

CENTRO UNIVERSITÁRIO – UNINOVAFAPÍ
BACHARELADO EM DIREITO

IZADORA ALVES CAMPELO
KELINE GOMES PEREIRA

DIREITO DO CONSUMIDOR: a proteção e Defesa do Consumidor nas
compras *online* em Tempos de Pandemia

TERESINA
2021

IZADORA ALVES CAMPELO

KELINE GOMES PEREIRA

DIREITO DO CONSUMIDOR: a proteção e Defesa do Consumidor nas
compras *online* em Tempos de Pandemia

Artigo de Conclusão de Curso
apresentado à Banca Examinadora do
Centro Universitário UNINOVAFAPÍ,
como requisito parcial para obtenção do
grau de bacharel em Direito.

Orientador: Prof. Me. José Augusto de
Carvalho Mendes Filho.

TERESINA

2021

FICHA CATALOGRÁFICA

C193d Campelo, Izadora Alves.

Direito do consumidor: a proteção a defesa do consumidor nas compras online em tempos de pandemia. Izadora Alves Campelo; Keline Gomes Pereira. – Teresina: Uninovafapi, 2021.

19. p.; il. 23cm.

Monografia (Graduação em Direito) – Centro Universitário UNINOVAFAPI, Teresina, 2021.

Orientador (a): Prof. Me. José Augusto de Carvalho Mendes Filho. Centro Universitário UNINOVAFAPI, 2021.

1. E-commerce. 2. Comercio eletrônico. 3. Consumidor. 4. Proteção. 5. Pandemia. I. Título. II. Pereira, Keline Gomes. III. Mendes Filho, José Augusto de Carvalho.

CDD 346.073

KELINE GOMES PEREIRA

Artigo de Conclusão de Curso
apresentado à Banca Examinadora do
Centro Universitário UNINOVAFAPI,
como requisito parcial para obtenção do
grau de bacharel em Direito.

BANCA EXAMINADORA

July -

(Orientador)

Sione lardosa diffusivora

(1º Examinador)

PAULO ALVES DA SILVA
SILVA

(2º Examinador)

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a Deus que nos deu força, sabedoria e perseverança durante o decorrer do curso. Somos gratas aos nossos pais, por sempre nos incentivarem e acreditarem que seríamos capazes de superar os obstáculos que a vida nos apresentou. Agradecemos a todos os professores que contribuíram com nossa trajetória acadêmica, especialmente ao Prof. Me. José Augusto de Carvalho Mendes Filho, responsável pela orientação do nosso projeto. E ao Centro Universitário Uninovafapi, que ao longo da nossa formação, nos proporcionou um ambiente de estudo repleto de oportunidades.

RESUMO

O presente artigo científico, tem como finalidade, analisar a proteção e Defesa do Direito do Consumidor no comércio eletrônico (e-commerce), diante do cenário de pandemia de Covid-19. Para a prevenção do vírus, o isolamento social tornou-se realidade para consumidores e empresas e conseqüentemente gerou um aumento significativo das vendas *online*. Desse modo, é necessário um estudo para informar aos consumidores da proteção que possuem e dos seus direitos existentes, além de alertá-los dos perigos que podem enfrentar nas compras via internet, principalmente durante a pandemia vivenciada. A pesquisa bibliográfica foi a metodologia utilizada para obter os resultados, por meio da legislação e pesquisas. Foi possível demonstrar a importância do conhecimento da proteção e defesa que o consumidor possui, por meio dos direitos que lhe são assegurados; incluindo orientações para realizar uma compra segura no ambiente virtual, no momento em que os golpes e fraudes estão mais recorrentes. Conforme demonstrado o consumidor é a parte vulnerável da relação consumerista.

Palavras-chave: E-commerce. Comércio eletrônico. Consumidor. Proteção. Pandemia.

ABSTRACT

The purpose of this scientific article is to analyze the protection and defense of consumer rights in electronic commerce (e-commerce), in the face of the Covid-19 pandemic scenario. For the prevention of the virus, social isolation has become a reality for consumers and businesses and has consequently generated a significant increase in online sales. Thus, a study is needed to inform consumers of the protection they have and their existing rights, in addition to alerting them to the dangers they may face when shopping via the Internet, especially during the pandemic experienced. Bibliographic research was the methodology used to obtain the results, through legislation and research. It was possible to demonstrate the importance of the knowledge of the protection and defense that the consumer has, through the rights that are guaranteed to him; including guidelines for making a secure purchase in the virtual environment, at a time when scams and fraud are most recurring. As demonstrated, the consumer is the vulnerable part of the consumer relationship.

Keywords: E-commerce. E-commerce. Consumer. Protection. Pandemic.

1 INTRODUÇÃO

Desde o surgimento do *e-commerce* (comércio eletrônico), as compras realizadas virtualmente sempre fizeram parte da vida do consumidor moderno, chamando atenção pelos preços baixos, variedades de produtos, formas de pagamentos acessíveis, cupons de descontos, funcionamento em tempo integral a favor do consumidor e da comodidade ao receber o produto em casa. Porém, ao realizar compras pela internet, a maioria dos consumidores tornam-se vulneráveis, sendo necessário redobrar a atenção mediante possíveis situações comprometedoras.

Diante disso, com a crise mundial instaurada pela Covid-19, o isolamento social foi uma das medidas para evitar a propagação do vírus. Nesse cenário, o mercado nacional tem sido fortemente impactado, consequentemente paralisando o crescimento econômico e fazendo com que a população buscasse novas alternativas para superar a crise. Logo, foram iniciados os negócios de forma virtual, alterando também o hábito de consumo de vários consumidores que não estavam acostumados a realizar compras no ambiente virtual.

O Direito e Defesa do consumidor está previsto na Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 (CF), conforme os artigos 5º, inciso XXXII e 170, inciso V, da CF, complementado pelo artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT). Está presente também, no Código de Defesa do Consumidor (CDC), na lei específica nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que tem por objetivo proteger e defender o consumidor que é a parte hipossuficiente, ou seja, é a parte considerada vulnerável nas relações de consumo, no qual possuem os seus princípios no artigo 4º do CDC e direitos básicos no artigo 6º do CDC, (BRASIL,1990). Há ainda o Decreto nº. 7.962/2013 que regulamenta o comércio eletrônico e a Lei nº 12.965/2014, também conhecida como Marco Civil da *Internet*, que estabelece o uso da *internet* no Brasil.

Para o desenvolvimento do estudo levantou-se a seguinte indagação: Quais os direitos e cuidados a serem tomados para proteger e defender o consumidor ao comprar *online* durante a pandemia? Tem-se como hipótese que tais direitos devem ser reconhecidos pelos consumidores, aplicando-os ao ambiente virtual, visto que diariamente eles são expostos à riscos.

Dessa forma, o objetivo geral do presente trabalho é analisar a importância da proteção e defesa que o consumidor possui nas relações de consumo no *e-commerce* diante desse cenário atual de pandemia, facilitando o entendimento dos principais pontos surgidos no decorrer do tema, tendo como objetivos específicos: identificar os seus direitos de proteção e defesa do consumidor na legislação, verificar as mudanças causadas com a chegada da pandemia e analisar recomendações para realizar compras de forma segura pela *internet*.

O interesse no tema escolhido, além do contato com a disciplina de direito do consumidor, surgiu também a partir da situação atual de pandemia no qual foram necessárias mudanças na economia, assim ocorrendo o crescimento do *e-commerce*, consequentemente também aumentando as compras *online*.

A pesquisa justifica a sua relevância diante da importância de alertar os consumidores sobre os riscos das compras *online*, sobre a existência dos seus direitos e os cuidados a serem tomados nas relações de consumo via *e-commerce*, visto que necessitam de uma maior atenção e proteção, tendo em vista que o número de compras *online* aumentou bastante diante da necessidade atual, tornando-se necessário as vendas e o consumo pela *internet*, para evitar ao máximo que a população saia de casa e reduzir a propagação do vírus.

Quanto aos aspectos metodológicos, o método utilizado na pesquisa foi a pesquisa bibliográfica a partir da legislação do Código de Defesa do Consumidor, da Constituição Federal, do Decreto nº 7.962/2013 e da Lei nº 12.965/2014 (Marco Civil da *Internet*), revistas e de artigos referentes ao tema.

A pesquisa terá três capítulos, onde o primeiro vai ser discutido as mudanças nas relações de consumo após o impacto que a pandemia causou, no segundo vai ser analisado a proteção e a defesa do consumidor na legislação, e por fim, tratará de discutir recomendações para a segurança nas compras pela *internet*.

2 MUDANÇAS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO APÓS A PANDEMIA

Com o avanço tecnológico e a expansão da *internet*, novos instrumentos surgiram para facilitar as relações de consumo, como o *e-commerce*. Pode-se conceituar como um modelo de comércio eletrônico, que utiliza a rede mundial de computadores para realizar transações comerciais, por meio de dispositivos eletrônicos, como: celulares, computadores e *tablets*. Segundo Gilberto Marques Bruno (2001):

O comércio eletrônico consiste em uma modalidade de compra a distância, cuja aquisição de bens e/ou serviços corre por meio de equipamentos eletrônicos de tratamento e armazenamento de dados, nos quais são transmitidas e recebidas informações. Sendo uma das possíveis formas de comércio à distância, como os casos de vendas por catálogo, telefone, pela televisão e tantas outras.

Por meio do *e-commerce*, houve maior comodidade e facilidade, tanto para o consumidor, que a partir de então teve acesso a uma infinidade de mercadorias e serviços e em qualquer parte do mundo, por exemplo; quanto para as empresas, que por sua vez, obtiveram um maior alcance de seus produtos e serviços.

No primeiro trimestre do ano de 2020, a pandemia de Covid-19 já havia se propagado mundialmente, ocasionando mudanças na vida de pessoas e empresas. Para evitar o contágio e desacelerar a propagação do vírus, foram adotadas medidas rígidas de restrições no deslocamento da população, como o isolamento social. Desse modo, inicialmente tiveram que ser fechados os comércios, indústrias e outros meios de economia, de forma temporária. Como estratégia para não haver prejuízos econômicos, algumas empresas que já possuíam a forma de vendas em *sites* e *apps*, intensificaram esses meios; as demais, tiveram que dar início a esse novo formato de vendas, afim de não ficar em desvantagens diante desse novo modo de comércio.

Conforme o Movimento Compre & Confie, que reúne diversas lojas para transformar o mercado digital, o *e-commerce* cresceu em 56,8% no ano de 2020, em comparação aos primeiros meses do ano de 2019. A Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm) estima que 20,2 milhões de consumidores realizaram pela primeira vez uma compra *online* em 2020 e que 150 mil lojas iniciaram as vendas também por meios digitais, ou seja, para colocar em prática as medidas de segurança, como o

distanciamento social, as pessoas de fato intensificaram as compras no comércio eletrônico.

Os setores que mais cresceram foram de *delivery*, visto que de início muitos estabelecimentos tiveram que fechar as portas e posteriormente reduzir o atendimento a capacidade mínima; o setor farmacêutico, pois a procura por equipamentos de proteção individual (álcool em gel, máscaras e luvas descartáveis) cresceu de forma súbita e por diversas vezes o setor não atendeu a procura e os supermercados, que também foram impulsionados nesse período, chegando a faltar bens de consumo no começo da pandemia, pois a população ficou com receio de faltar produtos de necessidade básica.

Nota-se que o aumento das vendas pela *internet*, tem tomado maiores proporções e com isso, aumentam também os riscos de golpes e fraudes, que atinge as pessoas que estão realizando compras por meios eletrônicos.

Em pesquisa feita pela Refinaria de Dados, empresa especializada na coleta e análise de informações digitais, afirma que a busca de informações pessoais e bancárias de brasileiros na chamada *dark web* cresceu 108%, ou seja, os criminosos estão à procura de aplicar armadilhas e golpes fraudulentos.

Infelizmente, tem-se tornado cada vez mais recorrente esses ataques. Dentre os mais praticados nesse período, está o *phishings*, que utiliza *e-mail*, SMS, ligações telefônicas, falsos *sites* e falsos *pop-ups* inseridos em *sites* desprotegidos, para roubar informações do usuário. São enviadas mensagens contendo links ou arquivos contaminados, afim de induzir o fornecimento de informações pessoais.

Outro golpe bastante aplicado, é o golpe do falso funcionário do banco. O fraudador contata a vítima, passando-se por funcionário do banco que o cliente tem relação e informa que os dados cadastrados estão inexatos. Em seguida, solicita os dados pessoais e financeiros da vítima e dá início as fraudes.

É possível sim, afirmar que o comércio eletrônico tem tido suma importância para o crescimento da economia, bem como para a comodidade do consumidor e maior alcance do fornecedor. Porém, é importante estar prevenido para que não caia em situações fraudulentas e caso isso aconteça, é necessário que o cidadão esteja informado e assegurado de seus direitos e tome as medidas necessárias e cabíveis dentro da legislação.

3 A PROTEÇÃO E A DEFESA DO CONSUMIDOR NA LEGISLAÇÃO

A legislação brasileira possui diversos dispositivos de normas legais, afim de assegurar os direitos do consumidor. Estes foram criados, após o reconhecimento da vulnerabilidade da parte hipossuficiente das relações de consumo.

3.1 CONSTITUIÇÃO FEDERAL

A Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 (CF), também conhecida como Carta Magna brasileira, é a lei suprema do país e está no topo do ordenamento jurídico. Desse modo, conforme os artigos 5º, inciso XXXII e 170, inciso V, da CF, complementado pelo artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT), há uma tríade constitucional: promover, assegurar e regularizar a defesa do consumidor.

No Título II, constam os Direitos e Garantias Fundamentais, onde o constituinte estabeleceu o direito do consumidor como fundamento constitucional. Sendo assim, no artigo 5º há obrigação do Estado em promover a defesa do consumidor. Ainda na CF, conforme o artigo 170, caput, a ordem econômica e financeira tem como base, a valorização do trabalho humano e a livre iniciativa, afim de assegurar a todos, existência digna, devendo observar os princípios indicados. Entre esses princípios encontra-se a livre concorrência, a redução das desigualdades regionais e sociais, a busca do pleno emprego e a defesa do consumidor, ou seja, este é um dos princípios para uma existência digna. E por fim, o artigo 48 da ADCT que teve o papel de sistematizar essa proteção, através da legislação, que resultou no Código de Defesa do Consumidos.

3.2 CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

O CDC tem como objetivo garantir a boa-fé nas relações de consumo e na proteção ao consumidor, que é a parte mais vulnerável nas relações do mercado consumerista. Para que haja relação de consumo, são necessários alguns elementos como: consumidor, fornecedor, produto e serviço. As definições estão nos artigos 2º e 3º do CDC:

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

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

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

As relações de consumo são compostas por dois elementos: o subjetivo, que é a relação entre o consumidor e o fornecedor; e objetivo, que é o produto ou serviço. No que diz respeito ao *e-commerce*, em um dos extremos haverá um consumidor que necessitará de proteção, visto que estará mais vulnerabilizado a produtos com vícios e propagandas e publicidades enganosas. Logo, a importância de se aplicar o CDC, que é a diretriz do mercado de consumo brasileiro. De acordo com Tarcísio Teixeira (2015, p. 67):

O CDC é o regramento básico do mercado de consumo brasileiro, tendo por objeto assegurar direitos individuais e coletivos aos consumidores, sendo que seu art. 1º assevera que se trata de uma norma de ordem pública e interesse social. Logo, não pode ser afastada pelas partes, sendo suas regras imperativas, obrigatórias e inderrogáveis. Suas normas cogentes de proteção do consumidor têm função e intervir e garantir o equilíbrio e a harmonia das relações jurídicas entre fornecedor e consumidor.

Vale ressaltar dois importantes artigos do CDC para o amparo do consumidor, que é a parte fragilizada da relação consumerista. O artigo 4º dispõe sobre os princípios que regem a Política Nacional das Relações de Consumo e tem como finalidade harmonizar os interesses dos constituintes das relações de consumo, estabelecer um equilíbrio entre o consumidor e o fornecedor e coibir todas as práticas abusivas. O artigo 6º dita os direitos básicos desse consumidor: direito à proteção da vida, saúde e segurança; à liberdade de escolha e igualdade nas contratações; à informação (que é dever do fornecedor prestá-la); a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva; à proteção contratual; à prevenção e reparação de danos; o acesso aos órgãos de defesa; à inversão do ônus da prova e à

adequada e eficaz prestação dos serviços públicos. Todos estes, servem para garantir que o consumidor esteja amparado e resguardado frente ao mercado.

Como dito anteriormente, as mesmas regras do CDC devem ser empregadas para o comércio eletrônico. Destaque para o direito do arrependimento, previsto em seu artigo 49, que deve ser feito no prazo de 7 dias após a compra, quando a contratação ocorrer fora do estabelecimento comercial físico. Assim o consumidor pode devolver o produto que não terá a serventia que imaginaria.

3.3 DECRETO Nº 7.962/2013 – REGULAMENTAÇÃO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO

O Decreto nº 7.962 de 15 de março de 2013, que regulamenta o Código de Defesa do Consumidor, dispõe sobre a contratação do comércio eletrônico, abrangendo a necessidade de informações claras sobre o produto, o serviço, o fornecedor, o atendimento facilitado ao consumidor e o respeito ao exercício do direito do arrependimento.

No seu artigo 2º, delibera que os *sites* de comércio eletrônico devem evidenciar de forma explícita o nome empresarial e o número do CNPJ; localização e contato, como endereço físico, telefone e e-mail; atributos essenciais dos produtos, incluindo os riscos à saúde e à segurança; a especificação no preço e quaisquer custos adicionais, como despesas com frete ou seguro; condições na íntegra da oferta, contendo a disponibilidade do produto ou de execução do serviço, meios de pagamento, promoções e formas e prazo de entrega e informações sobre possíveis restrições ao aproveitamento da oferta.

Afim de garantir um atendimento facilitado ao consumidor no comércio eletrônico, o artigo 3º, cuida especificadamente de compras coletivas. Informa que os *sites* ou outros meios eletrônicos que oferecem compras coletivas, além das informações anteriores do artigo 2º, deverão conter, quantidade mínima de consumidores para efetivação do negócio, prazo para utilização de oferta pelo comprador, identificação do fornecedor responsável pelo *site* e do fornecedor do produto ou serviço ofertado com nome empresarial, número de CNPJ, endereço físico e eletrônico.

O artigo 5º reforça a regra do direito de arrependimento (suprarreferido) no *e-commerce*, conforme Teixeira (2015, p. 82) afirma:

Já o seu art. 5º cuida tão somente do direito de arrependimento do consumidor ao dispor que o fornecedor deve informar, de maneira ostensiva e clara, os meios pelos quais este direito pode ser exercido. O direito de arrependimento implica a rescisão contratual sem qualquer ônus para o consumidor, podendo ser exercido pela mesma ferramenta utilizada para a contratação, sem prejuízo de outras disponibilizadas pelo fornecedor. Caberá ao fornecedor enviar ao consumidor confirmação imediata do recebimento da declaração de arrependimento. Além disso, o fornecedor deverá comunicar imediatamente a instituição financeira ou a administradora de cartão de crédito ou similar para que a operação não seja lançada na fatura do consumidor; ou caso o lançamento já tenha sido feito, o respectivo estorno.

O decreto tem como finalidade proporcionar maior segurança aos consumidores do comércio *online* e regular a forma que os fornecedores expõem seus produtos, afim de que as transações se tornem mais seguras e livres de propagandas enganosas.

3.4 LEI Nº 12.965/2014 - MARCO CIVIL DA *INTERNET*

A lei nº 12.965 de 23 de abril de 2014, é popularmente conhecida como Marco Civil da *Internet* e tem como objetivo estabelecer princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da *Internet* no Brasil. A respeito da lei, Teixeira (2015, p.91) declara:

Suas regras e princípios têm implicação direta em tudo o que ocorre na *internet* no âmbito brasileiro, inclusive no *e-commerce*, enquanto operações envolvendo a produção e circulação de bens e serviços.

Em seu artigo 7º §XIII, é reafirmado a aplicação das normas de defesa do consumidor nas relações acordadas de forma *online*. Essa lei resguarda e protege quem faz uso da rede mundial de computadores, para adquirir produtos e serviços no comércio eletrônico.

4 RECOMENDAÇÕES PARA REALIZAR COMPRAS SEGURAS NA *INTERNET*

Realizar compras pela *internet* é um hábito bem comum pela facilidade e comodidade que proporciona ao consumidor. Além de diminuir os riscos de contágio no período de pandemia, pelo fato de não estarem saindo de suas casas, esse tipo de compra se tornou uma preocupação, sendo essencial ter muita atenção para não

ser pego em algum tipo de golpe como: roubo de dados, produtos falsos, perda de dinheiro, dentre outros. Principalmente para o consumidor que começou a utilizar desse meio agora; afinal, fraudes em *sites* de compras existem.

4.1 CONHECER OS DIREITOS DO CONSUMIDOR

Primeiramente, é necessário que o consumidor conheça os seus direitos, tendo em vista que as compras pela *internet* estão protegidas pelo CDC, que fornece algumas garantias que devem ser reconhecidas, mas que nem todos sabem de sua existência.

Nesse sentido, o artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, dispõe sobre o direito de arrependimento, ao passo que se trata de uma garantia imprescindível para os consumidores, pois caso compre algo pela *internet* e não chegue da forma prevista ou não seja do seu gosto, poderá se arrepender em 7 dias corridos e pedir o reembolso integral do valor pago.

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

No entanto, caso produto apresente problemas esteja na garantia, o consumidor também poderá levá-lo na assistência técnica sem precisar desembolsar qualquer valor, podendo o mesmo pedir o seu dinheiro de volta caso o problema não seja resolvido ou se o produto ficar mais de 30 dias na assistência.

Por conseguinte, se fazem presentes outros direitos, como por exemplo, o direito à devolução e troca, no caso de atraso de entrega ou produtos danificados ou fora do prazo de garantia e também o direito à garantia, que pode ser legal contratual ou estendida, devendo o consumidor estar sempre atento no momento de realização da compra.

4.2 VERIFICAR SE O *SITE* É SEGURO

No portal Andre Bona (2019), no artigo 9 recomendações para fazer compras seguras na *internet*, afirma que as compras virtuais podem se tornar um problema até para as pessoas que já usam *internet* com frequência, pois ao visitar um *site*, o consumidor vê o produto que quer, pesquisa sobre a loja e viu que se tratava aparentemente de um vendedor confiável, decidindo então realizar a compra. Passando-se de um tempo, percebeu que foi vítima de fraude. Isso pode acontecer, pois casos de que *sites* verdadeiros são clonados não são raros. Para evitar esse tipo de situação, é necessário que o consumidor verifique sempre se, na barra de notificação do endereço do *site* há um cadeado antes do endereço eletrônico da loja, que indica que o *site* é confiável, ou também é possível ver se no próprio *site* oficial a empresa disponibiliza formas de contato, como um Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC), telefone ou até canal de mensagens para atendimento.

4.3 COMPRAR EM *SITES* CONFIÁVEIS

O consumidor deve sempre comprar em *sites* de lojas confiáveis indicadas, como por exemplo, por amigos ou parentes, e para isso existem *sites* e órgãos especializados para analisar a reputação das lojas, sendo necessário verificar se possuem muitas reclamações, se entregam os produtos, respondem dúvidas e se ficam à disposição do consumidor para resolver possíveis problemas. Um dos *sites* mais comuns para analisar esse tipo de situação é o Reclame Aqui, e nos órgãos de defesa do consumidor, como o Procon.

Vale lembrar, ainda que não são todas as lojas online estão presentes no *site* citado acima para consulta, e *sites* que ainda são novos e ainda não receberam qualificações suficientes, por exemplo, e podem levar um tempo para aparecerem nessas plataformas.

É necessário fazer uma breve pesquisa independente se for realizar compras online em um *site* do Brasil ou em um *site* internacional. O consumidor pode ver no produto da loja os comentários de outras pessoas que adquiriram, pesquisar sobre a empresa e ler sobre as políticas de compras e privacidade da empresa, entendendo como faz os seus envios, trocas, devolução de mercadorias e prazos de entrega. Tais informações devem ser obrigatoriamente fornecidas pela loja.

4.4 PLATAFORMA DE PAGAMENTO SEGURA

Algumas lojas preferem trabalhar com alguma plataforma secundária financeira, tornando-se mais confiáveis para o consumidor, pois a plataforma faz uma verificação de segurança no *site* antes de verificar o pagamento, como por exemplo, o PagSeguro, Mercado pago, *PicPay*, e entre outras.

4.5 ATENÇÃO AOS VALORES DOS PRODUTOS E FRETE

Realizar compras seguras na *internet* também envolve ter bom senso e saber que nada que esteja vendido por preços muito baixos ou altos demais seja confiante. Atrás de um preço suspeito, pode haver alguma fraude ou até mesmo se tratar de um produto que foi roubado.

As compras via *internet*, assim como em lojas físicas, devem ser tratadas com seriedade, portanto, se alguma loja disponibilizar o produto desejado por um valor muito maior ou bem menor que o valor geralmente cobrado nas outras lojas, ou/e um preço abusivo de frete, o consumidor deve desconfiar, devendo o mesmo, por segurança, pesquisar o preço em diferentes lojas.

4.6 REGISTRAR OS PASSOS DA COMPRA

No *site* da loja, o pedido fica registrado internamente, mas mesmo assim, por precaução, o consumidor deve guardar os e-mails de confirmações de compra e outras informações sobre o processo de sua compra, podendo também imprimir os passos da compra, caso não existam outros registros.

4.7 UTILIZAR APENAS EQUIPAMENTOS DE CONFIANÇA

Para uma compra on-line segura, é preciso que o consumidor use um equipamento de confiança, não efetuando compras a partir de computadores públicos, como por exemplo, de uma *lan house*, pois como são utilizados por várias pessoas, os dados pessoais podem correr o risco de serem utilizados de má fé. Por descuidos, alguém pode ter acesso caso o consumidor esqueça o e-mail ou a página de compras abertos, por exemplo. Por isso, a compra por meio de um computador pessoal se torna mais segura.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do comércio eletrônico, com o avanço da *internet*, tem tomado maiores proporções, principalmente diante do cenário de pandemia, causado pela Covid-19. Com o aumento das medidas restritivas de isolamento social, o *e-commerce* ganhou mais espaço na sociedade e se tornou uma forma prática de adquirir produtos e serviços.

A contribuição do estudo está direcionada a informar que o consumidor sempre estará exposto a riscos nas compras *online*, devendo o mesmo ficar sempre em alerta ao realizar quaisquer procedimentos e ter o conhecimento da proteção e defesa que possui nas relações de consumo pelo comércio eletrônico.

De acordo com os estudos realizados, conseguiu-se alcançar os objetivos propostos, uma vez que foram apresentados os riscos, por meio de demonstrações das formas de fraude e aplicação de golpes; bem como os direitos assegurados pelo Código de Defesa do Consumidor, que rege os princípios e direitos da parte mais vulnerável da relação consumerista e a Constituição Federal. Para dar complemento a legislação, o Decreto nº 7.962/2013, que regulamenta o *e-commerce* e significa um avanço, para assegurar esse comprador; bem como a Lei nº 12.965/2014 – Marco Civil da *Internet*, que normatiza as regras do uso da *internet*.

Em resposta a problemática da pesquisa: Quais os direitos e cuidados a serem tomados para proteger e defender o consumidor ao comprar *online* durante a pandemia? Conclui-se que o conhecimento ao direito do consumidor nas relações de consumo no comércio eletrônico, é essencial para que o mesmo não seja prejudicado; e esteja assegurado de seus direitos, principalmente diante do cenário da pandemia, em que as armadilhas e fraudes tem atingindo cada vez mais pessoas. É de suma importância que, enquanto parte mais vulnerável, saiba como realizar compras de forma segura pela *internet*, pois além de ter conhecimento dos seus direitos, observe também a seguridade e confiabilidade dos *sites* e redobre os cuidados.

REFERÊNCIAS

ALVARENGA, Darlan. **Com pandemia, comércio eletrônico tem salto em 2020 e dobra participação no varejo brasileiro**. G1. 2020. Disponível

em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/02/26/com-pandemia-comercio-eletronico-tem-salto-em-2020-e-dobra-participacao-no-varejo-brasileiro.ghtml>. Acesso em: 15 mai. 2021.

BRANDÃO, Fernanda Holanda de Vasconcelos. **Princípios norteadores da Política Nacional das Relações de Consumo**. Ambito Juridico. 2010. Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-81/principios-norteadores-da-politica-nacional-das-relacoes-de-consumo/#:~:text=Portanto%2C%20a%20pol%C3%ADtica%20nacional%20das,e%20as%20necessidades%20dos%20consumidores..> Acesso em: 12 abr. 2021.

Brasil. **Código de defesa do consumidor**, Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm, Acesso em: 02 jan. 2021.

Brasil. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1998**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm, Acesso em 02 jan. 2021.

Brasil. **Marco civil da internet**, Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm, Acesso em 02 jan. 2021.

Brasil. **Regulamentação do comércio eletrônico**, Decreto nº 7.962 de 2013. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm, Acesso em 02 jan. 2021.

BRUNO, Gilberto Marques. **As relações do "business to consumer" (B2C) no âmbito do "e-commerce"**. JUS. 2001. Disponível em: [https://jus.com.br/artigos/2319/as-relacoes-do-business-to-consumer-b2c-no-ambito-do-e-commerce#:~:text=no%20com%C3%A9rcio%20elet%C3%B4nico-,As%20rela%C3%A7%C3%B5es%20do%20%22%20business%20to%20consumer%20%22%20\(B2C\)%20no,\(i\).&text=As%20rela%C3%A7%C3%B5es%20jur%C3%A](https://jus.com.br/artigos/2319/as-relacoes-do-business-to-consumer-b2c-no-ambito-do-e-commerce#:~:text=no%20com%C3%A9rcio%20elet%C3%B4nico-,As%20rela%C3%A7%C3%B5es%20do%20%22%20business%20to%20consumer%20%22%20(B2C)%20no,(i).&text=As%20rela%C3%A7%C3%B5es%20jur%C3%A)

Dicas%20decorrentes%20das,do%20dia%20das%20grandes%20na%C3%A7%C3%B5es. Acesso em: 4 mai. 2021.

DA SILVA, Altino Conceição da. **A proteção constitucional do consumidor e sua densificação normativa**. Conteúdo Jurídico. 2015. Disponível em: http://www.conteudojuridico.com.br/consulta/Artigos/43677/a-protecao-constitucional-do-consumidor-e-sua-densificacao-normativa#_ftn3. Acesso em: 4 abr. 2021.

DONNABELLA, Henrique. **O crescimento do comércio eletrônico e as tendências para 2021**. Canaltech. 2021. Disponível em: <https://canaltech.com.br/e-commerce/o-crescimento-do-comercio-eletronico-e-as-tendencias-para-2021-182543/>. Acesso em: 4 mai. 2021.

Equipe André Bona. **9 Dicas para fazer compras seguras na internet**. Andre Bona. 2019. Disponível em: <https://andrebona.com.br/9-dicas-para-fazer-compras-seguras-na-internet/>. Acesso em: 2 mai. 2021.

FLORIANO, Eduardo de Souza. **A regulamentação dos direitos do consumidor nos contratos de comércio eletrônico**. JUS. 2013. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/24645/a-regulamentacao-dos-direitos-do-consumidor-nos-contratos-de-comercio-eletronico>. Acesso em: 18 abr. 2021.

GONÇALVES, Ariane. **O que é phishing e como se proteger de golpes na internet**. Hostinger. 2021. Disponível em: <https://www.hostinger.com.br/tutoriais/o-que-e-phishing-e-como-se-proteger-de-golpes-na-internet#:~:text=Scam%3A%20Os%20golpes%20de%20phishing,de%20links%20ou%20arquivos%20contaminados>. Acesso em: 13 mai. 2021.

Golpes na internet. eadbox. 2021. Disponível em: <https://eadbox.com/golpes-na-internet/>. Acesso em: 13 mai. 2021.

MAMONA, Karla. **Golpes aumentaram na pandemia. Veja os 7 principais e como evitá-los**. invest.exame. 2020. Disponível em: <https://invest.exame.com/mf/golpes->

aumentaram-na-pandemia-veja-os-7-principais-e-como-evita-los. Acesso em: 14 mai. 2021.

NETO, João Camargo. **Golpes virtuais disparam no Brasil durante a pandemia.** Jornal Jurid. 2020. Disponível em: <https://www.jornaljurid.com.br/noticias/golpes-virtuais-disparam-no-brasil-durante-a-pandemia>. Acesso em: 7 mai. 2021.

NOVO, Benigno Núñez. **RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO.** Brasil Escola. Disponível em: <https://meuartigo.brasilecola.uol.com.br/direito/relacao-juridica-de-consumo.htm#:~:text=Toda%20rela%C3%A7%C3%A3o%20de%20consumo%20deve,pode%20ser%20efetiva%20ou%20presumida..> Acesso em: 12 abr. 2021.

PEREIRA, Gabriel Senra da Cunha. **MARCO CIVIL DA INTERNET: O QUE VOCÊ PRECISA SABER.** Cunha Pereira ADV. 2014. Disponível em: <https://cunhapereira.adv.br/marco-civil-internet/>. Acesso em: 18 abr. 2021.

PROFA, Kelly Lisita. **A importância do Código de Defesa do Consumidor!.** JUS . 2020. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/80335/a-importancia-do-codigo-de-defesa-do-consumidor>. Acesso em: 4 abr. 2021.

TEIXEIRA, Tarcisio. **Comércio eletrônico: conforme o Marco Civil da Internet e a regulamentação do e-commerce no Brasil,** Tarcisio Teixeira. – São Paulo: Saraiva, 2015.

XIMENES, Alexia Praia; PIETZSCH, Ingo Dieter. **A Proteção Dos Consumidores Nas Compras Pela Internet Em Tempos De Pandemia.** 1 set. 2020. Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/>. Acesso em: 18 jan. 2021.