

CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR FAZ 30 ANOS



O Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/1990), que completa 30 anos hoje (11), é considerado uma legislação abrangente para as relações de consumo, mas, passadas três décadas, houve mudanças substanciais na forma de comprar por meio do comércio eletrônico. Segundo especialistas, uma atualização seria bem-vinda, embora o código tenha seu texto adaptado ou usado, de forma indireta, outras legislações para proteger os direitos dos consumidores.

O código é anterior ao início da popularização da internet no Brasil. Como destaca o coordenador do MBA de Gestão de Varejo da Fundação Getúlio Vargas (FGV), Ulysses Reis, quando a legislação foi criada, não se tinha como prever que a mudança nos hábitos de consumo seria tão grande.

Reis destaca como o processo de compra se modificou nos últimos anos e que o fenômeno se acelerou com a pandemia de covid-19. Com as medidas de isolamento social para evitar o contágio pelo novo coronavírus, as lojas do comércio de rua e dos shopping centers tiveram que ser fechadas, o que levou muita gente a recorrer ao varejo digital.

“O consumidor antigamente ia à loja pesquisar, tomava a decisão e comprava o produto. Esse novo processo de compra começa na internet onde ele obtém informações sobre produtos e serviços, compara preços, vai às redes sociais ouvir opiniões e reclamações. Depois, ele pode ir a uma loja física para experimentar produtos e serviços e negociar preços e condições com os vendedores com o que ele viu online. O consumidor pode comprar na loja física ou comprar online depois”, disse Reis.

“Esse comportamento, essa jornada do consumidor, era grande entre os mais jovens antes da pandemia. Agora, depois da pandemia, as pessoas de mais idade também adotaram esse comportamento”, avalia o professor.

Atualização

Os especialistas indicaram que uma atualização do código é bem-vinda. Para o professor Ulysses Reis, a atualização da norma deve levar em conta a expansão dos canais de venda por meio de sites, aplicativos, redes sociais. *“O código não prevê essas situações de comprar nesses diversos canais de venda. Ele não prevê quando o consumidor está migrando de um canal de vendas para outro e que a empresa tem que resolver problemas de contratos e atendimentos nos diferentes canais de venda”.*

O diretor jurídico do Procon-RJ, Henrique Neves, disse que o Decreto 7.962/2013 regulamentou algumas situações relativas ao comércio eletrônico. Segundo Neves, diversos artigos do código são aplicados por equiparação ao varejo digital. Ele também destaca que o Marco Civil da Internet e a Lei

Geral de Proteção de Dados Pessoais atualizam de forma indireta o código. *“A gente vai combinando essas novas legislações para poder utilizar no direito do consumidor”*.

Quanto ao comércio eletrônico, Neves afirmou ser importante melhorar as regras contra as fraudes. *“Consumidores e fornecedores são, muitas vezes, vítimas de sites falsos. É uma das reclamações que a gente tem aqui e tem dificuldade em resolver”*.

Impulso

O comércio online ganhou impulso durante a pandemia do novo coronavírus. O e-commerce brasileiro faturou 56,8% a mais nos oito primeiros meses de 2020 em comparação com igual período do ano passado, segundo pesquisa realizada pelo Movimento Compre&Confie em parceria com a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm).

De acordo com o levantamento, o aumento do faturamento foi possível porque houve crescimento de 65,7% no número de pedidos, de 63,4 bilhões para 105,06 bilhões. Segundo a ABComm, desde o início da pandemia mais de 135 mil lojas aderiram às vendas pelo comércio eletrônico para continuar vendendo e mantendo-se no mercado.

Estudo realizado pela Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo mostrou que os brasileiros aumentaram suas compras online, passaram a usar meios digitais de pagamentos e devem continuar com esses hábitos de consumo no pós-pandemia. Segundo os dados, 61% dos clientes que compraram online durante a quarentena aumentaram o volume de compras devido ao isolamento social e 70% disseram que pretendem continuar comprando mais pela internet do que faziam antes da covid-19.

Para o diretor jurídico da ABComm, Guilherme Martins, houve uma evolução tecnológica muito grande nos últimos 30 anos que permitiu esse modelo atual de varejo digital em termos de segurança do processo, expansão dos meios de pagamento, acessibilidade e aspecto logístico.

“Com a pandemia, houve um cenário disruptivo sem volta. Até aqueles que não eram habituados a comprar em ambiente eletrônico se viram em alguma situação obrigados a fazê-lo. Eficiência, preço e segurança acabaram sendo determinantes para mudar essa mentalidade, atrelada à questão tecnológica e ao apoio jurídico que vem por trás disso, que é a regulamentação dos direitos do consumidor”, afirmou Martins.

Cuidados

Com essa migração para o ambiente virtual, os consumidores devem tomar cuidados para não terem dor de cabeça. O diretor jurídico do Procon-RJ, Henrique Neves, orienta sobre o que o consumidor precisa observar na hora de comprar pela internet.

“O consumidor tem que verificar se o site é seguro. Ele pode procurar na página o CNPJ da empresa ou o CPF, no caso de pessoa física, e fazer uma pesquisa no site da Receita Federal para verificar se o cadastro está ativo. Em alguns sites, como nas plataformas consumidor.gov.br, reclameaqui, e nos Procons estaduais, pode fazer uma busca para saber se tem reclamações sobre não entrega de produtos, por exemplo”, disse Neves.

Outra orientação é verificar se no site consta o endereço físico da empresa, o número de telefone, se tem serviço de atendimento ao consumidor (SAC). *“O consumidor tem que ficar atento a preços muito abaixo do normal, ele deve ligar o alerta. Se receber proposta de serviço ou produto pelo telefone ou pelo WhatsApp, deve entrar no site da empresa, ver se ela é confiável. O consumidor tem que procurar conhecer aquele fornecedor no meio eletrônico de forma a saber se é seguro ou*

não fazer contrato”, afirmou o diretor.

Neves também explicou que as plataformas que vendem produtos de outras empresas devem responder de forma solidária, caso haja algum problema na entrega do produto.

A B2W Digital, por exemplo, que detém as marcas Americanas, Submarino, Shoptime e Sou Barato, explicou sua política de atuação em casos de atraso na entrega: a empresa garante a entrega do produto ou realiza o cancelamento da compra e o reembolso do valor pago. *“As lojas parceiras que vendem nos sites da B2W são responsáveis pela entrega, descrição, informações técnicas e garantia do fornecedor dos produtos que vendem, mas a companhia faz a intermediação para garantir que todos os produtos comprados sejam entregues e eventuais questões sejam resolvidas”, diz a empresa.*

Foto: Divulgação

<http://www.jornalpanfletus.com.br/noticia/1548/codigo-de-defesa-do-consumidor-faz-30-anos> em 01/06/2026 03:07