

O MICROSSISTEMA CONSUMERISTA E AS DIFICULDADES DE COMBATE ÀS PRÁTICAS ABUSIVAS ON-LINE À LUZ DA MASSIFICAÇÃO DAS RELAÇÕES VIRTUAIS DE CONSUMO

Paulo Vítor Avelino Silva Barros

Acadêmico do 9º período do curso de Direito da UFRN

RESUMO

O microssistema consumerista surge precipuamente com o advento do Código de Defesa do Consumidor, promulgado em 11 de setembro de 1990, sendo considerado, nesses 25 anos, um dos mais avançados instrumentos normativos do ordenamento, inovando na tutela das relações de consumo, olhos postos, especialmente, na vulnerabilidade do consumidor. Contudo, ante o surgimento de novas tecnologias informacionais e a massificação das relações virtuais de consumo, o microssistema vem encontrando dificuldades para tutelar certas situações jurídicas que não se supunham existir à época da elaboração do Código, notadamente as práticas abusivas ocorridas *on-line*. Nesse sentido, o presente trabalho aborda os paradigmas erigidos pelo microssistema consumerista no Brasil, analisando a dificuldade de sua operacionalização em tempos de desenfreado consumo cibernético, com arrimo na problemática das práticas abusivas ocorridas na *Internet*. Diante disso, conclui pontuando medidas que podem garantir maior efetividade à fiscalização e à materialização dos direitos do consumidor, evitando o cometimento dessas nocivas práticas na esfera virtual.

Palavras-chave: Código de Defesa do Consumidor. Microsistema Consumerista. Práticas Abusivas On-line. Tutela dos Direitos Fundamentais.

1 INTRODUÇÃO

Se a Constituição Federal de 1988 delimita o marco normativo da redemocratização brasileira, o Código de Defesa do Consumidor (CDC)¹ pode ser considerado como o divisor de águas da tutela das relações de consumo no ordenamento pátrio. É com essa codificação que o legislador brasileiro confirma o teor do direito fundamental à proteção ao consumidor², dando-se início a uma nova conjuntura normativa que milita em favor desses sujeitos, vulneráveis nas relações de consumo estabelecidas.

Tal tessitura normativa pauta-se em princípios próprios da regulação das relações de consumo, mantendo contato permanente com outras fontes do Direito³, edificando-se verdadeiro microsistema jurídico. Nessa sistemática, o CDC passou a representar uma harmoniosa fusão de fontes jurídicas, ganhando fôlego preceitos como a proteção à vulnerabilidade do consumidor, a criação de um Sistema Nacional de Defesa do Consumidor e a vedação às práticas abusivas.

Ocorre que as décadas que sucederam à promulgação do Código foram marcadas pelo aumento vertiginoso das relações virtuais, com a massificação do acesso à *Internet* e com a proliferação de diversas redes sociais e de outros veículos de comunicação *on-line*⁴. Ante essa nova realidade cibernética, o Código, outrora inovador, passou a sofrer pontualmente com lacunas, o que dificulta a operacionalização do microsistema do consumo.

¹ Alcinha conferida à Lei Federal nº 8.078/1990.

² CF, Art. 5º, XXXII: o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor.

³ Dentre essas fontes, citem-se, por exemplo, normas de Direito Administrativo, Penal, Civil, Processual Civil e atos normativos do Poder Executivo, insertas dentro do diploma.

⁴ O sucesso das redes sociais e de outros serviços de comunicação *on-line* foram bem representados com o *Orkut* e o *MSN*, primeiramente, destacando-se, posteriormente, no mundo virtual, o *Twitter*, o *Facebook*, o *Instagram* e, mais recentemente, o *Snapchat*.



Nada obstante, mesmo sem alterações no CDC, o microssistema poderia se atualizar a essa nova realidade, desde que efetivasse medidas hábeis a proteger tais direitos⁵. No entanto, a realidade virtual vem demonstrando que os instrumentos de proteção do consumidor não funcionam com a mesma efetividade no mundo da *Internet*, ante ao flagrante descompasso dos instrumentos de fiscalização em relação ao fluxo informacional existente na rede, ambiente em que os fornecedores detêm poderosas prerrogativas de disseminar informações instantâneas ao público virtual.

No presente trabalho, abordar-se-á a problemática esboçada, com foco em um dos mais nocivos problemas enfrentados pelo consumidor virtual: as práticas abusivas. Essas, caracterizadas pelo abuso da boa-fé e pela vulnerabilidade do consumidor, podem ser sancionadas nas esferas civil, penal e administrativa. No entanto, o difícil controle dessas práticas na seara virtual, a par das insuficientes ferramentas usualmente utilizadas, inviabiliza a proteção ao consumidor, o que impede, muitas vezes, que o fornecedor infrator seja devidamente responsabilizado.

Diante desse cenário, este estudo pretende trazer uma análise do microssistema consumerista no Brasil, resgatando os princípios basilares que o fundamentam na contemporaneidade, com foco na proteção à vulnerabilidade do consumidor e na facilitação ao acesso à justiça por meio de um Sistema Nacional de Defesa do Consumidor. Após tecer tais considerações, com alicerces doutrinários e jurisprudenciais, aborda o instituto das práticas abusivas, entrando, em seguida, no estudo dessas práticas do ambiente virtual. Com isso, constata como certas práticas comprometem os direitos do consumidor virtual, apresentando medidas alternativas, com base em casos concretos, que podem auxiliar na proteção a tais direitos do consumidor.

2 PARADIGMAS E MUDANÇAS IMPOSTOS PELO CDC: O PIONEIRISMO DO DIPLOMA NA TUTELA DAS RELAÇÕES CONSUMERISTAS

⁵ Exemplo de tutela efetiva das relações virtuais é o Decreto nº 7.962/2013, que regulamenta a contratação no comércio eletrônico, determinando, dentre tantos assuntos, o direito ao arrependimento em compras virtuais. Acontece que, tal decreto presidencial, conquanto louvável, representa apenas um dos poucos mecanismos consentâneos à defesa das relações virtuais de consumo.



Ao longo de quase todo o Século XX, a defesa dos direitos do consumidor foi preterida na ordem jurídica brasileira, ante a concepção de que o Estado deveria proteger os direitos individuais por meio de liberdades negativas e não por uma postura estatal ativa na tutela dos direitos (HORTA, 2002, p. 105). Não para menos, com base nessa noção absenteísta de Estado, a Constituição Brasileira de 1967 sequer abordava a tutela das relações de consumo, restando a essas a aplicação de regras civis comuns⁶, sendo desconsiderada a situação de vulnerabilidade vivida pelo consumidor na relação com os fornecedores.

Acontece que, com o advento da Constituição Federal brasileira de 1988, amparada fortemente na dignidade da pessoa humana⁷, impôs-se no ordenamento a tendência mundial de constitucionalização das relações privadas, adotando, dentre tantos princípios, a defesa do consumidor (GARCIA, 2012, p.1). A partir desse princípio, consagrado pela Carta Magna como direito fundamental, a sistemática jurídica pátria passou a se adequar a paradigmas mais protetivos, o que rendeu ensejo à criação de uma codificação que regulamentasse diretamente as relações de consumo.

Nesse sentido, o Código de Defesa do Consumidor surge como sustentáculo da democracia brasileira, refletindo diretamente a obrigação estatal de agir positivamente na proteção dos consumidores, atuação essa necessária e obrigatória ante os valores preservados pela Lei Maior (ALVES; MARANHÃO, 2014, p. 228).

Com efeito, diante desse notável pioneirismo do CDC na tutela de direitos fundamentais do consumidor, ascendeu uma série de paradigmas e mudanças promovidos diretamente pelo Código, que, em conjunto, autorizam a conclusão de que o diploma pode ser considerado como verdadeiro divisor de águas nas relações consumeristas no Brasil. Eis, a seguir, algumas das mais significativas alterações irrompidas com o diploma.

2.1 O microssistema do consumo e o princípio da proteção ao vulnerável

⁶ A esse respeito, merece menção o Decreto Lei nº 869/1938 (crimes contra a economia popular); a Lei Delegada nº 4/1962 (distribuição de produtos de primeira necessidade à população) e também a Lei nº 4.137/1962 (repressão do poder econômico, do qual derivou o Conselho Atuante de Defesa Econômica – CADE).

⁷ CF, Art. 1º, III.



O CDC estabeleceu uma série de mecanismos para articular uma Política Nacional de Relações de Consumo no afã de atender às necessidades múltiplas do consumidor, reconhecendo-se a sua vulnerabilidade no mercado de consumo⁸. A par dessa concepção, entende-se o elo entre o consumidor e o fornecedor com lentes mais isonômicas, percebendo-se que a regulamentação dessas relações não se assemelha à proteção do Direito Civil, em que existe a tutela dos iguais (GARCIA, 2012, p. 6), mas deve procurar amenizar o desequilíbrio inerente ao plano fático nos sujeitos do mercado de consumo⁹. Eis o princípio da proteção ao vulnerável nas relações de consumo¹⁰.

Essa premissa básica do Direito das Relações de Consumo implica diferenças substanciais desse sistema em contraponto a outras relações jurídicas, razão pela qual se considera a existência de verdadeiro microssistema consumerista, que busca no diálogo de fontes do Direito um regramento idôneo a preservar o consumidor¹¹. Nesse sentido, explica Leonardo de

⁸ 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: I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo (...)

⁹ Essa vulnerabilidade do consumidor desdobra-se em quatro subespécies: informacional (a informação é manipulada unilateralmente pelos fornecedores dado o processo de produção); técnica (consumidor não tem conhecimentos profundos acerca do objeto que adquire); jurídica (presumida, dispõe que o consumidor não está ciente dos aspectos jurídicos e econômicos que gravitam em torno da relação de consumo) e fática (do plano dos fatos, naturalmente existente) (MARQUES; BENJAMIN; BESSA; 2008 p. 90/94). É essa a reflexão que fundamenta o espírito do CDC.

¹⁰ O conceito de vulnerabilidade e a sua necessária proteção não se confundem com a definição de hipossuficiente. Felipe Peixoto Braga Netto (2012, p. 48) explica que vulnerabilidade diz respeito a uma condição de direito material, que se reflete nas normas de proteção impostas pelo microssistema. Noutro pórtico, a hipossuficiência possui liame com o direito processual, uma vez que diferencia o tratamento concedido às partes do processo, rendendo ensejo, por exemplo, a inversão do ônus da prova processual.

¹¹ Essa tendência de contemplar diversos “ramos” do Direito em uma única codificação contrapõe a tendência secular de elaborar codificações para normatizar áreas específicas do Direito. Trata-se de técnica mais atualizada e condizente com a concepção de que o Direito é uno, dividido apenas didaticamente.



Medeiros Garcia (2012, p. 6) que o CDC constitui microssistema jurídico multidisciplinar em virtude de possuir normas que regulam todos os aspectos da produção do consumidor, de maneira coordenada, permitindo a visão de conjunto das relações de consumo.

Nessa linha de intelecção, a proteção das relações de consumo não se esgota com normas que tratem estritamente da matéria, mas bebe, por exemplo, da fonte do Direito Penal (crimes contra as relações de consumo) e do Direito Processual Coletivo (quando o próprio CDC estipula tutelas coletivas de proteção da ordem do consumo). Ademais, a matéria também vem a ser regulada pontualmente por atos normativos do Poder Executivo, situações em que essa atividade legiferante surge para instrumentalizar a proteção ao mercado de consumo, com mecanismos de regulamentação e fiscalização.

Dessa maneira, o microssistema do consumidor, com a promulgação do CDC, instaura uma nova perspectiva de sistema de proteção de direitos, conjugando diversos ramos do direito para um desiderato comum: a proteção do consumidor e de sua vulnerabilidade. Com isso, o diploma determina um novo paradigma de direito, movido pela multidisciplinaridade e pela redução das desigualdades inerentes às relações de consumo.

Derradeiramente, necessário registrar que acompanham o sistema normativo de proteção ao consumidor e o princípio de proteção ao vulnerável uma série de outros princípios de defesa dos interesses do consumidor, dentre os quais de destacam, dentro do CDC, o princípio da intervenção estatal nas relações de consumo (Art. 4º, II); boa-fé (Art. 4º, III); educação e informação dos consumidores (Art. 4º, IV); transparência (Art. 4º, *caput*); responsabilidade objetiva do fornecedor (Art. 12º, *caput*); o princípio da facilitação ao acesso à justiça (Art. 6º, VIII), dentre outros (GARCIA, 2012).

2.2 Instrumentos para a execução dos postulados de defesa do consumidor e para a efetivação da Política Nacional de Relações de Consumo

Consolidada essa base principiológica das relações de consumo, urgia a necessidade de se estabelecer meios idôneos para garantir a materialização dos direitos regulamentados, a partir da adoção de uma postura estatal ativa na tutela dos direitos. Para atingir esse fim, o Código de Defesa do Consumidor tentou aproximar os consumidores do Estado, de modo que esses pudessem manter contato direto com órgãos públicos responsáveis pela defesa de seus direitos. A efetivação desse cenário descrito apenas se tornou tangível com a organização do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, resguardado



pelo diploma consumerista¹².

O SNDC foi pensado a partir da composição de órgãos federais, estaduais e municipais que, seguindo as orientações previstas pelo denominado Departamento Nacional de Defesa do Consumidor, planejariam a política nacional do consumo; receberiam e avaliariam denúncias e sugestões; prestariam aos consumidores orientações permanentes sobre seus direitos e garantias; solicitariam à polícia judiciária instauração de inquérito policial para averiguar crimes contra as relações de consumo, dentre outras atribuições¹³. Calha mencionar também que o referido Sistema também vem a ser regulamentado por via do Decreto 2.181/1997, que define os detalhes da sua organização e atuação.

Com o advento desse sistema, então, nota-se ter sido conferido a determinados órgãos verdadeiro poder de polícia¹⁴, cabendo-lhes a apuração e a punição de infrações contra a ordem do consumo, na medida de suas atribuições¹⁵. Apesar de algumas vozes terem historicamente se abalizado em sentido contrário, as Cortes Superiores aduzem, uníssonas, que tais órgãos detêm poder de polícia para efetivar os direitos dos consumidores, não havendo maiores controvérsias sobre a matéria¹⁶.

Nesse sentido, os órgãos administrativos passaram a figurar como garante de direitos individuais e como articulação contemporânea do próprio

¹² Art. 105. Integram o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais e as entidades privadas de defesa do consumidor.

¹³ Art. 106, CDC.

¹⁴ Segundo Hely Lopes Meirelles (1998, p.133): “poder de polícia é a faculdade de que dispõe a Administração Pública para condicionar e restringir o uso e gozo de bens, atividades e direitos individuais, em benefício da coletividade ou do próprio Estado”.

¹⁵ Art. 5º, Decreto 2.181/1997.

¹⁶ Exemplo elucidativo que pode ser mencionado seria julgado do Superior Tribunal de Justiça, a partir do qual se decidiu que o PROCON teria “poder de polícia para impor multas decorrentes de transgressão às regras ditas pela Lei n.º 8.078/90,” sendo possível a sua atuação em concorrência com a atuação de agência reguladora – ANATEL – haja vista que a atividade do PROCON é especial em relação à agência, tendo por objetivo a tutela particular do consumidor (STJ - AgRg no REsp: 1112893 RJ 2008/0161803-3, Relator: Ministro SÉRGIO KUKINA, Data de Julgamento: 02/10/2014, T1 - PRIMEIRA TURMA, Data de Publicação: DJe 17/10/2014)



princípio constitucional de acesso à justiça¹⁷. Ora, não é possível conceber, hodiernamente, que a justiça signifique a mera existência do Poder Judiciário, mas deve-se ressaltar a importância da resolução extrajudicial dos conflitos (CAPPELETI; GARTH; 1998, p.8), razão pela qual tais órgãos possuem relevância ímpar na proteção dos direitos consumeristas.

Diante desse cenário, o receio dos fornecedores acerca dessa atuação extrajudicial dos órgãos – com a fiscalização e a prerrogativa de estipular sanções administrativas nos termos do CDC – reduz as violações a direitos do consumidor, evidenciando-se assim a efetividade da filosofia que rege o SNDC. Não à toa, ao ano de 2013, o SINDEC – Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor – registrou 2.481.958 atendimentos pelos PROCON's nacionais, sendo constatada mais de 80% de sucesso na resolução dos litígios (SENACON, 2014).

Com base nesses dados, impossível não mencionar expressamente a exitosa experiência do PROCON no microsistema consumerista brasileiro. Esse órgão, notadamente conhecido pela população, possui ampla competência administrativa, podendo marcar audiências de conciliação para a resolução de conflitos, bem como podem determinar audiências de instrução e julgamento administrativo das contendas e fiscalizar estabelecimentos comerciais e imputa sanções administrativas – previstas nos artigos. 56, 57 e 68 do CDC¹⁸.

Diante de todo o exposto, conclui-se, por ora, que a criação de um Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, notadamente representado pela conhecida atuação dos PROCON's, quebra outros paradigmas no direito brasileiro, mormente relativos ao modo pelo qual os direitos dos consumidores podem ser resguardados. Não deve, atualmente, prevalecer a tese de que apenas o Poder Judiciário é legítimo para defender direitos, mas deve-se compreender que a experiência pátria do SNDC explicita a importância de defesa administrativa dos direitos dos consumidores. E, assim, nasce um importante paradigma nas relações de consumo, por meio dessa facilitação extrajudicial do acesso à justiça.

¹⁷Art. 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 (...) XXXV - a lei não excluirá da apreciação do Poder Judiciário lesão ou ameaça a direito.

¹⁸ Disponível em: < <http://www.procon.rj.gov.br/index.php/main/historico>>.



2.3 O instituto das práticas abusivas e a tutela da boa-fé e vulnerabilidade do consumidor

Outra inovação abordada pelo CDC na tutela dos interesses consumeristas foi, notadamente, o instituto das práticas abusivas, cuja proteção legal encontra-se inserta no artigo 39 do mencionado diploma, que define exemplificativamente condutas dos fornecedores que são completamente vedadas pelo microssistema.

A proibição às práticas consideradas abusivas mantém relação íntima com a teoria do abuso de direito¹⁹, encampada na doutrina civilista como um comportamento ilegal mascarado por um ato pretensamente legítimo (VENOSA, 2003, p. 604), contrariando-se o fim a que seria destinado o ato, os bons costumes ou a boa-fé do sujeito lesado. No direito consumerista, via de regra, é justamente a boa-fé o parâmetro precipuamente utilizado para aferir os limites desse abuso de direito, conforme estabelece o artigo 4º do CDC (GARCIA, 2012, p. 291).

Ocorre que, consoante explicado, o microssistema consumerista adota princípios próprios que o diferenciam do ramo civilista clássico, pautando-se essencialmente no princípio da proteção ao vulnerável. Com isso, é defesa a aplicação fria da teoria do abuso de direito nas relações de consumo, porquanto as desigualdades naturais dessas relações demandem a aplicação das normas do microssistema. Em decorrência, as práticas abusivas destacam-se no CDC, representando a conjugação do postulado da boa-fé com a vulnerabilidade do consumidor, caracterizando-se pela supressão do seu direito de escolha e pelo agravamento do desequilíbrio jurídico existente (EFIN, 2004, p. 53).

Nesse panorama, cite-se, dentre as práticas abusivas existentes, a “venda casada” (condicionar fornecimento de produtos e serviços ao fornecimento de outro); o envio, sem solicitação prévia, de quaisquer produtos; a exigência de vantagem manifestamente excessiva ou, mesmo não expressa no CDC, a omissão de preços e informações dos produtos. Exemplos que evidenciam como qualquer cidadão pode ser exposto a práticas dessa estirpe sem sequer saber da ilegalidade da conduta do fornecedor²⁰.

¹⁹ Art. 187: Também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes.

²⁰ Outros exemplos que demonstram que as práticas abusivas não se exaurem com



Registre-se, derradeiramente, que todas essas práticas são consideradas presumidamente ilícitas e podem render ensejo à aplicação das sanções civis, penais e administrativas previstas no diploma²¹ bem como, eventualmente, à condenação por danos morais²².

Por meio dessa regulamentação, o Código de Defesa do Consumidor também renova a proteção legal conferida ao consumidor, pois, outrora, essas práticas seriam, no máximo, protegidas pela legislação civil. A codificação consumerista, então, instaura outro paradigma que veda, estreme de dúvidas, que o fornecedor se utilize de sua superioridade na relação de consumo para gozar abusivamente de seus direitos e prerrogativas. Exemplo último de como o CDC serve de divisor de águas na tutela desses direitos.

3 NOVAS RELAÇÕES VIRTUAIS E DIFICULDADES NO COMBATE ÀS PRÁTICAS ABUSIVAS ON-LINE

as previsões do artigo 39 são a colocação no mercado de consumo de produtos com alto grau de periculosidade (art. 10 do CDC) ou a veiculação de publicidade enganosa e abusiva (art. 37 do CDC).

²¹ O corte de energia elétrica rende ensejo à caracterização de conduta abusiva, imputando-se a sanção administrativa prevista no art. 57 do Código de Defesa do Consumidor, legitimada pelo poder de polícia do Procon para a cominação de multas relacionadas à transgressão dos preceitos da Lei n. 8.078/1990 (STJ - AgRg no AREsp: 476062 SP 2014/0031254-4, Relator: Ministro OG FERNANDES, Data de Julgamento: 03/04/2014, T2 - SEGUNDA TURMA, Data de Publicação: DJe 28/04/2014).

²² A abusividade na conduta de plano de saúde pela recusa de cobertura pode render ensejo à condenação de dano moral, ante ao sofrimento intenso sofrido pela consumidora, vide trecho de decisão do STJ: "Nos termos da sólida jurisprudência da Casa, a recusa indevida, por parte do plano de saúde, em custear tratamento de urgência ou internação hospitalar é fato apto a gerar dano moral indenizável. No caso em exame, a recusa à cobertura decorreu do entendimento da companhia seguradora acerca da limitação do tempo de tratamento a que estaria submetida a contratante, determinando-se a suspensão da internação hospitalar, prática essa inquinada de abusiva pelo STJ desde muito tempo, com orientação consolidada na Súmula n. 302. Por outro lado, a moldura fática traçada nos autos revela, efetivamente, intenso sofrimento da consumidora. Indenização mantida em R\$ 35.000, 00 (trinta e cinco mil reais)" (STJ - AgRg no REsp: 1172360 RS 2009/0249052-5, Relator: Ministro LUIS FELIPE SALOMÃO, Data de Julgamento: 03/06/2014, T4 - QUARTA TURMA, Data de Publicação: DJe 12/06/2014).



Nos 25 anos que sucederam a promulgação do Código, a experiência do microssistema no Brasil mostrou-se louvável. Os antes improváveis objetivos tornaram-se realidade inegável, vencendo a resistência empresarial, publicitária e até mesmo do *lobby* legislativo (BUENO, 2015). Atualmente, o microssistema dialoga constantemente com os cidadãos e permite, judicial ou extrajudicialmente, que o consumidor brasileiro sinta a verdadeira efetivação de seus direitos. Não para menos, o Código serviu de arrimo para diplomas alienígenas, consoante assevera Rizzato Nunes (2013, p. da internet), a lei foi tão importante que tornou o Brasil um importador de normas, servindo o CDC de inspiração para as leis de proteção do consumidor na Argentina, Chile, Paraguai e Uruguai.

Ocorre que, a despeito de todos os triunfos conquistados pela norma, os anos transcorridos desde a elaboração do CDC trouxeram consigo certas problemáticas que, atualmente, não vêm recebendo a devida proteção do microssistema. É o caso das novas relações virtuais de consumo ante à massificação das redes sociais.

A era da *Internet* é marcada pela instantaneidade, pela celeridade e pela difusão das informações. A noção de tempo, outrora regida pelo apenas pelo espaço físico, atualmente é relativizada e, em segundos (ou milésimos desses), a informação dá a volta ao mundo e milhões têm acesso ao seu conteúdo. Dessa maneira, consolidou-se um império cibernético mundial o qual, indubitavelmente, não podia ser vislumbrado à época da promulgação do diploma.

Nesse interregno, o microssistema não desenvolveu mecanismos para acompanhar o vertiginoso aumento das relações virtuais, mas apenas tentou pontualmente colmatar essas lacunas, por meio, por exemplo, de leis esparsas²³ ou até mesmo de anteprojetos do CDC²⁴. Nada obstante, a despeito dessas alterações, certas matérias ainda carecem de proteção do microssistema, notadamente em se tratando das práticas abusivas cometidas dentro do ambiente cibernético, objeto do presente estudo.

Calcados na informalidade e na instantaneidade das relações *on-line*, muitos fornecedores utilizam-se do meio virtual para tentar se promover em detrimento da boa-fé e da vulnerabilidade do consumidor, agindo com

²³ A título de exemplificação, tem-se a Lei 12.737/2012, que trata de delitos informáticos e dá outras providências.

²⁴ Projeto de Lei do Senado nº 281/2012, que trata do comércio eletrônico.



vistoso abuso de direito, incorrendo no cometimento de determinadas práticas abusivas. Nesse sentido, malgrado tais comportamentos estejam sujeitos às sanções cabíveis, a sua natureza virtual inviabiliza a aplicação das normas existentes, uma vez que os instrumentos de fiscalização foram pensados para a realidade do comércio físico e não para o consumo em *Internet*.

Em razão disso, por exemplo, a prática abusiva da publicidade enganosa, quando assim configurada²⁵, vem ocorrendo com notória frequência nas redes sociais, especialmente nos sítios eletrônicos das fornecedoras e em suas páginas do *instagram*. Conquanto essas práticas não estejam expressamente previstas no rol do artigo 39 do CDC, caracterizam-se como abusivas por ferirem o princípio da informação ao consumidor, valendo-se o fornecedor da vulnerabilidade do cliente para ilegalmente auferir lucros e vantagens. Nas redes sociais, recorrentemente se encontram anúncios inverídicos apenas para atrair o consumidor para o sítio eletrônico da loja ou até mesmo para a sua versão do mundo físico. É a denominada “publicidade chamariz” (GARCIA, 2012, p. 281), cujas origens remontam o comércio físico e que, hoje, encontra-se presente em diversas redes do mundo virtual.

No universo *on-line*, comumente verifica-se também a denominada publicidade enganosa por omissão, olhos postos, especialmente, na omissão dos preços dos produtos oferecidos. Essa modalidade de publicidade ilegal ocorre com frequência em redes sociais como o *instagram*: o fornecedor expõe determinado produto sem destacar seu preço ou demais informações relevantes, o que leva o consumidor a ter que se expor na rede e perguntar expressamente o valor do bem publicado. Não é raro que, mesmo após a indagação, a loja virtual se negue a prestar tal informação, apenas fornecendo números para contato do particular com a empresa. Ora, resta claramente configurado o constrangimento e a abusividade da conduta, que fere frontalmente os postulados de proteção ao consumidor existentes no microssistema.

Outra prática recorrente vista no mundo virtual é a remessa indiscriminada de mensagens para os consumidores em potencial, mesmo

²⁵ Para que a publicidade enganosa configure prática abusiva, deve-se constatar, na hipótese em apreço, se houve aproveitamento da boa-fé e da vulnerabilidade, haja vista o próprio conceito de prática abusiva. Caso esses elementos não estejam presentes, descabe falar na aplicação das sanções previstas as práticas, limitando-se a aplicação da exegese do artigo 37 do CDC.



sem solicitação desses, vulgarmente conhecidas como mensagens *spams*. Os consumidores se vêem inundados de propostas – que só crescem, ante ao baixo custo da publicidade virtual – e sofrem sérios aborrecimentos com tais mensagens. Felizmente, nesse ponto, alguns provedores de Internet já detectam as empresas que se encaixam nessas condições e enviam as mensagens diretamente ao lixo do seu *email* ou outra rede de contatos. No entanto, ainda se verifica tal prática na realidade cibernética, o que dificilmente é combatido pelos órgãos de fiscalização.

Além disso, cabe citar a diferenciação de valores para pagamentos a vista e a prazo em sítios eletrônicos (prática comum também no comércio físico); a permissão “grátis” dada ao consumidor para que esse goze de algum serviço virtual por determinado tempo sem que tenha havido solicitação prévia; a venda de produtos em sítios apenas em conjunto, configurando venda casada virtual, entre outros casos.

Diante dos exemplos elencados, indaga-se: qual a razão para que essas práticas abusivas virtuais não se sujeitem, em mesmo grau de efetividade, às sanções e à fiscalização existente para o comércio físico?

Consoante mencionado, o imediatismo e a instantaneidade do comércio virtual quebrou o paradigma do tempo e do espaço físico, o que possibilitou aos fornecedores um espaço muito maior para publicidade e ofertas, sem substanciais aumentos de despesas. Com isso, os fornecedores perceberam as benesses existentes no mundo virtual e passaram a agir ativamente no universo cibernético, adaptando-se à nova realidade e acompanhando a evolução e a massificação das redes sociais e elementos correlatos. Acontece que, em pórtico diametralmente oposto, os órgãos de fiscalização que compõem o SNDC não conseguiram universalizar os métodos de defesa *on-line* do consumidor, havendo, atualmente, notório descompasso na atuação virtual desses órgãos com a demanda existente.

Felizmente, com base na experiência de alguns estados brasileiros e em perspectivas novas de defesa do consumidor, é possível trazer ao comércio *on-line* mecanismos de fiscalização idôneos na proteção das relações de consumo. É esse, justamente, o assunto que rende ensejo à próxima sessão.

4 MEDIDAS E INOVAÇÕES PARA UMA POLÍTICA DE FISCALIZAÇÃO IDÔNEA NO AMBIENTE VIRTUAL: ENFRENTANDO AS PRÁTICAS ABUSIVAS *ON-LINE*

A flagrante problemática das práticas abusivas *on-line* exige uma



intervenção urgente do Poder Público para a tutela efetiva dos direitos do consumidor virtual. Afinal, o postulado da proteção ao vulnerável, no âmbito do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, não pode se exaurir nas relações do consumo físico, devendo se estender tal proteção ao universo cibernético. Nesse sentido, questiona-se: qual medida poderia ser tomada para que o consumidor virtual pudesse se proteger de modo mais eficaz das práticas abusivas cometidas no mundo da *Internet*?

Uma primeira alternativa que poderia satisfazer essa necessidade do consumidor foi adotada, de modo pioneiro, em alguns poucos estados do Brasil: denomina-se “PROCON ONLINE²⁶”, ou PROCON Virtual. Trata-se de uma ferramenta virtual por meio da qual o consumidor pode fazer reclamações acerca de cobranças indevidas, atraso na entrega, produtos defeituosos, entre outros problemas concernentes à relação consumerista. Ora, esse portal poderia, certamente, servir de ligação acessível entre o consumidor e o órgão fiscalizador, de maneira que houvesse a facilitação da materialização dos direitos do consumidor lesado. Com efeito, poderia ser utilizado para que o consumidor pudesse, ainda em rede, denunciar as mais nocivas práticas abusivas ocorridas virtualmente, podendo utilizar-se de *prints* imediatos como fins de prova, por exemplo.

Acontece que, atualmente, nem todos os estados brasileiros adotam esse instrumento de fiscalização virtual. No país, o sítio, desenvolvido pela Secretaria Nacional do Consumidor, apenas conta com o cadastro de 282 empresas comprometidas em viabilizar a resolução das contendas, número bastante pequeno, ante as dimensões continentais do território brasileiro. Destarte, conquanto louvável, tal iniciativa ainda carece de ampliação no ordenamento pátrio, devendo ser maximizada nos próximos anos. De toda sorte, trata-se de pouco conhecido instrumento que pode, certamente, solucionar grande parte das insatisfações consumeristas de ordem cibernética.

Outra possibilidade também já existente em alguns estados, mas que não foi disseminada em todas as unidades da federação é o contato do consumidor com as Delegacias do Consumidor Virtual, iniciativa que, malgrado não esteja vinculada ao SNDC – e sim a órgãos policiais, pode ser útil para a redução dos crimes contra o consumidor ocorridos no ambiente online e, quando assim couber, para a diminuição das práticas criminosas e abusivas

²⁶ Disponível em <http://www.procononline.com.br/>.



ocorridas na *Internet*.

Esse serviço tem por escopo colocar à disposição da população virtual o contato direto com um órgão policial que possa ser acessado por qualquer computador. Esse sistema permite que o consumidor registre sua queixa – em se tratando de crime virtual – e acoste à denúncia os documentos cabíveis e necessários a comprovar os danos sofridos. Ora, como mencionado, as práticas abusivas podem revelar-se passíveis de sanção penal, quando caracterizada a natureza delituosa do abuso, motivo pelo qual esse contato poderia viabilizar a punição aos infratores. Com essa ferramenta, promove-se maior diálogo entre consumidor e os órgãos responsáveis pela higidez das relações consumeristas, podendo-se prevenir o acontecimento de práticas que se afigurem criminosas. Mais um instrumento que, infelizmente, pouco foi disseminado no país, carecendo, notadamente, de eficácia territorial.

Ademais, propõe-se também, por ora, medidas que não encontram previsão legal tampouco fizeram parte da experiência pátria, mas que podem, efetivamente, maximizar a proteção à vulnerabilidade do consumidor virtual. Eis a proposta: as lojas do comércio físico detêm o dever de possuir, em seu estabelecimento, exemplar do Código de Defesa do Consumidor, sob pena de multa de R\$ 1.064,10²⁷, face ao princípio da informação, para que, quando estiver na dúvida, o consumidor possa examinar a norma existente e resguardar o seu direito. Ocorre que tal obrigatoriedade, atualmente, não se aplica às lojas do comércio virtual, de maneira que o princípio da informação e da educação ao consumidor é relativizado no ambiente virtual.

Nessa conjuntura, entende-se plenamente possível aplicar, analogamente, a obrigação de possuir o Código de Defesa do Consumidor às lojas virtuais, veja-se: em um local visível e perceptível do sítio eletrônico da loja, estaria presente um ícone que remeteria diretamente o consumidor para o sítio do planalto em que consta o CDC. Com efeito, eventuais dúvidas poderiam ser sanadas pelo consumidor com maior celeridade, sem que houvesse maiores entraves ao direito que o consumidor entende possuir. No mais, tal obrigação poderia se estender, futuramente, a observância de um ícone referente ao próprio “PROCON *On-line*”, sob pena de multa em caso de descumprimento dessa obrigação. Nesse cenário, ter-se-ia isonomia entre o comércio físico e o virtual e haveria maior efetividade na proteção do consumidor no ambiente

²⁷ Inteligência da Lei nº 12.291/2010.



cibernético. Inovação que se orienta no mesmo sentido dos paradigmas erigidos pelo CDC, porém, operando precipuamente na seara virtual.

Diante de todo o exposto, percebe-se que tais medidas podem, notadamente, aperfeiçoar os postulados que militam em favor do consumidor no microssistema e ampliar a proteção existente no mundo virtual. Se os fornecedores acompanharam o desenvolvimento tecnológico e a massificação das redes sociais, é dever dos órgãos fiscalizatórios seguir os mesmos trilhos, inovando e adequando as suas atuações para a realidade atualmente vigente. Dessa maneira, o receio dos fornecedores em cometer práticas abusivas *on-line* representaria um instrumento fundamental para a materialização dos direitos dos consumidores virtuais, conferindo-se maior efetividade à tutela das relações virtuais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A necessidade de enfrentar a problemática das práticas abusivas em relações de consumo virtual se justifica ante a necessidade de maximizar o postulado de proteção ao vulnerável, princípio consolidado após 25 anos da louvável experiência do CDC. Com efeito, o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor deve compreender que, face ao dinamismo das redes sociais, sua atuação precisa ser revista, por meio de instrumentos idôneos à fiscalização *online*, acompanhando-se o nítido desenvolvimento da atividade empresarial nos meios virtuais.

Segue, pois, que é preciso observar quais experiências já lograram êxito em efetivar essa proteção, uma vez que, como verificado, alguns estados vem adotando medidas hábeis a resguardar tais direitos. Contudo, tais mecanismos precisam ser ampliados, abrangendo todo a comunidade consumerista brasileira, sem que apenas certas localidades gozem desses instrumentos. Deve-se promover a democratização desses instrumentos, promovendo a defesa dos interesses do consumidor virtual – especialmente quanto às práticas abusivas – em todo o território nacional.

Ademais, é necessário repensar a política de fiscalização a partir de métodos inovadores, como a aplicação análoga da obrigatoriedade do CDC para os sítios virtuais, para que se possa intensificar tal proteção, oferecendo um diálogo constante entre o consumidor e a norma fundante do microssistema. Mais que isso, deve-se oferecer ao consumidor a acessibilidade do contato com os órgãos responsáveis pela sua defesa, sob o risco de tornar inócuos os



postulados de proteção virtual.

Portanto, a filosofia que cinge, em vias de conclusão, é de que, conquanto louvável, o microsistema ainda precisa se adequar à massificação das redes sociais e acompanhar, de modo efetivo, a massacrante atuação dos fornecedores no ambiente virtual. Dessa maneira, finalmente, ter-se-á a tutela efetiva e digna das relações de consumo virtual, coibindo-se as nocivas práticas abusivas tão corriqueiras nesse ambiente.

REFERÊNCIAS

BUENO, Elici Maria Checchin. **25 anos do CDC: a história de uma luta que se renova diariamente**. Disponível em: <<http://www.idec.org.br/em-acao/artigo/25-anos-do-cdc-a-historia-de-uma-luta-que-se-renova-diariamente>>. Acesso em: 20 nov. 2015.

CAPPELETI, Mauro; GARTH, Bryant. **Acesso à Justiça**. Trad, Ellen Gracie Northfleet. Porto Alegre: Sérgio Antonio Fabris Editor, 1988.

EFING, Antônio Carlos. **Fundamentos do direito das relações de consumo**. 2ª ed. Curitiba: Juruá, 2004.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência**. 8 ed. Niterói: Ímpetus, 2012.

GRILLO, Brenno. **Código de Defesa do Consumidor completa 25 anos nesta sexta com ajustes pontuais**. Disponível em: <<http://www.conjur.com.br/2015-set-11/codigo-defesa-consumidor-completa-25-anos-nesta-sexta-feira2>>. Acesso em: 22 nov. 2015.

HORTA, José Luiz Borges. **Horizontes jusfilosóficos do Estado de Direito**. Tese (Doutorado em Direito) — Universidade Federal de Minas Gerais, BH, 2002. Tese.



MARANHÃO, Victor Scarpa Albuquerque; ALVES, Fabrício Germano. Fundamentos e dificuldades de concretização do direito à meia-entrada estudante. **Revista Fides**, Natal/rn, v. 10, n. 5, p.226-246, dez/2014. Semestral. Disponível em: <<http://issuu.com/revistafides/docs/10ed>>. Acesso em: 19 nov. 2015.

MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 3. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010.

MEIRELLES, Hely Lopes. **Direito Municipal Brasileiro**, 10 ed. Malheiros, 1998.

NETTO, Felipe Peixoto Braga. **Manual de direito do consumidor: à luz da jurisprudência do STJ**. 6. ed. Salvador: Edições Juspodivm, 2011.

NUNES, Rizzato. **O Dia Mundial do Consumidor: está na hora de mudar nosso Código**. Disponível em: <<http://www.migalhas.com.br/ABCdoCDC/92,MI174187,21048-O+Dia+Mundial+do+Consumidor+esta+na+hora+de+mudar+nosso+Codigo>>. Acesso em: 22 nov. 2015.

VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito civil: parte geral**. 3. ed. São Paulo : Atlas, 2003.

SENACON/PROCONSBASIL/MPCON/FNECDC/CONDEGE. Nota técnica nº 89 de 2014. Disponível em: <<http://www.mpssc.mp.br/portal/conteudo/Nota%20892014%20Compet%C3%Aancia%20Procons.pdf>> Acesso em 20 de novembro de 2015.

THE CONSUMERIST MICROSYSTEM AND
THE DIFFICULTIES OF FIGHTING ABUSIVE
PRACTICES ONLINE IN THE LIGHT OF THE
MASSIFICATION OF VIRTUAL CONSUMPTION



RELATIONS

ABSTRACT

The consumerist microsystem arises primarily with the creation of the Consumer Protection Code, issued in September 11, 1990, being considered, in these 25 years, one of the most advanced normative instruments, innovating in the custody of consumer relations, especially focusing in the consumer. However, due to the emergence of new informational technologies and the massification of virtual relations of consumption, the microsystem has been facing difficulties to guard certain court situations that were not imagined to exist at the time of the Code's creation, notably the abusive behaviors occurred online. In that sense, the current work addresses the development of the consumerist microsystem in Brazil, analyzing the difficulty of its implementation in terms of the unbridled cyber consume, on the basis in the issue of the abuse practices occurred online. Facing that, concludes punctuating measures that can guarantee greater effectiveness to the monitoring and to the materialization of consumer rights, avoiding the undertaking of those harmful practices in the virtual scope.

Keywords: Consumer Protection Code. Consumerist Microsystem. Custody of Fundamental Rights. Abusive Practices Online.

