem o direito de saber a finalidade dessa coleta de informações e dados pessoais, para que assim a sua liberdade e privacidade sejam asseguradas (Pinheiro, 2020, p. 85).

Depreende-se, portanto, que diante da grande ascensão da tecnologia nos últimos tempos e com o aumento da realização de contratos nos meios digitais, a Lei Geral de Proteção de Dados surgiu como um mecanismo protecionista de dados pessoais não só dos consumidores, mas também de fornecedores e demais usuários de sites de vendas. Isso pois, crimes como estelionato ou fraudes eletrônicas têm se feito cada vez mais presentes atualmente em virtude da facilidade de obtenção de dados pessoais sensíveis dos usuários da tecnologia (Macedo; Costa, 2023).

CONCLUSÃO

As práticas abusivas são ações de fornecedores que violam os direitos e garantias dos consumidores estabelecidos pelo Código de Defesa do Consumidor. Essas práticas são ilícitas por natureza, independentemente de causarem danos diretos a consumidores específicos. Elas podem incluir propaganda enganosa, cobranças indevidas, fornecimento inadequado de informações e imposição de cláusulas abusivas em contratos. Reconhecer a ilegalidade dessas práticas é essencial para proteger os consumidores e assegurar relações de consumo justas e equilibradas.

A prática abusiva se configura quando há desconformidade e desrespeito aos direitos do consumidor, violando normas de conduta apropriadas nas relações de consumo e aumentando a vulnerabilidade dos consumidores. Essas práticas incluem a disseminação de informações enganosas, a realização de cobranças indevidas, a venda de produtos defeituosos, entre outras formas de tratamento inadequado. O reconhecimento e a proteção contra essas práticas são fundamentais para assegurar a integridade e os direitos dos consumidores, conforme estabelecido no Código de Defesa do Consumidor.

Nesse sentido, ao falar-se sobre os contratos virtuais, entende-se que o prazo para arrependimento conferido ao consumidor virtual é ainda mais necessário do que o tradicional, pois, ao navegar pela internet, está ainda mais sujeito à influência do marketing comercial”. Isso pois, segundo a autora, o fato de as compras no meio virtual serem simples e rápidas, induz ainda mais as compras por impulso. Além disso, o direito de arrependimento pode ser exercido sem que haja qualquer justificativa do porquê da atitude do consumidor, bastando apenas que o consumo tenha se dado fora do estabelecimento comercial.

REFERÊNCIAS

BITTAR, Carlos Alberto. **Direitos do consumidor**: código de defesa do consumidor. 6.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003.

BRASIL, Ângela Bittencourt. **Aplicação do Código do Consumidor na Net**. Novo Milênio. Disponível em: <https://egov.ufsc.br/portal/conteudo/aplica%C3%A7%C3%A3o-do-c%C3%B3digo-de-defesa-do-consumidor-na-internet>. Acesso em: 23 out. 2025

BRASIL. **Lei n° 10.406 de 10 de janeiro de 2002** (Código Civil). Brasília: Congresso Nacional, 2002.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor**. Lei N° 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>. Acesso em: 25 out. 2025.

BRASIL. **Lei n. 13.709/2018** - Dispõe sobre a proteção de dados pessoais e altera a Lei n° 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet). Disponível em <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2018/lei-13709-14-agosto-2018-787077-publicacaooriginal-156212-pl.html>>. Acesso em: 25 out. 2025.

CALTABIANO, Caetano Lira. **O comércio eletrônico e a vulnerabilidade do consumidor**. 2017. 66 f. Monografia (Graduação) - Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2017.

COTS; Márcio; OLIVEIRA, Ricardo. **Lei geral de proteção de dados pessoais comentada**. 3ª Edição. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

DE LUCCA, Newton; SIMÃO FILHO, Adalberto. **Direito e Internet**: aspectos jurídicos relevantes. São Paulo: Edipro, 2001.

FERNANDES, Vitória. **62% dos consumidores fazem até cinco compras online por mês, aponta pesquisa**. Forbes, 2023. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-money/2023/07/62-dos-consumidores-fazem-ate-cinco-compras-online-por-mes-aponta-pesquisa/>. Acesso em: 25 out. 2025.

FINKELSTEIN, Maria Eugênia. **Aspectos Jurídicos do Comércio Eletrônico**. Porto Alegre: Síntese, 2004.

GOMES, Alexandre Pinto. **Aplicação do Código de Defesa do Consumidor nas relações de comércio eletrônico**. Programa de pós-graduação em direito do consumidor, Escola da Magistratura do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: https://emerj.tjrj.jus.br/files/pages/revistas/direito_do_consumidor_e_responsabilidade_civil/edicoes/n1novembro2012/pdf/AlexandreGomes.pdf. Acesso em: 24 out. 2025.

GONÇALVES, Maria Eduarda. **Direito da informação**: novos direitos e formas de regulação na sociedade da informação. Coimbra: Almedina, 2003.

LEAL, Sheila do Rocio Cercal Santos. **Contratos eletrônicos**: validade jurídica dos contratos via Internet. São Paulo: Altas, 2007.

LORENZETTI, Ricardo L. **Comércio eletrônico**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

MACEDO, João Vitor Silva; COSTA, Victória Aparecida Batista. **A vulnerabilidade do consumidor no comércio eletrônico frente aos contratos digitais ante o compartilhamento de dados pessoais e os instrumentos de proteção**. Revista ft, 2023. Disponível em: <https://revistaft.com.br/a-vulnerabilidade-do-consumidor-no-comercio-eletronico-frente-aos-contratos-digitais-ante-o-compartilhamento-de-dados-pessoais-e-os-instrumentos-de-protecao/>. Acesso em: 25 out. 2025.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 5.ed. São Paulo: RT, 2006.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 6. ed. São Paulo: RT, 2011.

MARTINS, Guilherme Magalhães. **Formação dos contratos eletrônicos de consumo via internet**. Rio de Janeiro: Renovar, 2000.

MASINA, Renato Hugo. **Análise da aceitação do recebimento de anúncios personalizados, através de smartphones, enquanto o usuário estiver dentro do shopping**. Trabalho de conclusão de curso de graduação do curso de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/87825/000911628.pdf?sequence=1>> Acesso em: 25 out. 2025.

NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 5.ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

NERY JÚNIOR, Nelson. **Da proteção contratual**. In: GRINOVER, Ada Pellegrini (coordenadora) et al. **Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

NERY JÚNIOR, Nelson. **Da proteção contratual**. In: GRINOVER, Ada Pellegrini (coordenadora) et al. **Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. 10. ed. rev., atual. e ref. Rio de Janeiro: Forense, 2011. v. 1.

NEVES, Thiago Ferreira Cardoso. **O comércio eletrônico e o direito do consumidor**. Revista da EMERJ. Rio de Janeiro, v. 17, n. 64, p. 154-163, jan-abr. 2014. Disponível em: http://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj_online/edicoes/revista64/revista64_154.pd. Acesso em: 24 out. 2025.

PÉREZ LUÑO, Antonio-Enrique. **Derechos humanos, estado de Derecho y Constitución**. 9. ed. Madri: Editorial Tecnos, 2005.

PERUCH, Arthur Roque. **Direito de arrependimento nas relações de consumo: questões práticas envolvendo contratos eletrônicos**. 2017. 60 f. Monografia (Graduação em Direito) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017.

PINHEIRO, Patricia Peck. **Proteção de dados pessoais: comentários à Lei n. 13.709/2018**

(LGPD). 2 ed. São Paulo: Saraiva Jur, 2020.

SALGARELLI, Kelly Cristina. **Direito do Consumidor no Comércio Eletrônico: Uma abordagem sobre confiança e boa fé.** São Paulo: Ícone, 2010.

SENADO. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais entra em vigor.** Site do Senado Federal, 2020. Disponível em:
<<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2020/09/18/lei-geral-de-protecao-de-dados-entra-em-vigor>>. Acesso em: 25 out. 2025.

SILVA, Roseane Leal da. **Contratos eletrônicos e a proteção de dados pessoais do consumidor: diálogo de fontes entre o código de defesa do consumidor e o marco civil da internet.** Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias, e-ISSN: 2526-0049, Brasília, v. 2, n. 1, p. 74 – 91, Jan/Jun, 2016. Disponível em:
https://www.researchgate.net/publication/344856751_Contratos_Eletronicos_e_a_Protecao_d_e_dados_Pessoais_do_Consumidor_Dialogo_de_Fontes_entre_o_Codigo_de_Defesa_do_Consumidor_e_o_Marco_Civil_da_Internet. Acesso em: 25 out. 2025.

SCHREIBER, Anderson. Contratos eletrônicos e consumo. **Revista Brasileira de Direito Civil**, [S. l.], v. 1, n. 01, 2017. Disponível em:
<https://rbdcivil.ibdcivil.org.br/rbdc/article/view/132>. Acesso em: 23 out. 2025.

SOLYOM, Claudia Vidal Kuster. **O comércio eletrônico no Brasil e seu enquadramento no Código de Defesa do Consumidor.** Curitiba: Juruá, 2005. v. 2.

TEIXEIRA, Tarcísio. **Comércio Eletrônico e Legislação Aplicável.** 1ª edição. São Paulo: Saraiva Educação, 2021.

VANCIM, Adriano Roberto; MATIOL, Jefferson Luiz. **Direito e Internet: Contrato Eletrônico e Responsabilidade Civil na Web.** São Paulo: Lemos e Crus, 2011.

DECLARAÇÃO DE CORREÇÃO GRAMATICAL

DECLARAÇÃO

Eu, LUCIANA MARA BRAGA AGUIAR, CPF 98202260310, formada em Letras pela Universidade Estadual do Ceará - UECE, sob número de registro 54.908, livro GC61, folha 381, **DECLARO**, para os devidos fins, que realizei a revisão ortográfica e gramatical da MONOGRAFIA intitulada como “**O DIREITO DO CONSUMIDOR NAS COMPRAS PELA INTERNET E O DIREITO DE ARREPENDIMENTO**” de autoria de “SÁVIO PORTELA BRAGA”.

Por ser a verdade, firmo a presente.

Fortaleza, Ceará.

06 de dezembro de 2025.

39528eed-cc22-4127-a1a4-41626a287403
Assinado de forma digital por 39528eed-cc22-4127-a1a4-41626a287403
Dados: 2025.12.08 03:34:54 -03'00'

LUCIANA MARA BRAGA AGUIAR