

A DESPROTEÇÃO DO CONSUMIDOR DE COMÉRCIO ELETRÔNICO EM FACE DOS IMPACTOS DA PANDEMIA DE COVID-19

Francisca Cecília de Carvalho Moura Fé

Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal do Piauí. Advogada. Especialista em Direito Constitucional e Administrativo, UNINOVAFAPI. ORCID: 0000-0001-7230-7093. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8822423275712919>. E-mail: ceciliamourafe@gmail.com.

Wilson Franck Junior

Mestre e Doutor em Ciências Criminais pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Professor da Universidade Estadual do Piauí (UESPI). ORCID: 0000-0002-7492-9635. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3034081265409577>. E-mail: wilsonfranckjunior@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

O advento da internet trouxe a possibilidade de uma revolução na maneira de efetivar vendas. Trata-se do comércio eletrônico, também chamado de *e-commerce*, espécie de relação comercial feita, em sua integralidade, a partir de qualquer meio eletrônico, compreendendo-se desde a compra, venda, transações financeiras e até a distribuição de mercadorias para os consumidores sem precisar que saiam de casa.

Nota-se, a partir dos dados divulgados pelas agências fiscalizatórias, a ascensão dessa modalidade comercial no período da pandemia de COVID-19, decorrente em grande medida da adoção, no Brasil, de Políticas alinhadas às recomendações da Organização Mundial de Saúde (OMS) sobre o distanciamento social e o fechamento dos estabelecimentos físicos.

Contudo, junto aos efeitos positivos gerados pelo comércio digital, como a facilidade, a rapidez e a diminuição das fronteiras físicas, ocorreram também fraudes e a má prestação de serviços, o que pode ser observado por meio do aumento no número de reclamações em Órgãos de Defesa do Consumidor e da própria judicialização de demandas consumeristas.

É consabido que a Constituição Federal de 1988 primou pela proteção e defesa do consumidor, da ordem pública e interesse social, razão pela qual foi instituída no ordenamento pátrio a Lei 8.078/90, conhecido como Código de Defesa do Consumidor, a fim de disciplinar a relação jurídica entre consumidor e fornecedor, bem como dispor sobre serviços e produtos.

Para efeito desta norma, em seu artigo 2º, considera-se consumidor: “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. Por sua vez, o fornecedor é conceituado no artigo 3º, como sendo “toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem

atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços”. (BRASIL, 1990)

Diante desses elementos, tem-se como problema geral de pesquisa os impactos da pandemia no comércio eletrônico e o agravamento da vulnerabilidade do consumidor no período de pandemia de COVID-19. A justificativa dessa pesquisa decorre da importância da proteção dos consumidores em face da expansão do comércio eletrônico, especialmente em um contexto conturbado, como o de uma pandemia global.

2 OBJETIVOS

A presente pesquisa tem como objetivo geral investigar a vulnerabilidade e a proteção do consumidor em face da expansão do comércio eletrônico no período de pandemia de COVID-19. Quanto aos objetivos específicos, busca-se: a) analisar o surgimento e a expansão do comércio eletrônico; b) apresentar os conceitos doutrinários de e-commerce; c) compreender os pressupostos legislativos contidos no Código de Defesa do Consumidor e na Constituição Federal de 1988 que versam sobre a proteção do consumidor; d) e analisar os impactos da pandemia no comércio eletrônico, especialmente na vulnerabilidade do consumidor.

3 METODOLOGIA

A metodologia para a concretização da pesquisa consiste: a) da análise de dados empíricos coletados pelas agências de fiscalização de relações de consumo b) da revisão bibliográfica desenvolvida a partir da análise de teorias já publicadas, tais como: artigos científicos, livros, revistas científicas, monografias, dissertações, doutrinas, teses e publicações eletrônicas; c) do estudo documental de fontes diversificadas e dispersas, sem tratamento analítico, tais como: tabelas estatísticas, jornais, revistas, relatórios, documentos oficiais, relatórios de empresas, etc.

Para alcançar seus objetivos, a pesquisa divide-se em 3 eixos: 1) estudo sobre o surgimento, os conceitos e as perspectivas a respeito do E-commerce; 2) estudo da proteção legal do consumidor frente ao avanço do comércio eletrônico, segundo o ordenamento pátrio; 3) demonstração dos impactos do comércio eletrônico durante a pandemia e seus efeitos na vulnerabilidade dos consumidores, apontado os principais direitos consumeristas ofendidos no ano de 2020.

4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Em 17 de março de 2020, foi confirmada a primeira morte no Brasil em decorrência do coronavírus. Ato contínuo, o Poder Legislativo decretou estado de calamidade pública, levando a implantação de medidas restritivas a fim de minimizar o contágio viral. Desde então, palavras como “quarenta”, “isolamento social”, “novo normal” e até mesmo “lockdown”, passaram a repercutir na vida dos brasileiros. Por conseguinte, tendo em vista o cenário mundial, o e-commerce mostrou-se uma possibilidade viável para os consumidores em tempos de distanciamento social.

O período de excepcionalidade acentuou o consumo por meio de plataformas tecnológicas. Estudo realizado pela plataforma Ebit Nielsen apontou que, em 2019, as vendas totalizadas pelo comércio eletrônico eram de 61,9 bilhões, o que equivale a 25,5 bilhões a menos do que foi registrado em 2020. Houve, também, mudanças nas categorias mais compradas. Antes da pandemia, os itens mais vendidos estavam relacionados à moda, acessórios, perfumaria e cosméticos. Durante a pandemia, o consumidor passou a procurar por produtos e serviços de higiene pessoal, limpeza caseira, telefonia, alimentação, eletrodomésticos e informática (este último associado ao trabalho remoto e às aulas online).

Observou-se, no referido período, um aumento significativo da vulnerabilidade do comprador. Uma das razões para isso é o fato de que o e-commerce apresenta uma difícil fiscalização quanto às práticas abusivas. Muitos fornecedores de serviços e produtos tentaram, ilegalmente, se beneficiar da situação. Por exemplo, as máscaras triplas com elástico, associadas às medidas protetivas contra a covid-19, tiveram o preço da caixa com 50 unidades aumentado de R\$ 4,50, em janeiro, para R\$ 140 em março do mesmo ano, conforme notícias coletadas dos meios de comunicação jornalísticos.

Em contramão com a ascensão de adesões ao comércio eletrônico, tornou-se rotineira a veiculação de notícias sobre o aumento de reclamações em decorrência da insatisfação dos consumidores com produtos/serviços adquiridos pela internet. Segundo o site “Reclame Aqui”, entre os meses de março e abril de 2020 foram registradas mais de 192 mil reclamações sobre o atraso nas entregas dos produtos. Esse crescimento teve uma alta de 61% nas reclamações de um mês para o outro. Com o início da pandemia no Brasil em março de 2020, houve um aumento desse tipo de reclamação: o volume de 73.571 foi para 118.430 em abril de 2020 (Reclame aqui, online, 2020).

Além disso, o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor – IDEC, alertou sobre a ocorrência de outro fenômeno: a expansão de sites falsos ou fantasmas, que oferecem produtos e depois simplesmente somem com o dinheiro dos consumidores. Outro dado relevante apresentado pelo Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor (Sindec), utilizado por Procons em todo o país, e da plataforma online consumidor.gov.br, administrada pela Senacon, apontou que o comércio eletrônico foi o 3º segmento mais reclamado em 2020, perdendo apenas para Bancos, financeiras e administradoras de cartões, bem como para operadoras de telecomunicação.

A principal prática abusiva na pandemia foi o aumento exorbitante no preço dos produtos de prevenção à COVID-19, como o álcool em gel, máscaras e luvas. Isso porque muitos comerciantes aumentaram injustificadamente o preço de produtos, mesmo essa prática configurando-se como abusiva, nos termos do artigo 39, inciso X, do CDC.

Como os dados coletados apontam, o período de excepcionalidade sanitária aumentou a fragilidade do consumidor frente aos fornecedores que possuem o poderio econômico, técnico, fático e jurídico. Por isso, é pertinente o aprimoramento da intervenção Estatal, por meio de políticas públicas nacionais, para melhor proteção das relações de consumo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A expansão, ocorrida por décadas, do comércio eletrônico no Brasil, intensificou-se significativamente no período de pandemia (2020), em contramão a outros setores econômicos, devido, principalmente, às recomendações de isolamento social e às medidas restritivas do comércio físico tradicional. A pandemia, por si só, já constituiu um elemento agravador da vulnerabilidade do consumidor, dado o aumento do número de práticas abusivas como o aumento injustificado nos valores dos insumos de higiene, a exemplo do álcool em gel e das máscaras, além do aumento exorbitante dos fármacos. Outro elemento agravador foi a expansão do comércio eletrônico ao longo do período, conforme aponta o aumento de reclamações e até mesmo de ações judiciais de natureza consumeristas. A razão para isso é o fato de que o comércio eletrônico se dá em ambiente de difícil fiscalização, que facilita a ofensa a direitos dos consumidores. Dessa forma, a legislação hoje existente ainda não é suficiente para proteger verdadeiramente o consumidor de práticas abusivas, por si só imorais, mas ainda mais graves em um período de calamidade como o vivenciado entre os anos de 2020 e 2021.

REFERÊNCIAS

BRASIL, **Decreto 2.181/97**, DECRETO Nº 2.181, DE 20 DE MARÇO DE 1997. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d2181.htm. Acesso em: 01 fev. 2022.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm. Acesso em: 08 jan. 2022.

BRASIL. **Decreto nº 2.181, de 20 de Março de 1997**. Dispõe sobre a organização do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor - SNDC, estabelece as normas gerais de aplicação das sanções administrativas previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, revoga o Decreto Nº 861, de 9 julho de 1993, e dá outras providências.

BRASIL. **Decreto nº 7.962, de 15 de Março de 2013**. - Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico.

RECLAME AQUI. **Aumento no número de reclamações geradas devido ao atraso nas entregas**. Disponível em: https://noticias.reclameaqui.com.br/noticias/reclamacoes-de-atraso-na-entrega-de-produtos-crescem-61-entr_3955/. Acesso em: 10 jan. 2022.