

III SEMANA DO CONHECIMENTO

Marque a opção do tipo de trabalho que está inscrevendo:

Resumo

Relato de Caso

O COMÉRCIO ELETRÔNICO COMO AGRAVANTE DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR

AUTOR PRINCIPAL: MARTINA BAPTISTA SILVEIRA LIMA

CO-AUTORES: SILEIDE BOFF; ANDREZA SORDI

ORIENTADOR: NADYA REGINA GUSELLA TONIAL

UNIVERSIDADE: UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO - UPF.

INTRODUÇÃO:

O presente trabalho tem por escopo compreender como o comércio eletrônico potencializa a vulnerabilidade do consumidor. Justifica-se a escolha do tema argumentando que com o desenvolvimento dos meios eletrônicos, a internet tornou-se uma ferramenta utilizada em relações de consumo, facilitando a compra e venda, pois pode ser realizada no conforto da casa.

Assim, denota-se a importância do assunto, pois a facilidade de consumir bens e serviços pode gerar vulnerabilidade ainda maior para o consumidor, por se tratar de um meio em que a sua privacidade encontra-se diminuída, bem como que possibilita a simulação de falsa relação comercial.

DESENVOLVIMENTO:

No que tange ao método de abordagem, adotou-se o tipo hermenêutico, o qual tem por objetivo principal a busca da interpretação de um instituto através de sua principal característica, qual seja, a circularidade. Já quanto ao método de procedimento, optou-se pelo documental, mediante análise de material envolvendo doutrina clássica e atual, bem como, de artigos e pesquisas alusivas o tema. No que tange ao desenvolvimento do estudo, o mesmo se deu por meio de pesquisa bibliográfica, de modo crítico e subjetivo, compreendendo a realização de leitura, fichamentos e reconstrução de ideias de autores, como também, síntese de textos.

Em uma relação de consumo toma-se por base o princípio da boa-fé objetiva, o qual estabelece proteção à confiança que foi depositada no contrato. Assim, os

III SEMANA DO CONSUMIDOR

3 a 7 DE OUTUBRO
2016

consumidores estão se tornando cada vez mais cientes de seus direitos, almejam segurança e procuram a proteção da lei. Todavia, a mudança das relações de consumo, por meio do uso dos meios virtuais, fragiliza o princípio da boa-fé objetiva. No comércio eletrônico, o consumidor encontra-se, ainda, mais vulnerável, pois seu controle fica reduzido pela internet, de modo a dificultar a identificação de possíveis simulações, além do que tem sua privacidade e segurança fragilizadas, tornando-se alvo fácil para fraudes.

Observando os conflitos gerados pelo comércio na internet, vê-se que as principais reclamações registradas no Balcão do Consumidor de Casca são a entrega da mercadoria com defeitos ou vícios, desconformidade das características e das especificações e os casos em que o consumidor paga pelo produto, mas não o recebe. Ainda, destacam-se as dificuldades: de não haver um contrato materializado; de que o site oferece apenas políticas de uso; e de que a identificação e a comunicação com o fornecedor não existem, ou de que as informações relevantes encontram-se numa sequência de links do site eletrônico, que, por vezes, estão desatualizadas, ou até mesmo incompletas.

Nas compras feitas fora do estabelecimento comercial, como é o caso da internet, os contratos firmados seguem as regras básicas estabelecidas no Código de Defesa do Consumidor, mais precisamente em seu artigo 46 e seguintes. Ainda, aplicam-se as disposições do Decreto nº. 7.962, de 15/3/2013, com regras sobre o comércio eletrônico. Essas normas são abrangentes, mas não suficientes para promover o equilíbrio nas relações de consumo pela internet. Em especial, o artigo 1º do Decreto prevê “o fornecimento de informações claras a respeito do produto, do serviço e do fornecedor; o atendimento facilitado ao consumidor; e o respeito ao direito de arrependimento”, contudo há necessidade da regulamentação do comércio eletrônico no CDC.

Portanto, se faz necessário reforçar o princípio da boa-fé objetiva, por meio da tutela do direito de arrependimento, da proibição do spam e da publicidade enganosa, e da correção de possíveis erros, conforme previsto no PL n. 281/2012 que tramita no Congresso Nacional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Constata-se que para efetivar uma maior proteção ao consumidor que compra pela internet e principalmente reduzir a vulnerabilidade do mesmo, é necessária a aprovação do Projeto de Lei n. 281/2012, como forma de regulamentar o Código de Defesa do Consumidor. Com isso, o consumidor no âmbito eletrônico terá sua confiança protegida e mais segurança nas transações que realizar.

REFERÊNCIAS:

NUNES, Rizzatto. Curso de direito do consumidor. 10. ed. rev. e atual. – São Paulo: Saraiva, 2015.

MARQUES. Claudia Lima. Proteção do consumidor no comércio eletrônico e chamada nova crise do contrato: por um direito do consumidor aprofundado. Doutrinas

Universidade e comunidade
em transformação

III SEMANA DO CONSUMIDOR

Essenciais de Direito do Consumidor, vol. 2, p. 827 - 884, abr 2011. Disponível em:
<<http://www.revistadoatribunais.com.br>>. Acesso em: 22 ago 2016.
LIMBERGER. Têmis. Comércio eletrônico. Crise Econômica e Soluções Jurídicas, num.
10/2015, nov 2015. Disponível em: <<http://www.revistadoatribunais.com.br>>. Acesso
em: 22 ago 2016.

3 a 7 DE OUTUBRO
2016

NÚMERO DA APROVAÇÃO CEP OU CEUA (para trabalhos de pesquisa):-

ANEXOS:

-