



Artigo recebido em 24.11.2017 / Aprovado em 30.04.2018

PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMERCIO ELETRÔNICO: UMA ABORDAGEM ACERCA DA RESOLUÇÃO DE CONFLITOS NO PROCON UNIFAVIP-DeVry

CONSUMER PROTECTION IN ELECTRONIC COMMERCE: AN APPROACH TO CONFLICT RESOLUTION IN PROCON UNIFAVIP-DeVry

Erika Morganna Brandão Gonçalves¹

Luciana Rosas de Melo Maia²

RESUMO

O presente trabalho visa descrever a proteção do consumidor no comércio eletrônico, através da resolução de conflitos no PROCON UNIFAVIP-DeVry. O objetivo é identificar com base em casos atendidos, nos meses de 01/01/2017 a 30/10/2017, se os direitos do consumidor, estabelecidos no art. 6º do C.D.C, como garantia a vida, saúde e segurança, entre outros estão sendo respeitados no momento do atendimento no PROCON, que é um órgão criado pelo Estado com o intuito de proteger o indivíduo de maneira efetiva. Tal proteção ocorre pelo fato do consumidor ser a parte mais frágil da relação de consumo, tornando-se vulnerável ou hipossuficiente frente ao fornecedor de produtos e serviços. Por fim, o texto trata do desenvolvimento do comércio eletrônico, da sua origem aos dias atuais, que surgiu a partir da internet e computadores, criando espaço como uma nova maneira de transação em relação ao comércio tradicional, que é entre consumidor e fornecedor presentes.

Palavras-chave: Relação de consumo. Proteção. Comércio eletrônico.

ABSTRACT

The text aims to describe the protection of the consumer in electronic commerce, through the resolution of conflicts in PROCON UNIFAVIP-DeVry. The objective is to identify, based on cases

¹ Graduanda em direito pela Universidade do Vale do Ipojuca- UNIFAVIP -DEVRY. E-mail: erika_morganna@hotmail.com

² Mestre em Gestão empresarial pela FBV Devry 2015. Professora Universitária do curso de Bacharelado em Direito do Centro Universitário Tabosa de Almeida-ASCES-UNITA e na Universidade do Vale do Ipojuca-Unifavip -WYDER. Advogada. E-mail: luciana.maia@unifavip.edu.br e lucianamaia@ascres.edu.br



attended, in the months of 01/01/2017 to 10/30/2017, if the consumer rights, established in art. 6º C., as a guarantee life, health and safety, among others are being respected at the moment of service in PROCON, which is a body created by the State in order to protect the individual in an effective way. Such protection is due to the fact that the consumer is the weakest part of the consumer relationship, becoming vulnerable or hyposufficient vis-à-vis the supplier of products and services. Finally, the text deals with the development of electronic commerce, from its origins to the present day, which has emerged from the internet and computers, creating space as a new way of transaction in relation to traditional commerce, which is between consumer and supplier present.

Keywords: Consumer relationship. Protection. E-commerce.

1. INTRODUÇÃO

A atividade comercial é uma prática bastante antiga, começou com o processo de trocas realizado na antiguidade, onde pessoas davam algo por outra coisa, tal fato ocorria apenas entre os indivíduos da própria comunidade. Com o decorrer do tempo a comercialização foi se expandindo além de suas fronteiras, surgindo à necessidade de uma nova maneira de paga as mercadorias adquiridas, e assim surgiu a moeda, para suprir a necessidade deste desenvolvimento econômico.

O desenvolvimento do comércio trouxe a necessidade de uma proteção para o indivíduo, que se deu com a implementação de órgãos criados pelo Estado como, por exemplo, a Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON). O Código de Defesa do Consumidor, que estabelece os direitos e garantias do consumidor além de especificar o que é produto, serviço, fornecedor e consumidor, que esses estão inteiramente conectados para a formação da relação jurídica de consumo.

Ao está sempre em constantes modificações à sociedade encontra-se no ápice do desenvolvimento tecnológico, decorrente do processo de globalização, as práticas comerciais ganham uma nova tendência, passam a ser menos burocráticas e acessíveis, mediante o uso da internet o consumidor pode ter acesso aos seus produtos e/ou serviços em qualquer ambiente sem haver a necessidade de ir a uma loja física.



Da maneira que surgiu a necessidade de uma proteção para o consumidor do comércio tradicional que é realizado entre as duas partes presentes, nasceu a preocupação de proteger os direitos desse tipo de indivíduo na comercialização feita através da internet vindo o Código de Defesa do Consumidor trazer essa garantia.

Tendo por base tal entendimento, buscou-se responder a seguinte problemática de pesquisa: De que maneira os direitos do consumidor, elencados no artigo 6º do C.D.C encontram-se amparados quando da resolução de conflitos envolvendo a relação de consumo via internet, no PROCON UNIFAVIP-DeVry? Para isso foi realizado uma pesquisa, buscando dados de casos atendidos de comércio eletrônico, e se foram resolvidos. Foi coletada informações entre o período de 01/01/2017 a 30/10/2017, no PROCON UNIFAVIP-DeVry.

O presente artigo objetivou verificar de que maneira os direitos do consumidor, elencados no artigo 6º do C.D.C encontram-se amparados quando da resolução de conflitos envolvendo a relação de consumo via internet, no PROCON UNIFAVIP-DeVry. Para tanto, foram desenvolvidos os seguintes objetivos específicos: a) Descrever os direitos do consumidor nas relações de consumo; b) Demonstrar as características do comércio eletrônico da sua origem aos dias atuais; c) e finalmente verificar de que maneira tem sido tratadas as resoluções de conflitos que envolvam o comércio eletrônico no PROCON UNIFAVIP-DeVry. Essa pesquisa se justifica pelo fato de proporcionar uma análise de casos resolvidos no PROCON UNIFAVIP-DeVry de comércio eletrônico, bem como sua contribuição para a sociedade, proporcionando ao consumidor uma garantia de seus direitos dentro do meio de comércio eletrônico.

Quanto à metodologia, esta pesquisa utilizou o método de estudo de casos, através dos dados colhidos no PROCON UNIFAVIP-DeVry, para saber se os conflitos do comércio eletrônico foram solucionados, caso não resolvidos, como ocorreu o procedimento. Sendo Esta pesquisa determinada como quantitativa e qualitativa, abordando os métodos bibliográfico, exploratória, técnica de coleta de dados documental e técnica de análise de dados análise de conteúdo.



O artigo encontra-se segmentado em quatro seções, sendo a primeira destinada a abordar quais os elementos necessários para obter uma relação jurídica de consumo, o conceito de fornecedor, consumidor, produto e serviço. A segunda seção volta-se para os direitos do consumidor estabelecidos no art. 6º do Código de Defesa do Consumidor. A terceira seção, por sua vez trata como se deu a origem do comércio eletrônico e o seu desenvolvimento. Por fim, a quarta seção os resultados e discussões onde serão demonstrados os resultados da pesquisa realizada no PROCON UNIFAVIP-DeVry se foram satisfatórios ou não para garantir a proteção do indivíduo.

2. RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO

2.1. Relações de consumo e seus elementos essenciais

Para constituir uma relação jurídica de consumo, deverá ocorrer o vínculo entre duas ou mais pessoas, que no caso será celebrado conforme as normas do Código de Defesa do Consumidor.

Na visão de Nunes (2013, p.120) “haverá relação de consumo sempre que puder identificar num dos polos da relação o consumidor, no outro o fornecedor, ambos transacionando produtos e serviços”.

O fornecedor, o consumidor, o produto ou o serviço, são importantes para a concretização da relação jurídica de consumo, devendo o acordo ocorrer de livre e espontânea vontade entre as partes, na falta de um desses elementos, não será caracterizado o vínculo obrigacional.

Segundo Densa (2014, p.15) “a relação de consumo pode ser efetiva, ou presumida realizada pela simples oferta ou pela publicidade inserida no mercado de consumo”.

A relação jurídica de consumo efetiva, acontece quando o consumidor e o fornecedor realizam uma negociação consensual entre as partes. A presumida não tem transação, ocorre apenas uma oferta de produto ou serviço.



2.2 Conceito de consumidor

Um dos elementos importantes da relação jurídica de consumo vem estabelecido no art. 2º, parágrafo único do Código de Defesa do Consumidor, dizendo que, o consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. O parágrafo único do mesmo artigo equipara o consumidor à coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, desde que haja intervindo nas relações de consumo. (DENSA, 2014)

Um exemplo de consumidor por equiparação é quando o proprietário de uma clínica adquire um botijão de água e coloca no local para seus clientes ingerirem, sendo que a mesma está contaminada, vindo a causar algum dano sério para algum paciente do estabelecimento.

O Código de Defesa do Consumidor no art. 17 trata de todas as vítimas do acidente de consumo mesmo que não tenham participado de maneira direta do evento danoso, esse artigo trata da responsabilidade civil objetiva. (NUNES, 2013)

Segundo Densa (2014, p. 62) “a responsabilidade civil objetiva serve como forma de proteção da vítima e garantia da indenização em razão da dificuldade de se fazer a prova da culpa em juízo”.

Na responsabilidade civil objetiva, o causador do dano vai responder por seu ato, independente de culpa, diferente da responsabilidade subjetiva que é baseada na culpa, assim nem todo evento danoso acarretará o dever de indenizar.

O legislador diz que o consumidor é aquele que obtém o produto ou serviço como destinatário final, se não fossem os artigos 17 e 29 não poderia ampliar a margem de indivíduos que participam de uma relação de consumo, ficando de fora os que sofreram prejuízo, mesmo que não tenham participado da relação de consumo de maneira direta. Com a junção dos artigos 2º, 17 e 29 todas as pessoas que fizeram parte do evento são



consideradas consumidoras por estarem potencialmente expostas a toda e qualquer prática comercial. (NUNES, 2013)

2.3. Conceito de fornecedor

Como preceitua Neto (2012), O papel do fornecedor, dentro de uma relação jurídica de consumo é fornecer produtos ou serviços que satisfaçam a vontade do consumidor, trazendo segurança para quem venha adquirir o que está sendo exposto no mercado de consumo.

Fornecedor, como estabelece o Código de Defesa do Consumidor em seu art. 3º, são as pessoas jurídicas de direito público como a União, os Estados, o Distrito Federal, os municípios, as autarquias e as fundações públicas.

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços. (BRASIL, 1990)

As pessoas jurídicas de direito privado, os nacionais ou os estrangeiros também fazem parte do conceito de fornecedor, assim como os entes despersonalizados, sendo eles, o espólio e a massa falida por exemplo.

Assim, segundo Barros (2011), o indivíduo classificado como fornecedor é todo aquele que coloca seu produto ou serviço no mercado de consumo, devendo trazer maior segurança ao consumidor na hora da compra podendo exigir seus direitos, contra qualquer tipo de sujeito.

Densa (2014, p. 25-26) aborda a questão dos fornecedores que desenvolvem atividades profissionais mediante remuneração, como:

Fornecedores são todos aqueles que desenvolvem atividades tipicamente, profissionais, mediante remuneração, excluindo da relação de consumo aqueles que eventualmente tenham colocado produto ou serviço no mercado de



consumo sem o caráter profissional. O requisito fundamental para a caracterização do fornecedor na relação jurídica de consumo é a habitualidade, ou seja, o exercício contínuo de determinado serviço ou fornecimento de produto,

Não é fornecedor o indivíduo que não pratica determinada atividade de maneira habitual, outro requisito essencial é a onerosidade aquelas pessoas que atuam com habitualidade, mas que fazem de maneira grátis, não é considerado fornecedor.

2.4 Conceito de produto e serviço

Produto é qualquer bem móvel ou imóvel, material ou imaterial, que o consumidor venha a adquirir. Sendo classificado em durável e não durável.

Por produto móvel ou imóvel, Densa (2014) entende que, móveis são os suscetíveis de movimento próprio, ou de remoção por força alheia, por exemplo, uma televisão ou um sofá. Imóvel, são os bens que não podem ser removidos de lugar sem ocasionar sua destruição.

De acordo com Densa, (2014, p. 29) “os bens suscetíveis de movimento próprio são bens semoventes, que também podem ser objeto da relação de consumo assim um cão pode ser objeto de uma relação jurídica de consumo”.

Os animais também são considerados objetos, assim o consumidor pode reclamar os seus direitos com base no Código de Defesa do Consumidor, caso ocorra algum problema na relação de consumo.

Bens materiais para Nunes (2013) são aqueles que o ser humano pode pegar, por possuir forma física, por exemplo, carro, moto, caderno ou borracha. Já os bens imateriais, não detém forma física, o homem não pode pegar, por exemplo, as atividades bancárias.

O produto durável, conforme Barros (2011), não se extingue com o uso, no entanto nenhum objeto será eterno, com o tempo ou até mesmo a forma que o consumidor utiliza o bem, acarretará o seu desgaste. Produto não durável é aquele que



após o seu uso não existira ou poderá acabar aos poucos com o seu uso como exemplo os alimentos, cosméticos etc.

Na visão de Nunes, (2014, p. 143) “a amostra grátis diz respeito não só ao produto, mas também ao serviço, posto que é sanção imposta ao fornecedor que descumpra as regras estabelecidas”.

O produto entregue ao consumidor, como amostra grátis está subordinado as normas do Código de Defesa do Consumidor, assim o fornecedor que entregar algum objeto ao indivíduo que venha a causar algum dano, à vida, saúde e segurança, deve o mesmo ser indenizado.

Serviço é qualquer atividade, prestada e fornecida no mercado de consumo, alguns exemplos são, serviço de limpeza, hospedagem, energia etc. O de natureza bancaria não faz parte do rol do art.3º, sendo regido pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). (NUNES, 2013).

Às vezes pode acontecer de o consumidor, comprar algum produto ou serviço, e esse vim com vício ou defeito. A responsabilidade por fato encontra-se prevista nos artigos 12 a 17 do Código de Defesa do Consumidor, enquanto a por vício está prevista nos artigos 18 a 25.

Como estabelece Moraes (2002), O defeito compromete a segurança do produto ou serviço, podendo causar algum dano mais sério à vida e a saúde do consumidor, já o vício, é um defeito também, sendo considerado menos gravoso para o indivíduo, por exemplo, uma batedeira que não funciona, não vai acarretar um prejuízo tão complexo para quem adquire a mesma.

Como foram esclarecidos, os elementos para constituir uma relação jurídica de consumo, que são o consumidor, o fornecedor, o produto e o serviço. Diante disso, no próximo tópico serão abordados os direitos e garantias do consumidor.



3 DIREITOS DO CONSUMIDOR NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

3.1. Vulnerabilidade e hipossuficiência

Ao longo da história, verificou-se que o consumidor por ser parte mais vulnerável da relação de consumo, é a parte fragilizada, necessitando de amparo e segurança jurídica, que se encontra demonstrada na legislação brasileira por meio da própria Constituição Federal e do Código de Defesa do Consumidor (NETO, 2012).

Segundo Marques, Benjamin e Mirage (2003), Vulnerabilidade e hipossuficiência têm realidades distintas, nem todo consumidor pode ser considerado hipossuficiente, mas sempre será vulnerável, dentro de uma relação jurídica de consumo.

A vulnerabilidade segundo Moraes (2002), divide-se em técnica, acontece quando o consumidor não possui conhecimento a respeito do objeto que está comprando, ficando sujeito às condições do mercado de consumo, tendo como amparo apenas a boa-fé por parte do fornecedor.

Segundo Densa, (2014, p. 16) “vulnerabilidade jurídica reconhece o legislador que o consumidor não possui conhecimentos jurídicos, de contabilidade ou de economia para esclarecimento, por exemplo, do contrato que esta assinando”.

Vulnerabilidade jurídica é a falta de entendimento do consumidor com relação aos seus direitos dentro da relação de consumo, tendo dificuldades na área administrativa que é a Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON) ou na esfera judicial.

Vulnerabilidade fática, para Nunes (2013), baseia-se nas condições financeiras do consumidor por ser considerado a parte mais fraca, não tem as mesmas condições financeiras do fornecedor, sendo no caso o detentor do poder econômico.

Fala-se em uma quarta espécie de vulnerabilidade a informacional que segundo Marques, Benjamin e Mirage (2003), ocorrendo à falta de informação na venda de algum produto ou serviço, a relação de consumo fica fragilizada.



Hipossuficiência, para Nunes (2013) não se refere apenas a condição financeira do adquirente, é também a falta de capacidade de produzir provas a seu favor, quando for instaurada a fase do procedimento administrativo.

Na visão de Nunes, (2014, p. 102) “o reconhecimento da fragilidade do consumidor no mercado esta ligada a sua hipossuficiência técnica, ele não participa do ciclo de produção, não controlando aquilo o que compra de produto e serviços”.

A fragilidade do consumidor, surge a partir da hipossuficiência técnica, por o mesmo não participar da fabricação dos produtos, assim não sabe como o objeto foi elaborado, tendo que confiar na palavra do fornecedor, que em muitos casos engana o cliente.

3.2 Direitos do consumidor no art. 6º do CDC

Os direitos básicos do consumidor estão estabelecidos no art. 6º do Código de Defesa do Consumidor, garantindo a proteção à vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços, considerados perigosos ou nocivos. Para Barros (2011), são direitos inalienáveis e indisponíveis que o consumidor não pode se desfazer.

A educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, assegurados à liberdade de escolha e a igualdade nas contratações, é de dever do fornecedor informar ao consumidor a respeito dos objetos que estejam expostos no mercado de consumo, segundo Moraes (2002) essa prática faz com que se evite danos ao cliente.

A publicidade é o meio pelo qual os fornecedores de produtos e serviços, conseguem atrair os consumidores e assim conseguir atingir o que se espera em relação às vendas, obtendo o lucro esperado. Contudo, algumas publicidades podem ser abusivas ou enganosas.

É direito do consumidor, a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas



abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços, assim afastando qualquer tipo de contratação tendenciosa entre o fornecedor e o devedor (MORAES, 2002).

Na publicidade enganosa, o conteúdo que o fornecedor passa, contém falsas informações, levando, assim, o consumidor a erro, já a publicidade abusiva incentiva à prática de violência e afronta a moral, a ética e os bons costumes. (DENSA, 2014).

Ocorrerá modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas, para o consumidor, devendo esse procura ajuda nos órgãos, que prestem assistência como a Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON), mesmo que o contrato já tenha sido celebrado entre as partes. (BARROS, 2011)

A efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos, são definidos por Densa (2014, p. 46) como:

O fornecedor deve respeitar as regras estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor, sobretudo no que diz respeito à boa-fé, direito à informação e proteção à saúde e segurança dos consumidores, para que haja a prevenção de danos aos consumidores. Assim, a informação correta sobre a utilização do produto e a não inserção no mercado de consumo de produtos perigosos são exemplos de prevenção que devem ser obedecidos pelos fornecedores.

É dever do fornecedor informa o consumidor com clareza, a respeito dos produtos e serviços colocados no mercado de consumo para evitar danos à vida do indivíduo.

Segundo Densa (2014, p. 46), “a reparação de perdas e danos dos consumidores deve ser efetiva, não havendo que se falar em indenização tarifada, destarte, as cláusulas contratuais que estabeleçam valores limitados de indenização”.



A reparação do dano material é fundamental para manter a relação jurídica de consumo equilibrada entre o fornecedor e o consumidor, evitando abuso em relação às garantias do indivíduo.

O acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos assegurados à proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados, como bem menciona Barros (2011), o consumidor tem meios como a Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON) e o poder judiciário para garantir a proteção dos seus direitos.

O consumidor tem a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral, a mesma informação serve para as pessoas que tem algum tipo de deficiência.

Como demonstrado acima, o individuo tem direito a inversão do ônus da prova a seu favor, segundo Moraes (2002), resta ao fornecedor comprovar os fatos alegados pelo consumidor. Quando tratando da hipossuficiência não será aplicada toda vez, vai depender do caso concreto.

A criação de Varas Especializadas e Juizados Especiais, também garantem a proteção do consumidor na relação jurídica de consumo, Densa (2014, p. 40). Afirma que:

Os Juizados Especiais Cíveis (Lei nº 9.099/95) têm-se mostrado excelente maneira de solução de conflitos de menor complexidade advindas das relações de consumo (até 40 salários-mínimos). Ademias, o consumidor, pessoa, física, poderá demandar no juizado especial, sem a presença de advogado, nas causas com valor até 20 (vinte) salários-mínimos, o que facilita o acesso à justiça e eficácia dos direitos atribuídos ao consumidor.

As demandas que envolvem relação de consumo têm crescido bastante, surgindo à necessidade de criação de Varas e Juizados Especiais que comportem a



demanda. Dependendo do valor da causa o consumidor não precisa do auxílio de um advogado.

Todos esses direitos, estabelecidos no art. 6º do Código de Defesa do consumidor, servem para garantir a proteção do indivíduo dentro de uma relação jurídica de consumo, tanto em um estabelecimento físico como na loja virtual. No próximo tópico, será abordado como se deu a origem do comércio eletrônico que esta sempre evoluindo.

4 COMÉRCIO ELETRÔNICO DA SUA ORIGEM AOS DIAS ATUAIS

4.1. Origem do comércio eletrônico

O comércio eletrônico surgiu através da internet, que iniciou nos anos 60 sendo criada pelo governo Norte-Americano, com o fim de obter uma forma segura de comunicação em caso de surgimento de alguma guerra. Foi a partir dos anos 90 que começou o meio de comércio na rede de computadores, tendo um crescimento bastante considerável, para as transações já existentes, como por exemplo, a compra e venda em uma loja física. (MAIA, 2003).

Na visão de Maia (2003, p. 49). “A internet, tinha por objeto a elaboração de um sistema de telecomunicações, capaz de resistir sem interrupções a um conflito armado”.

A internet deixou de ser apenas utilizada como uma forma de defesa contra conflitos e passou a crescer, para servir entre outras finalidades, como meio de comercialização. A transação é feita através de meios eletrônicos como, computadores, tablets e outros meios de tecnologia, onde são reunidos nesse ambiente, empresas, produtos e pessoas.

Algumas empresas de grande porte criaram uma proteção para o consumidor no comércio eletrônico, segundo Blum (2001), cujo nome é “internet segura”, uma campanha feita para garantir a confiança do indivíduo.



Segundo Rover (2000, p. 61) “existem duas modalidades de comércio eletrônico, o indireto a encomenda eletrônica deve ser entregue fisicamente e o direto que consiste na encomenda, pagamento e entrega de bens incorpóreos”.

O comércio eletrônico na modalidade indireta, os produtos devem ser entregues ao consumidor pessoalmente, por exemplo, transportadoras e correios. O direto o indivíduo ao efetuar o pagamento do bem incorpóreo, irá recebê-lo imediatamente, por exemplo, jogos virtuais, livros eletrônicos etc.

4.2.Crescimento do comércio eletrônico

Dos anos de 2001 a 2015, o faturamento do ambiente virtual apresentou crescimento acelerado. A tendência é que o mercado continue se ampliando. Ao longo de 2015, foram realizadas compras por 39,1 milhões de consumidores. Totalizando 106,2 milhões de pedidos (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, 2016).

Devido a crescente busca, das empresas para alcançar o sucesso, o comércio eletrônico se tornou um meio muito importante para trazer mais clientes, melhorando a qualidade nas vendas e no lucro. Essa estratégia é considerada ótima para avançar além do mercado, adquirindo e conhecendo cada vez mais os seus clientes e podendo oferecer aquilo o que o consumidor necessita. (ROVER, 2000).

A relação de consumo praticada na internet deverá ter a mesma confiança, segurança e informação contida na compra e venda em uma loja física.

No ano de 2000 ocorreu o V congresso Brasileiro de Direito do Consumidor, em Belo Horizonte, onde se debateu a inclusão de normas do Código de Defesa do Consumidor para proteger o cliente do ambiente virtual. Devendo receber a mesma proteção se fosse adquirir algum produto ou serviço em uma loja física.

Segundo Blum (2001, p. 2000) “tecnicamente, o contrato via internet, é um contrato entre ausentes e será válido se respeitar os requisitos básicos para a existência de qualquer contrato”.



Com o crescimento do comércio eletrônico, surgiu a necessidade de garantir uma proteção entre as partes, vindo o contrato virtual suprir a necessidade. O contrato é definido entre ausentes, devendo conter alguns requisitos de validade como, por exemplo, que tenha duas ou mais pessoas, vontade livre e espontânea entre as partes, capacidade civil, objeto lícito, por fim respeitar as formalidades da lei.

Para a maior segurança do consumidor, deve o mesmo passar o mínimo de dados possíveis para o fornecedor como, por exemplo, o endereço para entrega do produto ou serviço, nome do indivíduo, e-mail, caso utilize o cartão de crédito os dados do mesmo.

O consumidor, que utiliza uma loja virtual para realizar suas compras, tem mais conforto, não precisa sair de casa, pode encontrar produtos ou serviços com preços mais acessíveis, variados e diferenciados, podendo acessar a rede a qualquer hora que desejar.

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

5.1 PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO ELETRÔNICO E A RESOLUÇÃO DOS CONFLITOS NO PROCON UNIFAVIP-DeVry.

A pesquisa foi realizada no Núcleo de Práticas Jurídicas (NPJ), da UNIFAVIP DeVry, que oferece diversos tipos de atendimentos à comunidade, como cível, penal e mediação de conflitos. O Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON) é um órgão criado pelo Estado. Densa (2014) explica que este programa é o responsável por ajudar a mediar os conflitos entre os fornecedores de produtos e serviços e os consumidores.

Assim, o intuito do Estado foi criar um órgão que auxilie o consumidor sobre seus direitos, para que não seja prejudicado na relação de consumo. Tendo como base o Código de Defesa do Consumidor na resolução de conflitos.



O PROCON UNIFAVIP-DeVry, é formado por cabines, salas para reuniões, assistente jurídico, professores e alunos que prestam atendimento ao consumidor. É realizado no estabelecimento atividades, como aconselhar os consumidores e fornecedores a respeito de produtos e serviços, audiências para tentar algum acordo entre as partes envolvidas, conciliação e acompanhar procedimentos administrativos.

O atendimento no PROCON passa por algumas fases como a de simples consulta, que serve para as dúvidas do consumidor a respeito de produtos e serviços, sem precisar entrar com uma ação judicial. Na fase preliminar o PROCON vai tentar resolver o problema com o fornecedor.

A próxima fase é a Carta de Informações Preliminares (C.I.P), que é enviada ao fornecedor solicitando providências quando o PROCON não consegue o compromisso que se espera no atendimento da solicitação. O documento trás a questão de solicitação de providências, bem como esclarecimentos sobre as razões da resistência em atender as normas que amparam o consumidor.

Não atendida a etapa da C.I.P, o PROCON poderá passar para uma nova fase que é a instauração de um processo administrativo contra o fornecedor de produtos e serviços.

5.2 Dados coletados

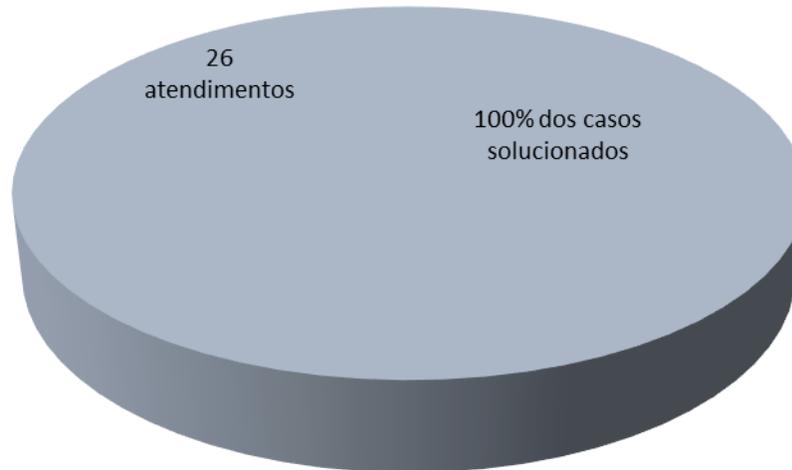
Dados importantes foram coletados, no período de 01/01/2017 a 30/10/2017. No que se refere à quantidade de casos atendidos e solucionados do comércio eletrônico. Conforme dados fornecidos pelo PROCON UNIFAVIP-DeVry.

O gráfico abaixo demonstra o percentual de atendimentos, realizados no PROCON UNIFAVIP-DeVry, a respeito do comércio eletrônico que foram solucionados na fase preliminar.

Gráfico 1-Percentual de casos do comércio eletrônico no período de 01/01/2017 a 30/10/2017.



Atendimento Preliminar



Fonte: Elaboração própria.

Segundo dados coletados no PROCON UNIFAVIP-DeVry, de janeiro a novembro de 2017, o número de atendimentos realizados foram de 26 casos de comércio eletrônico.

O PROCON, como órgão do Estado tem legitimidade para garantir a proteção do consumidor, segundo Tartuce, Neves (2014). Observando os dados no gráfico acima, o PROCON UNIFAVIP, onde foi realizada a pesquisa, demonstra que cumpriu seu dever de maneira adequada. Prevenindo o indivíduo do comércio eletrônico de sofrer algum tipo de prejuízo por parte do fornecedor.

Segundo Nunes, (2013, p. 170) “haverá relação jurídica de consumo sempre que se puder identificar num dos polos da relação o consumidor, no outro o fornecedor, ambos transacionando produtos e serviço”.



Para ocorrer à relação jurídica de consumo deve existir a livre vontade entre as partes além do consumidor, fornecedor, produto e serviço. E por fim ambas as partes devem cumprir com o que se dispuseram no acordo contratual sem ocasionar prejuízos.

Caso o acordo celebrado ocasione algum prejuízo para o contratante o mesmo deve procurar seus direitos perante os órgãos competentes. Como foi observado na pesquisa dos 26 casos atendidos todos foram resolvidos, trazendo assim uma confiança para o consumidor a respeito do PROCON UNIFAVIP-DeVry, por entrar em acordo com o fornecedor, sem o indivíduo sair prejudicado por ser a parte mais frágil da relação de consumo.

O comércio eletrônico é uma maneira prática e rápida de realizar compras, segundo Rover (2000), mais nem todas as pessoas confiam nesse tipo de transação comercial. Por acharem que não existe uma proteção adequada, caso ocorra algum problema com a empresa fornecedora de produto ou serviço.

Alguns dos problemas frequentes do ambiente virtual é a perda do prazo de entrega por parte do fornecedor, ocorrendo um grande prejuízo para o consumidor, à venda de produto que não esteja disponível na loja virtual, lojas fictícias etc.

Com esta pesquisa, o consumidor pode sentir segurança ao realizar alguma compra no meio de comércio eletrônico. O PROCON UNIFAVIP-DeVry, como demonstra o gráfico acima tem 100% dos casos solucionados.

A tabela 1 a seguir demonstra a quantidade de casos atendidos e resolvidos por mês com a data da inclusão e da baixa dos atendimentos do comércio eletrônico.

Tabela 1: quantidade de casos atendidos e resolvidos por mês



	ISSN nº 2359-0106		Vol. 5, n. 1, 2018.	
	CASOS ATENDIDOS	CASOS SOLUCIONADOS	INCLUSÃO	DT BAIXA
JANEIRO				
FEVEREIRO	2	2	24/02/2017 24/02/2017	24/02/2017 24/02/2017
MARÇO	3	3	17/03/2017 17/03/2017 21/03/2017	17/03/2017 17/03/2017 21/03/2017
ABRIL				
MAIO	5	5	03/05/2017 09/05/2017 16/05/2017 23/05/2017 31/05/2017	03/05/2017 09/05/2017 16/05/2017 23/05/2017 31/05/2017
JUNHO	4	4	14/06/2017 19/06/2017 19/06/2017 19/06/2017	14/06/2017 19/06/2017 19/06/2017 19/06/2017
JULHO	3	3	10/07/2017 12/07/2017 18/07/2017	10/07/2017 12/07/2017 18/07/2017
AGOSTO	3	3	01/08/2017 04/08/2017 08/08/2017	01/08/2017 04/08/2017 08/08/2017
SETEMBRO	3	3	11/09/2017 26/09/2017 29/09/2017	11/09/2017 26/09/2017 29/09/2017
OUTUBRO	3	3	09/10/2017 09/10/2017 25/10/2017	09/10/2017 09/10/2017 25/10/2017

Fonte: Elaboração própria.

A tabela acima demonstra a quantidade de casos que foram atendidos por mês obtendo um resultado positivo. Tendo a data da inclusão e da baixa no mesmo dia.



Segundo Densa, (2014, p. 36) “o reconhecimento da vulnerabilidade na relação de consumo reflete, sem dúvida, a principal razão de toda a proteção e defesa do consumidor que é a parte mais frágil da relação de consumo”.

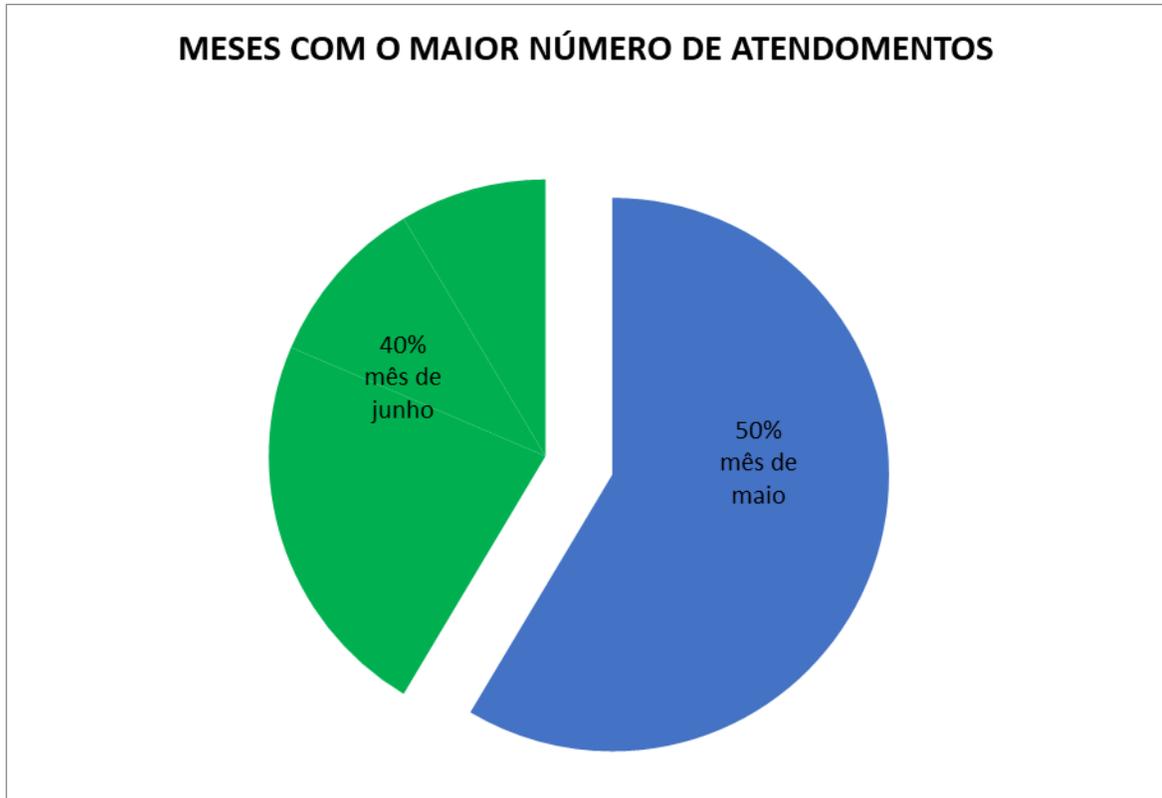
O princípio da vulnerabilidade mostra de maneira clara que o consumidor não tem a capacidade financeira de arcar com uma demanda frente ao fornecedor por não possuir o mesmo capital financeiro.

O princípio da hipossuficiência, segundo Nunes (2013) é aquele que vai além do conceito de pobre, aplicável em casos da justiça gratuita pela ordem judiciária observando caso a caso, no PROCON UNIFAVIP-DeVry não foi necessário observar tal princípio pelo fato de que os casos foram resolvidos preliminarmente, sem ser necessário passar pra a fase do procedimento administrativo que é a judiciária.

Na tabela, o princípio da vulnerabilidade do consumidor foi respeitado, os indivíduos que recorreram ao PROCON UNIFAVIP-DeVry tiveram seus casos solucionados de maneira rápida e eficaz tendo como comprovação a data da inclusão e da data baixa da demanda, no mesmo dia.

O PROCON UNIFAVIP-DeVry observando a tabela, garantiu a proteção aos direitos estabelecidos no art. 6º do Código de Defesa do Consumidor incentivando a proteção à segurança, efetiva prevenção e reparação de danos, acesso aos órgãos judiciários e administrativos, a facilitação da defesa de seus direitos.

O gráfico abaixo demonstra quais os meses tiveram mais atendimentos de casos de comércio eletrônico no PROCON UNIFAVIP-DeVry.



Fonte: Elaboração própria

Os meses que obterão, os maiores números de atendimentos foram entre maio e junho em relação aos outros meses.

No gráfico acima demonstra os dois meses que ocorreram um número maior de reclamações de compras realizadas no comércio eletrônico. Cinco em maio e quatro em junho. Segundo Rover (2000), não foi respeitado o art. 170 inciso V da Constituição Federal que trás a proteção do consumidor.

Mesmo com um maior nível de atendimentos, o PROCON UNIFAVIP-DeVry conseguiu solucionar os casos na fase preliminar, assim respeitando todos os direitos e princípios do fornecedor como o da boa-fé objetiva, vulnerabilidade e hipossuficiência.

A tabela abaixo demonstra a quantidade de reclamações realizadas pelos consumidores contra os fornecedores no PROCON UNIFAVIP-DeVry.



Tabela 2: quantidade de reclamações realizadas pelos consumidores contra os fornecedores no PROCON UNIFAVIP-DeVry

FORNECEDOR X	3
FORNECEDOR Y	3
OUTROS FORNECEDORES	1

Fonte: Elaboração própria

Nesta pesquisa, não foram registrados os nomes ou qualquer outra maneira de informação que possibilite a identificação das empresas.

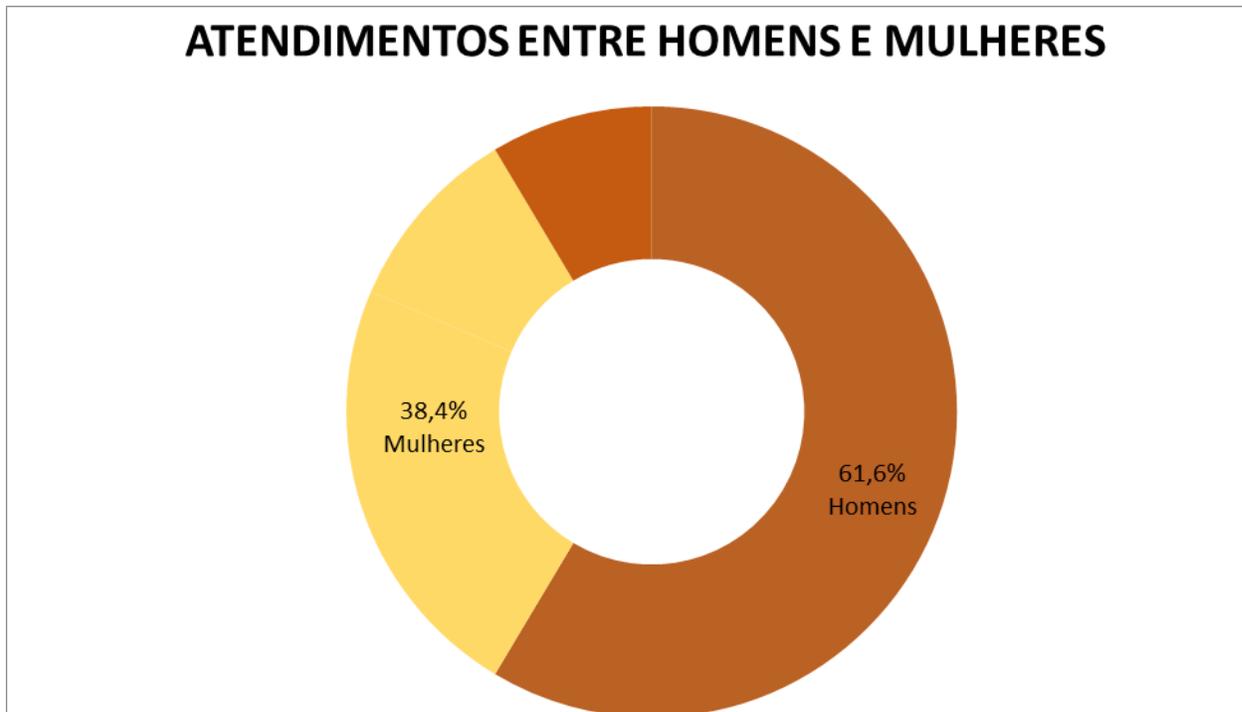
Os consumidores fizeram mais do que uma reclamação contra os fornecedores X e Y, já os outros fornecedores não passaram de uma demanda.

Os fornecedores do grupo X e Y, do gráfico acima não respeitaram os direitos do consumidor, cada um obteve três reclamações, assim ferindo o princípio da boa-fé objetiva que segundo Nunes (2013), trata-se de um dever das partes que participam da relação jurídica de consumo agir de maneira leal, sem frustra as expectativas da outra parte.

Os outros fornecedores, de inicio não respeitaram o princípio da boa-fé objetiva, obtendo uma reclamação cada. Depois que passaram pelo PROCON UNIFAVIP-DeVry, não foi mais alvo de demandas, assim respeitando tal princípio.

O gráfico abaixo demonstra a quantidade de homens e mulheres que foram atendidos no PROCON UNIFAVIP-DeVry.

Dos 26 casos atendidos entre os meses de 01/01/2017 a 30/10/2017 o maior número foi em relação aos homens, que procuraram o PROCON UNIFAVIP-DeVry.



Fonte: Elaboração própria.

Dentre as empresas que os homens realizaram reclamações, no PROCON UNIFAVIP-DeVry, duas tiveram o maior índice de casos, ambas não respeitaram os direitos do consumidor elencados no art. 6º do Código de Defesa do Consumidor, para Barros (2011) o fornecedor ao infringir tais regras, que são inalienáveis e indisponíveis está cometendo uma falta grave.

O gráfico acima demonstra que os homens e mulheres, realizaram compras no comércio eletrônico, ocorre que a oferta de produtos e serviços é extensa e o valor é bastante diversificado, o indivíduo tem vários sites para pesquisar antes de realizar alguma transação comercial.

Por tanta praticidade, valores diferentes e comodidade, segundo Blum (2001) o comércio virtual vai crescer mais a cada dia que passa. Muitas vezes o consumidor não encontra o que deseja em uma loja física, recorrendo ao comércio eletrônico.



A criação de órgãos por parte do Estado, para proteger o consumidor, tem causado um efeito positivo, auxiliando o poder judiciário a resolver os conflitos entre o consumidor e o fornecedor.

Foram criados Juizados Especiais e Varas com especialização, em demandas provenientes da relação de consumo segundo Densa (2014) com o intuito de agilizar e garantir a proteção do consumidor, pela crescente demanda de reclamações.

Os Juizados Especiais recebe causas com valores mínimos, podendo o consumidor no caso entra com uma demanda sem a presença de um advogado. É uma maneira mais rápida e eficiente.

As Varas com especialização em demandas de consumo, os Juizados Especiais e a Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON), garantem uma proteção eficaz ao consumidor, resguardando seus direitos básicos como à vida, saúde, informação, segurança etc.

Com a pesquisa realizada no PROCON UNIFAVIP-DeVry, verificou-se que as garantias do consumidor estabelecidas no art. 6º do Código de Defesa do Consumidor estão sendo preservadas. Causando uma segurança para o indivíduo que for realizar alguma compra no comércio eletrônico.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O comércio eletrônico é um meio de transação que vem evoluindo a cada dia que passa, com isso surge à necessidade de proteger o consumidor desse tipo de comercialização por ser a parte mais frágil da relação de consumo.

A relação de consumo, para ser concretizada, necessita de elementos que são o fornecedor, o consumidor, o produto e os serviços, todos estabelecidos no Código de Defesa do Consumidor nos arts. 2º e 3º, Sem esquecer-se da livre vontade entre as partes para fecha o vínculo obrigacional.



O Estado com o intuito de proteger o indivíduo de maneira efetiva criou estabelecimentos, como o PROCON, que é a sigla da Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor. A principal finalidade do órgão é garantir a mediação de casos entre o fornecedor e o consumidor, que estejam passando por algum tipo de conflito.

O PROCON passa por algumas fases, como a simples consulta, a preliminar, a C.I.P e a abertura de um processo administrativo, que ocorre caso o fornecedor não queira entrar em acordo com o consumidor, instaurado o procedimento, será encaminhado para o Juizado Especial Cível. No qual, o juiz vai observar cada caso para determinar se o sujeito além de vulnerável seja hipossuficiente.

Os direitos estabelecidos no art. 6º são I-proteção da vida, saúde e segurança, II e III-direito a educação e informação, IV-proteção contra prática de publicidade enganosa ou abusiva e práticas comerciais condenáveis, V-modificação e revisão das cláusulas contratuais, VI e VII-prevenção e reparação de danos individuais e coletivos, VIII-facilitação da defesa de seus direitos, X-adequada e eficaz prestação de serviços públicos.

Os produtos e serviços, colocados no mercado de consumo não podem acarretar, nenhum risco à saúde ou segurança do consumidor, assim o fornecedor deve garantir a segurança mínima esperada pelo indivíduo.

A proteção contra riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos contra o consumidor são direitos assegurados e indisponíveis pelo art. 5º da Constituição Federal.

O consumidor tem direito a educação e divulgação sobre o consumo adequado de produtos e serviços, assim assegurando a liberdade de escolha, formando pessoas com capacidade de exercer de maneira livre seus direitos e deveres perante a sociedade.

A inversão do ônus da prova a favor do consumidor está entre os direitos básicos, para garantir o equilíbrio da relação de consumo em decorrência da



vulnerabilidade do consumidor, assim o fornecedor tem a obrigação de prova os fatos modificativos ou extintivos do direito do autor.

Esta pesquisa foi realizada no PROCON UNIFAVIP-DeVry, através de casos de comércio eletrônico, com o intuito de averiguar se os direitos básicos do consumidor no art. 6º estão sendo respeitados. Ao final do processo de avaliação, foi observado que os direitos garantidos ao consumidor elencados no artigo 6º. do Código de Defesa do Consumidor foram respeitados, tendo uma segurança eficaz dentro do órgão. Dos 26 casos, no período de 01/01/2017 a 30/10/2017, todos foram resolvidos, nenhum passou para a fase de abertura de processo administrativo.

Pode-se concluir que o PROCON, órgão criado pelo Estado, é um meio eficaz de garantir a proteção do consumidor quando ocorrer algum conflito dentro da relação jurídica de consumo, no comércio eletrônico, respeitando assim os direitos básicos do indivíduo.

REFERÊNCIAS

BARROS, Flávio Monteiro. **Manual de Direito do Consumidor**. São Paulo: Ridel, 2011.

BLUM, Renato Opice. **Direito Eletrônico: a Internet e os Tribunais**. São Paulo: Edipro, 2001.

BRASIL, Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Brasília, DF: Senado Federal, 1990

_____. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

DENSA, Roberta. **Direito do Consumidor**. 9. ed. São Paulo: Atlas. 2014.

MAIA, Álvaro Marcos Cordeiro. **Disciplina Jurídica dos Contratos Eletrônicos no Direito Brasileiro**. Recife: Nossa Livraria. 2003.

MARQUES, Cláudia Lima. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor: arts. 1º a 74: aspectos materiais**/ Cláudia Lima Marques, Antônio Herman V. Benjamin, Bruno Miragem. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2003.



MORAES, Paulo Válerio Dal Pai. **Código de Defesa Consumerista**. 2. ed. Síntese, 2002.

NETO, Guilherme Fernandes. **Cláusulas, Práticas e Publicidades Abusivas**. São Paulo: Atlas, 2012.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

ROVER, Aires José (org). **Direito, Sociedade e Informática: Limites e perspectivas da vida digital**. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2000.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS — SEBRAE, **Conheça o panorama do e-commerce no Brasil**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/conheca-o-panorama-do-e-commerce-no-brasil,66d975e0dc256510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

TARTUCE, Flávio. NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Método. 2014.