



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
FACULDADE DIREITO

PEDRO BAMBINI CARDOSO SOUZA

OS DESAFIOS INERENTES A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR DIGITAL NA
SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

SÃO PAULO

2022



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO

PEDRO BAMBINI CARDOSO SOUZA

**OS DESAFIOS INERENTES A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR DIGITAL NA
SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA**

Trabalho de Conclusão de Curso como exigência parcial para graduação no curso de Direito, sob orientação do Professor Doutor Marcelo Gomes Sodré.

SÃO PAULO

2022

PEDRO BAMBINI CARDOSO SOUZA

**OS DESAFIOS INERENTES A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR DIGITAL NA
SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA**

Trabalho de Conclusão de
Curso como exigência parcial
para graduação no curso de
Direito, sob orientação do
Professor Doutor Marcelo
Gomes Sodré.

Aprovado em: __/__/__

BANCA EXAMINADORA

Dr. Nome Completo – PUC/SP

Dr. Nome Completo – PUC/SP

Dr. Nome Completo – PUC/SP

DEDICATÓRIA

Aos meus pais, Silvia de Freitas Bambini Cardoso Souza e Carlos Roberto Cardoso Souza, por sempre me apoiarem e me darem todo o suporte necessário para que eu pudesse concluir uma etapa tão importante em minha vida.

Ao meu irmão, Hugo Bambini Cardoso Souza, por estar sempre do meu lado em todas as situações e me ensinar sempre o significado de ter um companheiro para toda a vida.

À minha namorada, Júlia de Souza Torres, por me levantar em meus piores momentos e me dar forças para seguir em frente, sempre me forçando a extrair o melhor de mim.

Aos meus companheiros de apartamento, Arthur Alahmar Bianchin e Vinicius Combacau de Freitas, por estarem sempre do meu lado nesses cinco anos de curso e por me ensinarem o significado do que é ter uma segunda família.

Ao meu tio, José Carlos Cardoso Souza, por sempre me aconselhar e me direcionar quando me sentia perdido no direito.

Aos desembargadores João Baptista Galhardo Júnior, e sua irmã, Sandra Maria Galhardo Esteves, por me abrirem portas no mundo do direito e me passarem ensinamentos que jamais serão esquecidos.

Menções honrosas também para todos os amigos e colegas que fiz durante esses últimos cinco anos da minha vida e que me ajudaram a chegar aonde estou hoje.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos os professores e monitores que me guiaram e me passaram todos os ensinamentos necessários para que eu pudesse concluir o curso de Direito pela Pontifícia Universidade Católica.

Um agradecimento especial para o professor Marcelo Gomes Sodré, orientador deste presente trabalho, o qual me encantou durante as aulas lecionadas na MH e fez o direito do consumidor se destacar perante as demais matérias.

Agradeço à minha família, amigos e minha namorada por me darem forças para conseguir concluir este trabalho.

EPÍGRAFE

“Seja o criador do seu mundo e não apenas um consumidor dele.”

- James Clear

RESUMO

O presente trabalho possui caráter informativo no que tange os desafios inerentes à proteção do consumidor digital na sociedade contemporânea. Desta forma se fez necessário traçar a evolução das relações de consumo até o seu surgimento no Ordenamento Jurídico Brasileiro, enfatizando a aplicabilidade da responsabilidade civil no âmbito nacional e internacional.

Para tanto, foi preciso também, adentrar nos conceitos provenientes do Direito Civil Clássico acerca do conceito da responsabilidade civil subjetiva do fornecedor, comparando-a com a responsabilidade objetiva disposta pelo Código de Defesa do Consumidor, quebrando, assim, os paradigmas estabelecidos pela modernidade jurídica do século XX.

Palavras-chave: consumidor; digital; responsabilidade, fornecedor.

ABSTRACT

The present academic work seeks to contribute to the protection of the digital consumer in contemporary society. Thus, it was necessary to trace the evolution of consumer relations until its emergence in the Brazilian Legal System, emphasizing the applicability of civil liability at the national and international scope.

To do so, it was also necessary to enter the concepts from the Classical Civil Law about the concept of the supplier's subjective civil liability, comparing it with the objective responsibility provided by the Consumer Protection Code, shifting the paradigms established by the legal modernity of the twentieth century.

Key-words: consumer; digital; liability; supplier

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. CONCEITO HISTÓRICO E A EVOLUÇÃO DAS RELAÇÕES DE CONSUMO	10
3. O DIREITO DO CONSUMIDOR NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO.....	12
3.1. A proteção Constitucional do Consumidor Brasileiro.	12
3.2. O Código de Defesa do Consumidor Brasileiro (CDC).....	15
3.2.1.A introdução do Código de Defesa do Consumidor no Ordenamento Jurídico Brasileiro.	15
3.2.2.Principais aspectos do Código de Defesa do Consumidor	17
4. O DIREITO DO CONSUMIDOR NA ERA DIGITAL	21
4.1. Introdução	21
4.2. O “Consentimento” do consumidor digital.	23
5. A RESPONSABILIDADE CIVIL DO FORNECEDOR DIGITAL	25
5.1. Introdução	25
5.2. Breve resumo sobre o conceito de Responsabilidade Civil.....	26
5.3. A Responsabilidade Civil no Código do Consumidor Brasileiro	27
5.4. A Responsabilidade do Fornecedor digital Brasileiro perante o Consumidor.	31
5.5. A responsabilidade do fornecedor digital estrangeiro perante o consumidor brasileiro.....	35
6. CONCLUSÃO.	38
7. REFERÊNCIAS.....	39

1. INTRODUÇÃO

As Relações de Consumo se fazem presente na vida do ser humano desde a antiguidade, desde as trocas de produtos, até qualquer outra relação comercial que envolvesse prestação de serviços ou compra e venda de artefatos.

Assim, com a ascensão da população nos grandes centros urbanos, foi necessário que o Estado controlador destes territórios intervisse nestas relações para determinar as regras e princípios de como estas relações deveriam ser conduzidas, tendo o Código de Hamurabi (2.300 a.C) como um dos pioneiros a buscar esta regulamentação.

Diante disso, a sociedade passou por diversas transformações ao longo do tempo que impactaram diretamente em como se conduziria a evolução destas relações.

Com o passar dos anos, em decorrência da grande população presente nestes centros urbanos, devido ao êxodo rural e a diversos outros fatores que contribuíram para isto, passou-se a ter o que é conhecido como “sociedade de consumo”, na qual se fez necessária uma atenção maior para os problemas inerentes às relações fornecedor-consumidor, visto que restou evidenciada a vulnerabilidade e hipossuficiência do lado consumidor.

Logo, assim, ocorreu a quebra dos paradigmas estabelecidos pelo Direito Civil Clássico, adentrando em um período conhecido como pós-modernidade jurídica, se fazendo necessária a elaboração de uma legislação específica que buscasse tutelar pelos direitos dos consumidores.

Após consolidação do direito do consumidor como matéria específica de direito, houve mais uma drástica mudança no que tange as relações de consumo, sendo esta, desta vez, a Revolução Tecnológica do Século XXI.

Com o advento da internet e sua facilidade no acesso por todas as camadas da sociedade contemporânea, as relações consumeristas atingiram, também, caráter digital/virtual, o que acarretou diversos novos desafios no que se refere a defesa do direito dos consumidores, uma vez que se surgia uma nova modalidade nas relações de consumo.

Além disso, as relações de consumo adquiriram, também, por consequência do mundo globalizado contemporâneo, caráter internacional, o que dificultou ainda mais a regulamentação destes litígios, devido ao conflito normativo de jurisdições de Estados distintos.

Diante disso, o presente trabalho buscou destacar e expor os desafios atuais sobre como se faz a defesa do denominado “consumidor digital”, explicitando os desafios e dificuldades que afligem este determinado grupo em nossa sociedade contemporânea.

2. CONCEITO HISTÓRICO E A EVOLUÇÃO DAS RELAÇÕES DE CONSUMO

As relações de consumo fazem parte da vida dos seres humanos desde sempre, sendo um dos mais antigos meios de sobrevivência utilizado pelos povos antigos, por mais que fossem trocas de alimentos, por ferramentas para caça, ou até mesmo para plantações.

Com o passar do tempo e com o advento da Revolução Industrial Inglesa, ocorrida entre os séculos XVIII e XIX, a inesperada crescente da população urbana, decorrente do êxodo rural local, fomentou de maneira expressiva o interesse pelo consumo de produtos e serviços que fossem capazes de satisfazer as necessidades materiais dos habitantes locais.

Diante disso, os prestadores de serviço, fabricantes e produtores, em vista da alta demanda causada pelo grande fluxo populacional urbano, preocupando-se com o atendimento dos habitantes, passaram a concentrar mais energia no aspecto quantitativo de seus produtos, deixando para um segundo plano o caráter qualitativo de seus produtos. Logo, devido à esta subsequência de eventos, as relações de consumo passaram a serem dítadas unilateralmente pelos fornecedores, sem participação efetiva do consumidor.

Em decorrência disto, diversos problemas passaram a surgir durante o tempo, tendo em vista que, a parte vulnerável, ou seja, o próprio consumidor, caberia apenas aderir o contrato de adesão de serviços ou adquirir o produto almejado. Desta forma, ao consumidor, restava somente se deparar com produtos e serviços eivados de vícios.

Com a Revolução Tecnológica pós-segunda guerra mundial, o modelo de sociedade de consumo ganhou força, de maneira que, o maquinário decorrente desta tecnologia mais moderna facilitou a produção em larga escala e foi capaz de suprir a alta demanda por produtos e serviços da sociedade. Assim, foi possível atender o objetivo principal da sociedade de consumo, que era o do atendimento da enorme demanda no aspecto quantitativo.

Dito isto, no que tange ao âmbito jurídico, o Direito da época ainda não estava apto a intervir e a proteger a parte vulnerável das relações de consumo. Como exemplo, no Brasil, a legislação aplicável à época era o Código Civil de 1916, o qual tinha como prioridade disciplinar as relações de maneira individualizada, deixando de lado a tutela de relações oriundas da demanda coletiva.

Assim, em decorrência da crescente sociedade de consumo que se formava, se fez necessária uma quebra de paradigma no Direito Civil Clássico, uma vez que o Direito do Consumidor pressupõe normas de ordem pública e de interesse social, impossibilitando as partes de derogarem os direitos dos vulneráveis. Além disso, no modelo do Direito Civil Clássico, o modelo prevalente se pautava na responsabilidade subjetiva, pautada na

comprovação de dolo ou culpa, enquanto o atual Código do Consumidor assume a responsabilidade quase que absoluta objetiva, a qual independe da comprovação de culpa ou dolo.

Logo, em decorrência da incapacidade do direito de zelar pelas relações de consumo à época, fez-se necessária a intervenção estatal para que fosse implementada uma legislação específica e especializada no que se refere a defesa do consumidor. Tal interferência foi de suma importância para que fosse possível diminuir a desigualdade existente entre o fornecedor e o consumidor, considerado o vulnerável da relação.

Considera-se, ainda, para fins de estudo do Direito do Consumidor, a existência de três grandes fatores que revolucionaram a maneira de enxergar as relações consumeristas, devido a sua massiva influência na sociedade, sendo estas: (I) a Revolução Industrial do Aço e do Carvão; (II) a Revolução Tecnológica Pós-Segunda Guerra Mundial; (III) e a Revolução da Informática e da Globalização.

O presente trabalho dará mais enfoque a Revolução da Informática e da Globalização, tendo em vista que as relações de consumo via internet se fazem cada vez mais presentes na vida dos consumidores em território nacional.

3. O DIREITO DO CONSUMIDOR NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO.

3.1. A proteção Constitucional do Consumidor Brasileiro.

A Constituição Federal Brasileira, promulgada em 1988, dois anos antes da elaboração do Código de Defesa do Consumidor Brasileiro, previu, em seus artigos 5º, inciso XXXII ¹, e 170, inciso V ², dois mandamentos em prol da defesa do consumidor.

O primeiro dispositivo supracitado, presente no rol dos direitos fundamentais constitucionais, dispõe sobre o papel do Estado em promover, na forma da lei, a defesa do consumidor. Desta forma, o texto constitucional delegou ao Poder Público o papel de elaboração de políticas públicas e normas para que fosse possível defender a parte vulnerável das relações de consumo em território nacional.

Destarte, a elevação da defesa do consumidor ao patamar de direito fundamental constitucional, atribuiu a máxima importância normativa ao assunto, sendo esta a solução encontrada para tratar sobre uma relação jurídica tão desigual, na qual de um lado encontra-se um consumidor vulnerável, e no outro um fornecedor detentor do monopólio dos meios de produção.

Diante disso, a égide concedida pelo texto constitucional trouxe um significado de imperatividade do Estado em promover a defesa do vulnerável nas relações jurídicas de consumo.

Quanto ao artigo 170, inciso V, localizado no Título VII, fica estabelecido pela Constituição Federal como princípio da ordem econômica e financeira a defesa do consumidor brasileiro. Assim, levantou-se ainda mais o patamar do direito do consumidor, diante de todo o enfoque constitucional dado para as relações de consumo em território nacional.

O referido dispositivo constitucional dispõe a respeito, também, em seu inciso IV, do princípio da livre concorrência no âmbito econômico em território nacional. Cumpre salientar, portanto, que o legislador da liberdade para a exploração de atividades econômicas, desde que tais atividades respeitem os demais princípios da ordem econômica nacional. Para efeito do

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

XXXII — o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”.

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

V — Defesa do consumidor.

estudo do Direito do Consumidor, significa que, por mais livre que seja a exploração de tais atividades, não se admite a violação dos direitos dos consumidores para a consumação desta liberdade.

Tal entendimento se consolidou no Recurso Extraordinário 351.750, o qual estabeleceu que o princípio da defesa do consumidor deverá incidir sobre todo o capítulo da atividade econômica, disposto na Constituição Federal:

EMENTA: RECURSO EXTRAORDINÁRIO. DANOS MORAIS DECORRENTES DE ATRASO OCORRIDO EM VOO INTERNACIONAL. APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. MATÉRIA INFRACONSTITUCIONAL. NÃO CONHECIMENTO. 1. **O princípio da defesa do consumidor se aplica a todo o capítulo constitucional da atividade econômica.** 2. Afastam-se as normas especiais do Código Brasileiro da Aeronáutica e da Convenção de Varsóvia quando implicarem retrocesso social ou vilipêndio aos direitos assegurados pelo Código de Defesa do Consumidor. 3. Não cabe discutir, na instância extraordinária, sobre a correta aplicação do Código de Defesa do Consumidor ou sobre a incidência, no caso concreto, de específicas normas de consumo veiculadas em legislação especial sobre o transporte aéreo internacional. Ofensa indireta à Constituição de República. 4. Recurso não conhecido (RE 351.750/RJ, Rel. p/ Acórdão Ministro Carlos Britto, 1a T., *DJe* 25-9-2009). /

Isto posto, segundo Fabrício Bolzan de Almeida e Pedro Lenza³, a defesa dos direitos do consumidor atua como um contrapeso ao princípio da livre concorrência, tendo em vista que o fornecedor, ao inserir produtos com preços mais acessíveis no mercado, terá de se atentar com a qualidade destes, de modo a se enquadrar no disposto pelas entidades regulamentadoras do setor em que seu produto se enquadra, além da necessidade de respeitar os demais princípios da ordem econômica.

Não obstante, o Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT), em seu artigo 48⁴, delegou ao Congresso Nacional a função de desenvolver e elaborar, dentro de 120 dias da elaboração da Constituição Federal, o Código de Defesa do Consumidor.

Observa-se que, ao conceber o dispositivo supracitado, o legislador decidiu pela elaboração codificada do Direito do Consumidor, e não pela regulamentação através de leis específicas disciplinadoras de assuntos diversos referentes às relações de consumo.

Desta forma, o direito do consumidor passaria a se basear em seu próprio diploma normativo, não se atrelando mais, unicamente, ao Código Civil Brasileiro. Logo, a legislação pátria se voltaria mais as relações de consumo de maneira coletiva, atendendo os interesses

³ **Direito do consumidor esquematizado** / Fabrício Bolzan de Almeida. - Coleção esquematizado® / coordenador Pedro Lenza – 8. ed. – São Paulo: Saraiva Educação, 2020.

⁴ **Ato das Disposições Constitucionais Transitórias: Art. 48.** O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor

públicos, se desvencilhando, assim, dos paradigmas estabelecidos pelo Direito Civil Clássico no que se refere a defesa dos direitos dos consumidores brasileiros.

Isto posto, segundo a renomada processualista, Ada Pellegrini Grinover, e o magistrado, Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin, a opção pela codificação do Direito do Consumidor foi um grande acerto:

“Primeiramente, dá coerência e homogeneidade a um determinado ramo do Direito, possibilitando sua autonomia. De outro, simplifica e clarifica o regramento legal da matéria, favorecendo, de uma maneira geral, os destinatários e os aplicadores da norma”⁵

⁵ GRINOVER, Ada Pellegrini; BENJAMIN, Antônio Herman de V.; FINK, Daniel Roberto; FILOMENO, José Geraldo Brito; NERY JR., Nelson; DENARI, Zelmo. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor*, p. 6-7.

3.2. O Código de Defesa do Consumidor Brasileiro (CDC)

3.2.1. A introdução do Código de Defesa do Consumidor no Ordenamento Jurídico Brasileiro.

O Código de Defesa do Consumidor Brasileiro foi instituído pela Lei nº 8.078 no dia 11 de setembro do ano de 1990, por determinação direta do artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, mencionado anteriormente neste trabalho, tendo como finalidade a proteção da parte hipossuficiente nas relações de consumo.

Para a elaboração do referido diploma normativo, formou-se uma comissão para a formalização de um anteprojeto de lei, a qual era composta por Ada Pellegrini Grinover, Daniel Roberto Fink, José Geraldo Brito Filomeno, Kazuo Watanabe e Zelmo Denari, com intensa colaboração de Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin, Eliana Cáceres, Marcelo Gomes Sodré, Mariângela Sarrubo, Nelson Nery Jr. e Régis Rodrigues Bonvicino⁶.

Vale mencionar que o conteúdo disposto pelo Código de Defesa do Consumidor busca tratar sobre uma norma adaptada à realidade contemporânea da pós-modernidade jurídica, ou seja, período utilizado para simbolizar o rompimento de paradigmas que foram construídos ao longo da modernidade, ocorrido no final do século XX.

Nas palavras do renomado professor universitário e pesquisador, Eduardo Bianca Bittar, a pós-modernidade jurídica significa:

“O estado reflexivo da sociedade ante as suas próprias mazelas, capaz de gerar um revisionismo completo de seu *modus actuandi et faciendi*⁷, especialmente considerada a condição de superação do modelo moderno de organização da vida e da sociedade. Nem só de superação se entende viver a pós-modernidade, pois o revisionismo crítico importa em praticar a escavação dos erros do passado para a preparação de novas condições de vida. A pós-modernidade é menos um estado de coisas, exatamente porque ela é uma condição processante de um amadurecimento social, político, econômico e cultural, que haverá de alargar-se por muitas décadas até a sua consolidação. Ela não encerra a modernidade, pois, em verdade, inaugura sua mescla com os restos da modernidade”⁸

Entende-se, portanto, que a pós-modernidade representa uma revisão dos conceitos implementados pela modernidade, a partir de um redimensionamento das antigas construções impostas. Neste mesmo sentido, segundo Hilton Ferreira Japiassu, ex-professor universitário

⁶ Extraído da obra *Código de Defesa do Consumidor. Comentado pelos autores do Anteprojeto*, de autoria de Ada Pellegrini Grinover e outros (8. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004. p. 1).

⁷ *Modus actuandi et faciendi*: Modo de agir em certas circunstâncias

⁸ BITTAR, Eduardo C. B. *O direito na pós-modernidade*.

da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, a pós-modernidade surge como o renascimento dos ideais banidos e cassados pela modernidade racionalizadora, de modo a defender as paixões, necessidades e aspirações do homem, as quais antes eram racionalmente administradas e manipuladas pela lógica da eficácia econômica que o reduz ao papel de um mero consumidor⁹.

Isto posto, entende-se que o Código Brasileiro de Defesa do Consumidor constitui norma representativa da pós-modernidade jurídica, tendo em vista que reformula alguns conceitos instituídos anteriormente pelo Direito Privado, a exemplo dos contratos, da responsabilidade civil e da prescrição.

⁹ JAPIASSU, Hilton Ferreira. *A crise da razão no ocidente*.

3.2.2. Principais aspectos do Código de Defesa do Consumidor

O Código Brasileiro de Defesa do Consumidor é constituído por diversos princípios que regem seus ditames, sempre buscando como objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo.

Tais princípios são elencados pelos incisos do artigo 4º¹⁰, do referido diploma legal, sendo estes: (i) o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo; (ii) a ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor, seja ela por iniciativa direta, por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas, pela presença do Estado no mercado de consumo ou pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho; (iii) harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores; (iv) educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus

10 Lei nº 8.078/90: Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.

IX - fomento de ações direcionadas à educação financeira e ambiental dos consumidores; (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

X - prevenção e tratamento do superendividamento como forma de evitar a exclusão social do consumidor. (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo; (v) incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo; (vi) coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores; (vii) racionalização e melhoria dos serviços públicos; (viii) estudo constante das modificações do mercado de consumo; (ix) fomento de ações direcionadas à educação financeira e ambiental dos consumidores; (x) prevenção e tratamento do superendividamento como forma de evitar a exclusão social do consumidor.

Dito isto, pode se considerar o Código de Defesa do Consumidor como uma norma principiológica, que busca conferir direitos aos consumidores, considerados os vulneráveis das relações de consumo, e impor deveres aos fornecedores.

Não obstante, em seu artigo 6º¹¹, o legislador dispõe a respeito dos direitos básicos inerentes aos consumidores, tais quais: (i) a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos

11 Lei nº 8.078/90: Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; (Redação dada pela Lei nº 12.741, de 2012) Vigência

IV - 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;

V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

VIII - 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;

IX - (Vetado);

X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

XI - a garantia de práticas de crédito responsável, de educação financeira e de prevenção e tratamento de situações de superendividamento, preservado o mínimo existencial, nos termos da regulamentação, por meio da revisão e da repactuação da dívida, entre outras medidas; (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

XII - a preservação do mínimo existencial, nos termos da regulamentação, na repactuação de dívidas e na concessão de crédito; (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos; (ii) a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações; (iii) a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; (iv) 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; (v) a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas; (vi) a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos; (vii) o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados; (viii) 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; (ix) a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral; (x) a garantia de práticas de crédito responsável, de educação financeira e de prevenção e tratamento de situações de superendividamento, preservado o mínimo existencial, nos termos da regulamentação, por meio da revisão e da repactuação da dívida, entre outras medidas; (xi) a preservação do mínimo existencial, nos termos da regulamentação, na repactuação de dívidas e na concessão de crédito; (xii) a informação acerca dos preços dos produtos por unidade de medida, tal como por quilo, por litro, por metro ou por outra unidade, conforme o caso.

Diante o exposto, resta evidente que o legislador não poupou esforços ao buscar o reequilíbrio da relação jurídica de consumo, tendo em vista sua grande desigualdade. Observa-se, portanto, que se trata de uma tentativa de elevar o consumidor ao patamar do fornecedor nas relações de consumo, de modo a atingir uma igualdade material entre ambos.

XIII - a informação acerca dos preços dos produtos por unidade de medida, tal como por quilo, por litro, por metro ou por outra unidade, conforme o caso. (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

Parágrafo único. A informação de que trata o inciso III do **caput** deste artigo deve ser acessível à pessoa com deficiência, observado o disposto em regulamento. (Incluído pela Lei nº 13.146, de 2015) (Vigência)

No mesmo sentido, a professora, doutora e Diretora da Faculdade de Direito da UFRGS, Cláudia Lima Marques, entende que a igualdade formal não é o suficiente para que as relações de consumo sejam igualitárias, uma vez que se faz necessária a presunção de vulnerabilidade da parte hipossuficiente no direito do consumidor:

“*favor debilis* ¹² é, pois, a superação da ideia — comum no direito civil do século XIX — de que basta a igualdade formal para que todos sejam iguais na sociedade, é o reconhecimento (presunção de vulnerabilidade — veja art. 4o, I, do CDC) de que alguns são mais fortes ou detém posição jurídica mais forte (em alemão, *Machtposition*), detém mais informações, são *experts* ou profissionais, transferem mais facilmente seus riscos e custos profissionais para os outros, reconhecimento de que os ‘outros’ geralmente são leigos, não detém informações sobre os produtos e serviços oferecidos no mercado, não conhecem as técnicas da contratação de massa ou os materiais que compõem os produtos ou a maneira de usar os serviços, são pois mais vulneráveis e vítimas fáceis de abusos” ¹³

Além disso, pode-se entender, a partir da leitura da interpretação do Código de Defesa do Consumidor, que se trata de norma de ordem pública e de interesse social, visto que as decisões e entendimentos proferidos a partir de litígios decorrentes das relações de consumo não se limitaram apenas aos envolvidos.

Isto é, tais decisões possuirão efeito *erga omnes* ¹⁴, assim como ocorre no âmbito dos direitos difusos, coletivos ou individuais homogêneos, de modo a evitar que os demais consumidores, não integrantes do litígio que gerou determinada decisão, pratiquem a mesma conduta nas futuras relações de consumo.

¹² *favor debilis*: proteger a parte débil

¹³ BENJAMIN, Antônio Herman de V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de direito do consumidor*

¹⁴ *Erga Omnes*: expressão em latim que significa "contra todos", "frente a todos" ou "relativamente a"

4. O DIREITO DO CONSUMIDOR NA ERA DIGITAL

4.1. Introdução

Conforme mencionado anteriormente, um grande marco histórico nas relações de consumo foi a Revolução da Informática e da Globalização, o que originou o termo utilizado para catalogar a sociedade contemporânea como “Sociedade da Informação”.

Ou seja, a revolução da informática e da globalização acarretou o desenvolvimento de tecnologias que geraram uma sociedade cuja qual possui como matéria prima a informação. Neste mesmo raciocínio, segundo o PhD em educação com master em comunicação pela Universidade de Stanford, Jorge Wertheim, a sociedade da informação é decorrente de “uma interação complexa em que fatores sociais pré-existentes, a criatividade, o espírito empreendedor, as condições da pesquisa científica afetam o avanço tecnológico e suas aplicações sociais”¹⁵.

Desta forma, o excessivo acesso a informação passa a ser insumo da tecnologia, de maneira que, da mesma forma que pode ser benéfico aos consumidores, devido aos algoritmos que direcionam o mercado digital aos gostos específicos de cada um, pode também ser prejudicial, tendo em vista a detenção de dados pessoais por grandes empresas de seus usuários. Contudo, esta questão já é muito debatida no âmbito do direito, visto que há um evidente desequilíbrio no que tange o acesso a informação entre estas empresas e os consumidores.

Em decorrência disto, esta matéria já vem sendo objeto de diversos projetos legislativos, como por exemplo, a Lei Federal nº 13.709/2018, vulgo Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), promulgada no dia 14 de Agosto de 2018, que tem como objetivo regulamentar o uso de dados pessoais por grandes empresas, de modo que estas os utilizem sempre de boa-fé, sendo observados os princípios dispostos no artigo 6º deste diploma normativo¹⁶, como: (i) o da finalidade; (ii) o da adequação; (iii) o da necessidade; (iv) o do

¹⁵ WERTHEIN, Jorge. A sociedade da informação e seus desafios. *Revista Ciência da Informação*, Brasília, vol. 29, n. 2, p. 71-77, maio/ago. 2000, p. 72.

¹⁶ **Lei Federal nº 13.709/2018:** Art. 6º As atividades de tratamento de dados pessoais deverão observar a boa-fé e os seguintes princípios:
I - finalidade: realização do tratamento para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular, sem possibilidade de tratamento posterior de forma incompatível com essas finalidades;
II - adequação: compatibilidade do tratamento com as finalidades informadas ao titular, de acordo com o contexto do tratamento;

livre acesso; (v) da qualidade dos dados; (vi) o da transparência; (vii) da segurança; (viii) da prevenção; (ix) da não discriminação; (x) e o da responsabilização e prestação de contas.

Diante o exposto, na sociedade tecnológica contemporânea, em decorrência da vasta diversidade de websites e lojas virtuais, o desafio de fiscalização e da busca pela proteção de todos os consumidores se faz cada vez mais recorrente.

III - necessidade: limitação do tratamento ao mínimo necessário para a realização de suas finalidades, com abrangência dos dados pertinentes, proporcionais e não excessivos em relação às finalidades do tratamento de dados;

IV - livre acesso: garantia, aos titulares, de consulta facilitada e gratuita sobre a forma e a duração do tratamento, bem como sobre a integralidade de seus dados pessoais;

V - qualidade dos dados: garantia, aos titulares, de exatidão, clareza, relevância e atualização dos dados, de acordo com a necessidade e para o cumprimento da finalidade de seu tratamento;

VI - transparência: garantia, aos titulares, de informações claras, precisas e facilmente acessíveis sobre a realização do tratamento e os respectivos agentes de tratamento, observados os segredos comercial e industrial;

VII - segurança: utilização de medidas técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou difusão;

VIII - prevenção: adoção de medidas para prevenir a ocorrência de danos em virtude do tratamento de dados pessoais;

IX - não discriminação: impossibilidade de realização do tratamento para fins discriminatórios ilícitos ou abusivos;

X - responsabilização e prestação de contas: demonstração, pelo agente, da adoção de medidas eficazes e capazes de comprovar a observância e o cumprimento das normas de proteção de dados pessoais e, inclusive, da eficácia dessas medidas.

4.2. O “Consentimento” do consumidor digital.

Um dos grandes desafios do direito do consumidor digital é o do aceite e do consentimento dos consumidores que acessam plataformas digitais, sejam elas de comércio eletrônico ou não. Grande parte dos endereços eletrônicos atuais oferecem ao consumidor, no momento em que este acessa a plataforma, a possibilidade de aceitar os “termos e condições” necessárias para acessar este site, além de, em alguns casos, tratarem sobre aceite de “cookies”.

Neste sentido, a Lei Geral de Proteção de Dados prevê que, ao aceitar os termos e condições propostos pelo fornecedor digital, o consumidor está consentindo com a utilização de seus dados e demais informações pelo fornecedor, visto que se trata de uma manifestação livre, informada e inequívoca do consumidor que aceitar determinadas condições. Ainda assim, os artigos 7º, I ¹⁷, e 8º ¹⁸, da LGPD, estabelecem que o tratamento de dados pessoais somente poderá ser realizado por meio do consentimento do titular, de modo que deverá ser firmado por escrito ou por qualquer outro meio que manifeste sua decisão.

Fato é que, em grande parte das vezes, o consumidor, ao acessar estas plataformas, aceita estes termos e condições sem ao menos se atentar sobre o que se tratava, sem entender que acaba de conceder à empresa, titular daquela plataforma, o uso de alguns dados pessoais que serão utilizados para filtrar preferências pessoais e para que a plataforma trace estratégias de mercado para atingir este usuário.

Desta maneira, entende-se que o aceite dos termos e condições pelos usuários, muitas das vezes, não decorre de uma manifestação livre, informada e inequívoca dos consumidores.

17 Lei nº 13.709/18: Art. 7º O tratamento de dados pessoais somente poderá ser realizado nas seguintes hipóteses:

I - mediante o fornecimento de consentimento pelo titular;

18 Lei nº 13.709/18: Art. 8º O consentimento previsto no inciso I do art. 7º desta Lei deverá ser fornecido por escrito ou por outro meio que demonstre a manifestação de vontade do titular.

§ 1º Caso o consentimento seja fornecido por escrito, esse deverá constar de cláusula destacada das demais cláusulas contratuais.

§ 2º Cabe ao controlador o ônus da prova de que o consentimento foi obtido em conformidade com o disposto nesta Lei.

§ 3º É vedado o tratamento de dados pessoais mediante vício de consentimento.

§ 4º O consentimento deverá referir-se a finalidades determinadas, e as autorizações genéricas para o tratamento de dados pessoais serão nulas.

§ 5º O consentimento pode ser revogado a qualquer momento mediante manifestação expressa do titular, por procedimento gratuito e facilitado, ratificados os tratamentos realizados sob amparo do consentimento anteriormente manifestado enquanto não houver requerimento de eliminação, nos termos do inciso VI do caput do art. 18 desta Lei.

§ 6º Em caso de alteração de informação referida nos incisos I, II, III ou V do art. 9º desta Lei, o controlador deverá informar ao titular, com destaque de forma específica do teor das alterações, podendo o titular, nos casos em que o seu consentimento é exigido, revogá-lo caso discorde da alteração.

Isto se dá, principalmente, pela maneira que este “contrato de adesão” é oferecido ao consumidor.

Ou seja, por mais que a LGPD tenha como fundamento a defesa do consumidor ¹⁹, esta se mostra omissa e até prejudicial ao não especificar como os termos e condições de uma plataforma digital deve se apresentar para os usuários, uma vez que muitos destes não têm consciência do que realmente significa o aceite destes cookies, termos e condições.

Isto posto, se mostra mais do que evidente que a defesa do consumidor digital vai além da defesa do consumidor tradicional, tendo em vista que o meio virtual apresenta diversos desafios que não estão presentes em relações de consumo realizadas de maneira presencial e física.

19 Lei Federal nº 13.709/2018: Art. 2º A disciplina da proteção de dados pessoais tem como fundamentos:
VI - a livre iniciativa, a livre concorrência e a **defesa do consumidor**;

5. A RESPONSABILIDADE CIVIL DO FORNECEDOR DIGITAL

5.1. Introdução

Antes de destrinchar os aspectos da responsabilidade civil do fornecedor digital, se faz necessário salientar que a modalidade de comércio virtual, como conhecida atualmente, está sujeita a inúmeras modalidades de fraude, seja por vícios no produto ou serviço que está sendo oferecido, ou qualquer outro meio que o fornecedor possa obter vantagem sobre o consumidor.

Diante da ocorrência de diversos casos que tratavam sobre consumidores lesados por relações de consumo provenientes do comércio eletrônico, foi elaborado o Decreto nº 7.962, no dia 15 de março de 2013, com o intuito de complementar o Código do Consumidor, dispendo sobre os moldes a serem seguidos para contratação de produtos e serviços por meio do comércio eletrônico em território nacional.

Desta forma, restou-se evidente que, mesmo possuindo características distintas, configura-se o comércio eletrônico como uma relação de consumo. Ou seja, uma relação de consumo eletrônica também será regida pelo Código de Defesa do Consumidor, assim como qualquer outra relação consumerista.

Logo, a responsabilidade civil dos fornecedores nas relações tradicionais de consumo também se aplicará aos fornecedores digitais, de modo adaptado para atender as peculiaridades deste tipo específico de relação.

5.2. Breve resumo sobre o conceito de Responsabilidade Civil

Segundo a ilustríssima professora, Maria Helena Diniz, o conceito de responsabilidade civil pode ser entendido como:

A aplicação de medidas que obriguem alguém a reparar dano moral ou patrimonial causado a terceiros em razão de ato do próprio imputado, de pessoa por quem ele responde, ou de fato de coisa ou animal sob sua guarda ou, ainda, de simples imposição legal. Definição esta que guarda, em sua estrutura, a ideia da culpa quando se cogita da existência de ilícito (responsabilidade subjetiva), e a do risco, ou seja, da responsabilidade sem culpa (responsabilidade objetiva) ²⁰.

O Código Civil Brasileiro destinou o título IX de seu diploma para disciplinar sobre o referido tema, de maneira que inaugura este título com o artigo 927 ²¹, o qual define que aquele que causar dano a outrem, ficará obrigado a repará-lo, independente de culpa, nos casos previstos em lei ou quando a atividade desenvolvida pelo autor implicar em riscos para a outra parte.

Nestes termos, o professor, árbitro, escritor e desembargador, Carlos Roberto Gonçalves²², entende como um dos pressupostos da responsabilidade civil a violação do preceito jurídico e a perda, havendo, assim, um compromisso originário constitucional que gera um dever legal de indenizar o prejuízo causado a outrem.

Ou seja, em resumo, responsabilidade civil se refere ao dever de reparação de um sujeito ativo que lesar um bem jurídico a outrem. Tal instituto se faz excessivamente presente em relações de compra e venda disciplinadas pelo Código Civil, além de possuir grande papel, também nas relações de consumo, as quais serão fundamentadas adiante.

20 DINIZ, Maria Helena. Curso de direito civil brasileiro: **responsabilidade civil**. 24. ed. São Paulo: Saraiva, 2010, p. 34.

21 Código Civil Brasileiro: Art. 927. Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo. Parágrafo único. Haverá obrigação de reparar o dano, independentemente de culpa, nos casos especificados em lei, ou quando a atividade normalmente desenvolvida pelo autor do dano implicar, por sua natureza, risco para os direitos de outrem.

22 GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito civil brasileiro: responsabilidade civil**. 9. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

5.3. A Responsabilidade Civil no Código do Consumidor Brasileiro

Diferentemente da responsabilidade civil disciplinada pelo Código Civil, o Código de Defesa do Consumidor entende que a responsabilidade do fornecedor nas relações de consumo é objetiva. Isto é, independe de comprovação de dolo ou de culpa, tendo em vista que a principiologia toda deste diploma se volta para a proteção da parte hipossuficiente nas relações de consumo.

A adoção de tal modalidade de responsabilidade se dá devido ao fato de que, segundo Pedro Lenza e Fabrício Bolzan de Almeida, não faria sentido que o Código de Defesa do Consumidor se pautasse em uma responsabilidade que dependesse da comprovação de dolo ou culpa, ou seja, subjetiva, visto que entende-se que a relação jurídica de consumo é marcada pela desigualdade, uma vez que de um lado tem-se o fornecedor, detentor do monopólio dos meios de produção, e de outro, o consumidor vulnerável, débil no mercado de consumo²³.

Neste sentido, o CDC, em seu artigo 12, define que o fornecedor de produtos deverá responder pela reparação dos danos causados aos consumidores decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, além da falta de informações suficientes ou adequadas sobre sua utilização e riscos, independentemente da existência de culpa²⁴.

Além disso, o artigo 14 deste mesmo diploma normativo expõe a modalidade da responsabilidade objetiva do fornecedor de serviços nas relações de consumo ao disciplinar

²³ Direito do consumidor esquematizado / Fabrício Bolzan de Almeida. - Coleção esquematizado® / coordenador Pedro Lenza – 8. ed. – São Paulo : Saraiva Educação, 2020.

24 Código de Defesa do Consumidor: Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

§ 1º O produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

I - sua apresentação;

II - o uso e os riscos que razoavelmente dele se esperam;

III - a época em que foi colocado em circulação.

§ 2º O produto não é considerado defeituoso pelo fato de outro de melhor qualidade ter sido colocado no mercado.

§ 3º O fabricante, o construtor, o produtor ou importador só não será responsabilizado quando provar:

I - que não colocou o produto no mercado;

II - que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexiste;

III - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

que este deverá responder, independente da existência de culpa, pela reparação de danos causados pela prestação de seus serviços, em adição a informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos²⁵.

Entende-se, portanto, por fornecedor, não apenas aquele que participa das relações de consumo apenas por fornecer produtos, mas também aquele fornece serviços. Logo, a modalidade da responsabilidade objetivo abrangerá tanto o fornecedor de produtos quanto o fornecedor de serviços.

No entanto, apesar da modalidade objetiva da responsabilidade civil tomada pelo Código de Defesa do Consumidor, Pedro Lenza e Fabrício Bolzan de Almeida definem alguns elementos que precisam ser comprovados para que tal responsabilidade seja exercida, sendo estes: o defeito ou vício do produto ou serviço; o evento danoso ou prejuízo causado ao consumidor; e a relação de causalidade entre o defeito/vício e o evento danoso/prejuízo²⁶.

Neste diapasão, vale ressaltar, também, que, apesar de caber ao consumidor comprovar o vício ou defeito do produto ou serviço, para facilitar sua defesa, o magistrado responsável por conduzir o litígio poderá conceder a inversão do ônus da prova, uma vez constatada a verossimilhança de suas alegações ou a hipossuficiência postulante, vide artigo 6º, inciso VIII, do CDC²⁷.

25 Código de Defesa do Consumidor: Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

§ 1º O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

I - o modo de seu fornecimento;

II - o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam;

III - a época em que foi fornecido.

§ 2º O serviço não é considerado defeituoso pela adoção de novas técnicas.

§ 3º O fornecedor de serviços só não será responsabilizado quando provar:

I - que, tendo prestado o serviço, o defeito inexiste;

II - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

§ 4º A responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa.

26 Direito do consumidor esquematizado / Fabrício Bolzan de Almeida. - Coleção esquematizado® / coordenador Pedro Lenza – 8. ed. – São Paulo : Saraiva Educação, 2020.

27 Código de Defesa do Consumidor: Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

VIII - 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;

Como exemplo, o Recurso Especial 720.930/RS, julgado pelo Ministro Luis Felipe Salomão, representa uma evidente hipótese de admissão da inversão do ônus da prova em favor do consumidor:

RECURSO ESPECIAL. GRAVIDEZ ALEGADAMENTE DECORRENTE DE CONSUMO DE PÍLULAS ANTICONCEPCIONAIS SEM PRINCÍPIO ATIVO (“PÍLULAS DE FARINHA”). INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA. ENCARGO IMPOSSÍVEL. ADEMAIS, MOMENTO PROCESSUAL INADEQUADO. AUSÊNCIA DE NEXO CAUSAL ENTRE A GRAVIDEZ E O AGIR CULPOSO DA RECORRENTE.

1. O Tribunal *a quo*, muito embora reconhecendo ser a prova “franciscana”, entendeu que bastava à condenação o fato de ser a autora consumidora do anticoncepcional “Microvlar” e ter esta apresentado cartelas que diziam respeito a período posterior à concepção, cujo medicamento continha o princípio ativo contraceptivo.

2. A inversão do ônus da prova regida pelo art. 60, inciso VIII, do CDC, está ancorada na assimetria técnica e informacional existente entre as partes em litígio. Ou seja, somente pelo fato de ser o consumidor vulnerável, constituindo tal circunstância um obstáculo à comprovação dos fatos por ele narrados, e que a parte contrária possui informação e os meios técnicos aptos à produção da prova, é que se excepciona a distribuição ordinária do ônus.

3. Com efeito, ainda que se trate de relação regida pelo CDC, não se concebe inverter-se o ônus da prova para, retirando tal incumbência de quem poderia fazê-lo mais facilmente, atribuí-la a quem, por impossibilidade lógica e natural, não o conseguiria. Assim, diante da não comprovação da ingestão dos aludidos placebos pela autora — quando lhe era, em tese, possível provar —, bem como levando em conta a inviabilidade de a ré produzir prova impossível, a celeuma deve se resolver com a improcedência do pedido.

4. Por outro lado, entre a gravidez da autora e o extravio das “pílulas de farinha”, mostra-se patente a ausência de demonstração do nexo causal, o qual passaria, necessariamente, pela demonstração ao menos da aquisição dos indigitados placebos, o que não ocorreu.

5. De outra sorte, é de se ressaltar que a distribuição do ônus da prova, em realidade, determina o agir processual de cada parte, de sorte que nenhuma delas pode ser surpreendida com a inovação de um ônus que, antes de uma decisão judicial fundamentada, não lhe era imputado. Por isso que não poderia o Tribunal *a quo* inverter o ônus da prova, com surpresa para as partes, quando do julgamento da apelação.

Recurso especial parcialmente conhecido e, na extensão, provido (REsp 720.930/RS, Rel. Ministro Luis Felipe Salomão, 4a T., DJe 9-11-2009).

Por fim, cumpre salientar que, apesar do Código de Defesa do Consumidor adotar a responsabilidade objetiva como regra para resolução dos litígios decorrentes das relações de consumo, seu texto admite algumas causas excludentes da responsabilização do fornecedor.

À exemplo do mencionado no parágrafo anterior, o artigo 12, §3º, da Lei nº 8.078/90 (CDC)²⁸, prevê que o fornecedor só não será responsabilizado quando comprovar que: não

28 Código de Defesa do Consumidor: Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

§ 3º O fabricante, o construtor, o produtor ou importador só não será responsabilizado quando provar:

disponibilizou o produto discutido no mercado; que o defeito alegado não existe; ou que a culpa do defeito é exclusiva do consumidor ou de algum terceiro. Neste último caso, trata-se de culpa concorrente, a qual não exclui a responsabilidade do fornecedor, mas apenas atenua.

I - que não colocou o produto no mercado;

II - que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexiste;

III - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

5.4. A Responsabilidade do Fornecedor digital Brasileiro perante o Consumidor.

No contexto da sociedade contemporânea, é muito comum a existência de endereços eletrônicos que atuam como intermediadores das relações consumeristas no mundo digital, aproximando, assim, o fornecedor do consumidor, facilitando a compra e venda virtual.

Alguns destes endereços eletrônicos são muito utilizados e representam grande parte das transações realizadas no ambiente digital, como o Mercado Livre, Shopee, Americanas, entre diversos outros disponíveis na internet para qualquer consumidor acessar.

Fato é que estas empresas oferecem aos consumidores soluções de comércio eletrônico, possibilitando que estes realizem compras, vendas, pagamentos e envios de produtos via internet, auferindo, assim, porcentagem do lucro do fornecedor por atuar como intermediador.

No entanto, são inúmeros os casos de consumidores que acabam lesados de relações consumeristas decorrentes da utilização destes sites, seja por vício no produto adquirido, pela não entrega dos produtos ou serviços contratados, recebimento de produtos diverso do preterido ou até mesmo atraso na entrega deste produto.

Para tanto, resta necessário definir sobre quem recairá a responsabilidade de ressarcir o dano causado ao consumidor, seja este o fornecedor do produto ou o site intermediador da relação jurídica de consumo firmada.

O Decreto nº 7.962/13, responsável por regulamentar sobre a contratação no comércio eletrônico, dispõe a respeito de algumas regras que são de responsabilidade dos fornecedores que atuam no campo do comércio eletrônico, como: (i) a apresentação de informações claras a respeito do produto, serviço e do fornecedor; (ii) o atendimento facilitado ao consumidor; (iii) e o respeito ao direito de arrependimento do consumidor²⁹.

Uma das mais evidentes alterações na regulamentação das relações consumeristas digitais, comparadas às relações tradicionais de consumo, é o direito do arrependimento, previsto pelo artigo 5º, do Decreto nº 7.962/13³⁰. Tal direito se dá em decorrência desta

29 **Decreto nº 7.962/13:** Art. 1º Este Decreto regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico, abrangendo os seguintes aspectos:

- I - informações claras a respeito do produto, serviço e do fornecedor;
- II - atendimento facilitado ao consumidor; e
- III - respeito ao direito de arrependimento.

30 **Decreto nº 7.962/13:** 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.

transação não ocorrer de maneira presencial e física, de modo que o consumidor poderá rescindir o contrato sem qualquer ônus para si, recebendo o estorno do valor pago pelo produto ou serviço.

Vale ressaltar, também, que as regras mencionadas anteriormente também valem para os sítios eletrônicos que atuam como intermediadores das relações de consumo, além da apresentação: (i) do nome empresarial e número de inscrição do fornecedor, quando houver, no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda; (ii) do endereço físico e eletrônico, e demais informações necessárias para sua localização e contato; (iii) das características essenciais do produto ou do serviço, incluídos os riscos à saúde e à segurança dos consumidores; (iv) da discriminação, no preço, de quaisquer despesas adicionais ou acessórias, tais como as de entrega ou seguros; condições integrais da oferta, incluídas modalidades de pagamento, disponibilidade, forma e prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto; (v) e de informações claras e ostensivas quanto a qualquer restrição à fruição da oferta³¹.

Ademais, segundo o Decreto nº 7.962/13, os sítios eletrônicos que atuem como intermediadores deverão conter, também, informações quanto a quantidade mínima de consumidores para a efetivação do contrato, ao prazo para utilização da oferta pelo

§ 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.

31 Decreto nº 7.962/13: Art. 2º Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para oferta ou conclusão de contrato de consumo devem disponibilizar, em local de destaque e de fácil visualização, as seguintes informações:

I - nome empresarial e número de inscrição do fornecedor, quando houver, no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda;

II - endereço físico e eletrônico, e demais informações necessárias para sua localização e contato;

III - características essenciais do produto ou do serviço, incluídos os riscos à saúde e à segurança dos consumidores;

IV - discriminação, no preço, de quaisquer despesas adicionais ou acessórias, tais como as de entrega ou seguros;

V - condições integrais da oferta, incluídas modalidades de pagamento, disponibilidade, forma e prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto; e

VI - informações claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições à fruição da oferta.

consumidor e a identificação do fornecedor responsável pelo sítio eletrônico e do fornecedor do produto ou serviço ofertado³².

Isto posto, segundo entendimento jurisprudencial do Tribunal de Justiça de Pernambuco, no agravo 3632397, restou estabelecido que as empresas intermediadoras das relações de consumo digital enquadram-se no conceito de fornecedor estabelecido pelo CDC, ficando sujeitas as regras e responsabilidades deste diploma normativo:

PROCESSO CIVIL. DIREITO CIVIL. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. ALEGADA VIOLAÇÃO DO ART. 557 DO CPC. JULGAMENTO MONOCRÁTICO. POSSIBILIDADE. MATÉRIA LEVADA AO COLEGIADO. SUPERAÇÃO DE EVENTUAIS NULIDADES. NA ORIGEM AÇÃO DE INDENIZAÇÃO. COMPRA E VENDA PELA INTERNET-RESPONSABILIDADE DA EMPRESA INTERMEDIADORA DANO MATERIAL CONFIGURADO. DEVER DE INDENIZAR. 1. O STJ entende de forma iterativa que eventual incorreta aplicação do art. 557 do CPC, resta sanada pelo julgamento colegiado. 2. A presente hipótese trata-se de responsabilidade civil objetiva, vez que a responsabilidade pela segurança das operações negociais (compra e venda em meio eletrônico), ainda que a prestação do serviço seja a disponibilização de espaço virtual em site para tais transações. 3. Mercado Livre uma empresa que aufere lucros com as vendas realizadas em seu sítio, está ela submetida ao risco do empreendimento, possuindo, pois, o dever de responder pelos vícios e defeitos decorrentes da prestação do serviço[...] (TJ-PE - AGV: 3632397 PE , Relator: Josué Antônio Fonseca de Sena, Data de Julgamento: 17/03/2015, 1ª Câmara Cível, Data de Publicação: 24/03/2015).

Tal entendimento também foi tomado pelo Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, o qual decidiu pela responsabilidade de sites intermediadores nos casos de produtos não entregues, no recurso nº 71005028485:

RECURSO INOMINADO. AÇÃO INDENIZATÓRIA DE DANOS MATERIAIS E MORAIS. RELAÇÃO DE CONSUMO. COMPRA E VENDA PELA INTERNET "MERCADO LIVRE" VIA MERCADO PAGO. PRODUTO NÃO ENTREGUE. RESPONSABILIDADE DAS EMPRESAS INTERMEDIADORAS DAS NEGOCIAÇÕES. RISCO DA ATIVIDADE. DIREITO À RESTITUIÇÃO DO VALOR ADIMPLIDO PELO PRODUTO NÃO RECEBIDO. DESCONSTITUIÇÃO DOS DÉBITOS CONTRAÍDOS EM NOME DO CONSUMIDOR. DANOS MORAIS INOCORRENTES. MERO DESCUMPRIMENTO CONTRATUAL. RECURSO PARCIALMENTE PROVIDO. (Recurso Cível Nº 71005028485, Terceira Turma Recursal Cível, Turmas Recursais, Relator: Sílvia Muradas Fiori, Julgado em 11/09/2014) (TJ-RS - Recurso Cível: 71005028485 RS , Relator: Sílvia Muradas Fiori, Data de Julgamento: 11/09/2014, Terceira Turma Recursal Cível, Data de Publicação: Diário da Justiça do dia 12/09/2014).

32 Decreto nº 7.962/13: Art. 3º Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para ofertas de compras coletivas ou modalidades análogas de contratação deverão conter, além das informações previstas no art. 2º , as seguintes:

I - quantidade mínima de consumidores para a efetivação do contrato;

II - prazo para utilização da oferta pelo consumidor; e

III - identificação do fornecedor responsável pelo sítio eletrônico e do fornecedor do produto ou serviço ofertado, nos termos dos incisos I e II do art. 2º.

Isto posto, se fez estabelecido o entendimento geral de que o fornecedor virtual possui as mesmas responsabilidades e obrigações do fornecedor tradicional, assim como lecionado pelo ilustre Fábio Ulhoa Coelho:

“o empresário brasileiro dedicado ao comércio eletrônico tem, em relação ao consumidor, exatamente as mesmas obrigações que a lei atribui aos fornecedores em geral. A circunstância de a venda ter sido realizada num estabelecimento físico ou virtual em nada altera os direitos dos consumidores e os correlatos deveres dos empresários. O contrato eletrônico de consumo entre brasileiros está, assim, sujeito aos mesmos princípios e regras aplicáveis aos demais contratos (orais ou escritos) disciplinados pelo Código de Defesa do Consumidor”³³

33 COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito comercial**. Direito de empresa – contratos e recuperação de empresas. 17. ed. rev. atual. ampl. Volume 3. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016. p. 59.

5.5. A responsabilidade do fornecedor digital estrangeiro perante o consumidor brasileiro.

Diferente do que ocorre nas relações de consumo digitais provenientes de fornecedores estabelecidos em território nacional, nas hipóteses em que o fornecedor digital tiver domicílio em território que se encontra sob jurisdição de outro Estado, a defesa deste consumidor não será amparada pelo Código de Defesa do Consumidor Brasileiro.

Tal afirmação encontra respaldo jurídico no artigo 9º, §2º, da Lei de Introdução às normas do Direito Brasileiro, o qual define que será aplicada a lei do país em que se constituir a obrigação firmada, de modo que tal obrigação gerada reputar-se-á constituída no lugar em que residir o proponente³⁴.

Isto é, para que o Código de Defesa do Consumidor abranja a relação consumerista de um consumidor que pretende firmar um negócio com um fornecedor, ou por meio de endereço eletrônico intermediador, este deverá se atentar ao domicílio do ofertante. Se não houver nenhum registro que confirme que este possui domicílio localizado no território nacional, a defesa deste consumidor não será amparada pelo CDC.

Neste mesmo sentido, segundo entendimento de Carlos Roberto Gonçalves, o contrato internacional de consumo deverá respeitar o disposto na LINDB. Ou seja, a norma jurídica aplicada a esta relação jurídica será a do domicílio do proponente, de maneira que, na hipótese de um brasileiro adquirir produto via internet proveniente de fornecedor estrangeiro, o contrato celebrado será regido pela jurisdição do país do contratante:

O contrato de consumo eletrônico internacional obedece ao disposto no art.9º, § 2º, da Lei de Introdução ao Código Civil, atualmente denominada “Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro”(Lei n.12.376, de 30 de dezembro de 2010), que determina a aplicação, à hipótese, da lei do domicílio do proponente. Por essa razão, se um brasileiro faz a aquisição de algum produto oferecido pela Internet por empresa estrangeira, o contrato então celebrado rege-se pelas leis do país do contratante que fez a oferta ou proposta ³⁵.

À luz do que foi estabelecido nos parágrafos anteriores, assim se fez o entendimento do Tribunal de Justiça do Paraná, no recurso nº 0004617-21.2020.8.16.0021, o qual afastou, neste

34 Lei de Introdução às normas do Direito Brasileiro: Art. 9º Para qualificar e reger as obrigações, aplicar-se-á a lei do país em que se constituírem.

§ 2º A obrigação resultante do contrato reputa-se constituída no lugar em que residir o proponente.

35 GONÇALVES, Carlos Roberto. Direito civil brasileiro: responsabilidade civil. 9. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

caso, a preliminar de incompetência, tendo em vista a comprovação de que o proponente reside em território brasileiro:

PODER JUDICIÁRIO DO ESTADO DO PARANÁ 1ª TURMA RECURSAL DOS JUIZADOS ESPECIAIS - PROJUDI Rua Mauá, 920 - 14º Andar - Alto da Glória - Curitiba/PR - CEP: 80.030-200 - Fone: 3210-7003/7573 Recurso Inominado Cível nº 0004617-21.2020.8.16.00211º Juizado Especial Cível de Cascavel Recorrente (s): FB LÍNEAS AÉREAS S.A Recorrido (s): JOSE AUGUSTO MACHADO ARCHER Relator: Melissa de Azevedo Olivas EMENTA: RECURSO INOMINADO. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. TRANSPORTE AÉREO. PRELIMINAR DE INCOMPETÊNCIA AFASTADA. CANCELAMENTO DE VOO. AUSÊNCIA DE AVISO PRÉVIO. DESRESPEITO AO PREVISTO NO ART. 12 DA RESOLUÇÃO Nº 400 DA ANAC. RECOMODAÇÃO EM VOO PARA 3 DIAS DEPOIS DO INICIALMENTE PREVISTO. FALHA NA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS. DANO MATERIAL COMPROVADO. DANO MORAL CONFIGURADO. “QUANTUM” ARBITRADO MANTIDO. SENTENÇA MANTIDA Recurso conhecido e desprovido. RELATÓRIO Dispensado o relatório, nos termos do Enunciado nº 92, do FONAJE. VOTO Satisfeitos os requisitos de admissibilidade tanto os intrínsecos quanto os extrínsecos, o recurso merece ser conhecido. Insatisfeita, a ré recorre arguindo, preliminarmente, incompetência territorial e, no mérito, aduz, em síntese, que não resta configurado o dever de indenizar uma vez que houve acomodação do passageiro em voo subsequente. Porém, sem razão. Preliminarmente, quanto à aludida incompetência territorial, conforme bem delineado pelo juízo sentenciante, em que pese o transporte aéreo tenha sido realizado em território Argentino, o presente caso se enquadra em uma típica relação de consumo, sendo que o art. 22, II do Código de Processo Civil prevê que compete à autoridade judiciária Brasileira processar e julgar causas decorrentes de relações de consumo. Igualmente, prevalece o disposto no § 2º do art. 9º do Decreto Lei nº 4.657/1942 (LINDB), haja vista que, conforme bem fundamentado em primeiro grau, a proponente reside em território Brasileiro. Desta feita, rejeita-se a preliminar arguida. Quanto ao mérito, conforme dito, o presente caso se emoldura uma típica relação de consumo, pois as partes se enquadram nos conceitos de consumidor e fornecedor previsto nos artigos 2º e 3º, ambos do Código de Defesa do Consumidor. Desta forma, presentes os requisitos da hipossuficiência e da verossimilhança das alegações, assegura-se a inversão do ônus da prova (art. 6º, VIII, CDC). Comprovados os fatos constitutivos do direito invocado (art. 373, I, CPC), caberia à reclamada comprovar fato impeditivo, modificativo ou extintivo do direito perquirido, em observância ao disposto no art. 373, II, do CPC, o que não se observa. Dos autos, vê-se que, de fato, o cancelamento do voo do autor lhe foi comunicado no mesmo dia de seu embarque, 01.01.2020, às 13h08min (mov. 1.4), ou seja, poucas horas antes da decolagem, prevista para às 17h50min (mov. 1.3), em evidente o desrespeito ao disposto no artigo 12 da Resolução nº 400 da ANAC, que prevê: “As alterações realizadas de forma programada pelo transportador, em especial quanto ao horário e itinerário originalmente contratados, deverão ser informadas aos passageiros com antecedência mínima de 72 (setenta e duas) horas.” (grifo nosso) Ainda, notório que, com o cancelamento de seu voo, o autor foi acomodado em voo apenas para 3 (três) dias depois da data inicialmente prevista, impingindo-lhe prejuízo material e moral indenizáveis. No que diz respeito ao dano material, conforme bem delineado na decisão singular, este adveio, única e exclusivamente, em virtude da falha no serviço da ré e restou devidamente comprovado, impondo-se a restituição da quantia de R\$586,71 (quinhentos e oitenta e seis reais e setenta e um centavos). Quanto ao dano moral, este se faz presente, haja vista que, além da falha no serviço e descaso da ré com o consumidor, a situação vivenciada, por si só, impingiu ao consumidor abalo indenizável. Em relação à fixação do quantum indenizatório resta consolidado, tanto na doutrina, como na jurisprudência pátria o entendimento de que a fixação do valor da indenização por dano moral deve observar o princípio da proporcionalidade e razoabilidade, levando-se em conta as peculiaridades do caso concreto, como a situação econômica

do autor, o porte econômico da ré, o grau de culpa e a atribuição do efeito sancionatório e seu caráter pedagógico. Nesse contexto, entende-se que o valor da indenização por danos morais arbitrado monocraticamente em R\$2.000,00 (dois mil reais) deve ser mantido, uma vez inclusive abaixo dos parâmetros adotados por esta E. Turma, em casos análogos. Diante do exposto, voto pelo não provimento de ambos os recursos, mantendo-se inalterada a decisão singular, nos termos acima lançados. Custas na forma da Lei nº 18.413/2014. Deverá a recorrente arcar com o pagamento dos honorários advocatícios no percentual de 15% (quinze por cento) sobre o valor da condenação, de acordo com o art. 55 da Lei nº 9.099/95. DISPOSITIVO Ante o exposto, esta 1ª Turma Recursal dos Juizados Especiais resolve, por unanimidade dos votos, em relação ao recurso de FB LINEAS AÉREAS S.A, julgar pelo (a) Com Resolução do Mérito - Não-Provimento nos exatos termos do voto. O julgamento foi presidido pelo (a) Juiz (a) Nestario Da Silva Queiroz, sem voto, e dele participaram os Juízes Melissa De Azevedo Olivas (relator), Bruna Richa Cavalcanti De Albuquerque e Vanessa Bassani. Curitiba, 05 de fevereiro de 2021 . Melissa de Azevedo Olivas Juíza Relatora

Diante o exposto, entende-se, pois, que, caso não seja comprovada a residência do proponente em território brasileiro, levar-se-á em conta o disposto no artigo 9º, § 2º, da LINDB, afastando, portanto, a competência da jurisdição pátria para julgar este tipo de litígio.

6. CONCLUSÃO.

Por todo o exposto, observa-se que a evolução do direito do consumidor acompanhou a evolução da sociedade como um todo, de maneira que foi necessária sua adaptação aos moldes atuais de cada época.

Logo, é possível afirmar que o direito do consumidor, assim como a sociedade que vive em um mundo globalizado, está em constante transformação, sempre buscando a defesa e o amparo dos vulneráveis e hipossuficientes dentro das relações de consumo.

Com o advento da internet do século XXI, as relações de consumo adquiriram, também, caráter digital e internacional, o que proporcionou diversos desafios a serem enfrentados pelo Direito do Consumidor para atingir a efetiva proteção dos consumidores.

Como afirmado anteriormente, a expansão da internet e do comércio impulsionou de maneira massiva o mercado de consumo, visto que se criou uma grande comodidade para todos que desejassem adquirir produtos ou serviços sem ter a necessidade de se locomover até determinado local.

Segundo levantamento feito pelo site *Drip*³⁶, estima-se que, atualmente, cerca de 25% da população mundial realiza compras online. A previsão para faturamento decorrente do comércio eletrônico para o ano de 2023 é de, aproximadamente, até 6,5 trilhões de dólares.

Isto é, a defesa dos direitos deste consumidor digital se fez imprescindível para que não houvesse uma desigualdade tão grande na relação fornecedor-consumidor, surgindo, assim, algumas normas jurídicas destinadas à proteção deste consumidor, a exemplo do Decreto nº 7.962/2013, tratado anteriormente neste mesmo trabalho.

Além disso, a Lei Geral de Proteção de Dados também desempenhou importante papel quanto a proteção dos dados de consumidores que acessarem determinadas plataformas digitais, se colocando em posição de vulnerabilidade perante os termos e condições propostos por estes sítios eletrônicos.

Por fim, conclui-se o referido trabalho que teve como intuito informar à respeito dos desafios inerentes a proteção do consumidor digital na sociedade contemporânea, estabelecendo os direitos dos consumidores e as responsabilidades e obrigações que devem ser cumpridas pelos fornecedores perante a estes.

³⁶ <https://www.drip.com/pt/blog/estatisticas-de-compras-online>

7. REFERÊNCIAS

DOLINGER, Jacob. **Direito Internacional Privado**. 5. Ed. Rio de Janeiro: Editora Atualizada, 2013.

PORTELA, Paulo Henrique Gonçalves. **Direito Internacional Público e Privado**. 3. Ed. Salvador: Editora *JusPodivm*, 2011. 919

JAYME, Erik. *Recueil des Cours*. Volume 354. Editora: Brill Nijhoff; Har/Pap/ Pm, 2014.

Direito do consumidor esquematizado / Fabricio Bolzan de Almeida. - Coleção esquematizado® / coordenador Pedro Lenza – 8. ed. – São Paulo: Saraiva Educação, 2020.

Código de Defesa do Consumidor. *Comentado pelos autores do Anteprojeto*, de autoria de Ada Pellegrini Grinover e outros (8. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004).

Manual de direito do consumidor: direito material e processual / Flávio Tartuce, Daniel Amorim Assumpção Neves. – 5. ed. rev., atual. e ampl. – Rio de Janeiro: Forense: São Paulo: MÉTODO, 2016.

BITTAR, Eduardo C. B. **O direito na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

JAPIASSU, Hilton Ferreira. **A crise da razão no ocidente**.

BENJAMIN, Antônio Herman de V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de direito do consumidor*

Direito do consumidor digital / coordenadores: Dennis Verbicaro, Loiane Verbicaro, Janaína Vieira. – Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2020.

WERTHEIN, Jorge. A sociedade da informação e seus desafios. **Revista Ciência da Informação**, Brasília, vol. 29, n. 2, maio/ago, 2000

GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo Curso de Direito Civil: responsabilidade civil**. São Paulo: Saraiva, 2012.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito civil brasileiro: responsabilidade civil**. 9. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

DINIZ, Maria Helena. Curso de direito civil brasileiro: **responsabilidade civil**. 24. ed. São Paulo: Saraiva, 2010, p. 34.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito comercial**. Direito de empresa – contratos e recuperação de empresas. 17. ed. rev. atual. ampl. Volume 3. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016. p. 59.

<https://www.drip.com/pt/blog/estatisticas-de-compras-online>