



**FUNDAÇÃO PRESIDENTE ANTÔNIO CARLOS DE UBÁ**  
**FACULDADE DE DIREITO**  
**2020**

**O COMÉRCIO ELETRÔNICO INTERNACIONAL E A VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR BRASILEIRO**

*Johnathan Lima Oliviera da Paz – johnathan\_op@hotmail.com<sup>1</sup>*

*Missael Pinto Zampier –zampiermissael@gmail.com<sup>2</sup>*

**RESUMO:** Os conflitos de interesse nas relações de consumo têm sido verificados por um período longo de tempo, ensejando a criação de leis específicas em cada país, conforme os interesses próprios. No Brasil, esse assunto ganha importância apenas a partir do ano de 1960, fruto de uma pressão internacional acerca do tema, bem como a percepção da vulnerabilidade do consumidor brasileiro. Com o avanço das relações de consumo e o desenvolvimento da tecnologia, novas formas de comércio são criadas, como o comércio eletrônico, que permite romper com as barreiras geográficas, possibilitando a intensificação do comércio internacional. A presente pesquisa pretende demonstrar a temerosa ineficiência das normas do direito interno sobre a temática, especialmente diante de eventuais conflitos de interesses entre as partes contratuais, já que o comércio eletrônico internacional intensifica a vulnerabilidade do consumidor, em razão de diversos aspectos, os quais serão abordados neste estudo. Dessa forma, faz-se necessário tecer maiores discussões sobre o tema, de forma a delinear possíveis soluções para a questão, como a formalização de leis que, de fato, resguardem os direitos dos consumidores brasileiros, não apenas no comércio interno, mas também em âmbito internacional.

**Palavras-chave:** relação de consumo; vulnerabilidade do consumidor, comércio eletrônico internacional; princípio da confiança; regulamentação.

**ABSTRACT:** Conflicts of interest in consumer relations have been verified for a long period of time, giving rise to the creation of specific laws in each country, according to their own interests. In Brazil, this issue only gained importance from the year 1960, as a result of international pressure on the subject, as well as the perception of the vulnerability of the Brazilian consumer. With the advancement of consumer relations and the development of technology, new forms of commerce are created, such as electronic commerce, which makes it possible to break with geographical barriers, enabling the intensification of international trade. This research aims to demonstrate the fearful inefficiency of the rules of domestic law on the subject, especially in the face of possible conflicts of interest between contractual parties, since international electronic commerce intensifies the vulnerability of the consumer, due to several aspects, which will be addressed in this study. Thus, it is necessary to have more discussions on the subject, in order to outline possible solutions to the issue, such as the formalization of laws that, in fact, protect the rights of Brazilian consumers, not only in domestic trade, but also in international scope.

<sup>1</sup>Bacharel em Direito pela Fundação Presidente Antônio Carlos (FUPAC) – Ubá/MG.

<sup>2</sup> Professor orientador. Graduado em Direito pela Fundação Presidente Antônio Carlos (FUPAC). Professor dos cursos de Direito, Administração e Ciências Contábeis da Fundação Presidente Antônio Carlos (FUPAC), Ubá/MG.

**Keywords:** consumer relationship; consumer vulnerability, international electronic commerce; principle of trust; regulation

## INTRODUÇÃO

A humanidade vive sob uma crescente evolução tecnológica. Tal evolução traz consigo diversas mudanças culturais, sociais, econômicas em todo o mundo, e, além disso, faz nascer novas modalidades de relações jurídicas. Com a evolução comercial e o uso da internet como ferramenta de contato virtual, o consumidor passa a ver o mercado internacional como saída para adquirir melhores preços, produtos e novidades no mercado estrangeiro, e tal prática vem crescendo a cada dia.

Dessa forma, com o crescimento do consumo internacional, cresce também a vulnerabilidade do consumidor, uma vez que este encontra uma série de barreiras que impedem ou dificultam a solução da questão conflituosa, as quais serão abordadas e elucidadas pela presente pesquisa.

Para tanto, este estudo se desenvolveu em quatro capítulos. O primeiro capítulo tratará de forma temporal sobre a evolução da proteção do direito do consumidor no mundo e no Brasil, destacando as regras protetivas trazidas pela Constituição Federal de 1988, que foi um grande marco para a existência do Código de Defesa do Consumidor.

No segundo capítulo busca-se informar ao leitor sobre o conceito de comércio eletrônico, bem como as características da vulnerabilidade do consumidor, destacando as regras consumeristas que as regulam.

Após, no terceiro capítulo, serão apresentadas informações relativas ao cenário mundial quanto ao comércio internacional, a legislação pertinente, as Convenções e os Tratados Internacionais, destacando como o ordenamento jurídico se posiciona sobre a temática, notadamente em relação ao possível conflito de competências.

No quarto e último capítulo serão apresentadas informações capazes de demonstrar ao leitor como o consumidor se torna ainda mais vulnerável ao celebrar contratos eletrônicos de consumo com fornecedores internacionais, visto que, como será evidenciado, alguns fatores conduzem a resultados prejudiciais ao consumidor brasileiro, a exemplo da normatização atualmente em vigor no Brasil e de condições peculiaridades de tal negócio jurídico.

A pesquisa adotou como forma de abordagem o método qualitativo, com a apresentação de conceitos e questões práticas respectivas, sendo certo que o procedimento utilizado para a coleta de dados foi o tipo bibliográfico, a partir de consultas a livros, artigos científicos, legislações e outros materiais encontrados na modalidade online.

## 1. A EVOLUÇÃO DA PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR

Em matéria de proteção do consumidor, importante mencionar inicialmente que o Estado Liberal (séculos XVII a XIX) não intervinha nas relações comerciais, o que possibilitava a expressão de poder daqueles que o detinham de forma inexorável. Esse fato, por muito tempo, possibilitou que os trabalhadores e até mesmo os consumidores sofressem abusos nas jornadas e condições de trabalho, bem como na comercialização de bens.

Nos primórdios da Revolução Industrial, por volta do século XVIII, o trabalho nas fábricas emergentes era similar ao escravo, no qual a mão-de-obra era preferencialmente infantil e feminina (grupo social desfavorecido e com pouca ou nenhuma voz ativa naquele momento).

Conforme elucida SOUZA *et al.* (2018), apenas no final do século XIX têm-se a formulação de leis que objetivavam defender o consumidor, mesmo assim essas eram pontuais e estavam inseridas em algumas regiões industriárias, tais como, Inglaterra, França, Estados Unidos, Alemanha. Essa normatização tem seu surgimento por meio de criação de associações e ligas de defesa do consumidor.

Destarte, apenas no final do século XX que foi percebida a real necessidade de uma legislação plausível que defendesse o interesse dos consumidores. Deste modo, o então presidente dos Estados Unidos da América, John F. Kennedy, enviou uma mensagem ao Congresso Nacional norte-americano, a respeito do tema Proteção do Consumidor, em 1962. Essa mensagem, porém, somente foi direcionada ao Congresso daquele país mediante a insurgência de uma forte corrente de protesto realizada pelos norte-americanos.

O cenário econômico era caótico, e uma das grandes empresas automobilísticas do país, a Ford, estava perdendo mercado para as empresas Japonesas. E para tentar se reerguer frente a crise econômica a empresa americana coloca no mercado um novo modelo de carro, cujo nome era Ford Pinto. Esse, por sua vez, apresentava algumas falhas técnicas no tanque de combustível que provocam diversos acidentes e incêndios durante o uso, sendo que a maioria deles eram fatais.

Os engenheiros dessa indústria automobilística descobriram a maneira de corrigir tal defeito, mas esse fornecedor decidiu que nada faria a respeito. Então, nesse momento, a população norte-americana passa a realizar os primeiros protestos, indignados com tamanho descaso. E por essa razão, o então presidente se posiciona frente ao Congresso, buscando

solucionar o caos instaurado, ou mesmo acalmar os ânimos daqueles cidadãos. Nesse comunicado, Kennedy afirma que o grupo econômico de maior relevância era os consumidores, contudo, não tinha ainda uma organização plena com a defesa de seus direitos básicos (saúde, segurança, informação e à escolha) (CAVALIERE, 2011, p.17-18)

A partir desse fato histórico houve a criação de legislações em diversos países, nas quais estão imputados os direitos e deveres do consumidor. A partir daí, foi instituído o dia 15 de março como o Dia Mundial dos Direitos do Consumidor, graças ao pronunciamento de John F. Kennedy junto ao Congresso. (SOUZA *et al.*, 2018)

De acordo com o Ministério da Justiça e Segurança Pública do Brasil (Brasil, 2020) “a defesa do consumidor no Brasil se desenvolveu a partir da década de 1960, quando foi reconhecida a vulnerabilidade do consumidor e sua importância nas relações comerciais nos Estados Unidos.”

À época, a legislação que amparava os consumidores não era efetiva nem abrangia de forma igualitária todo o território nacional. A crescente inflação que ocorria no Brasil foi agente motivador para a criação de normas regulamentadoras do comércio interno que resguardassem os consumidores. Finalmente, na década de 70, foram criados os pioneiros órgãos de defesa do consumidor.

Seguidamente, na década de 80, houve o surgimento do movimento consumerista que visava a implementação da discussão sobre a defesa do consumidor na Assembleia Nacional Constituinte. Logo, em 1985, foi promulgado o Decreto n. 91.469 que possibilitou a criação do Conselho Nacional de Defesa do Consumidor, composto de uma extensa gama de associações de usuários de serviços, como, por exemplo: PROCONS, OAB, Ministério Público, Confederação da Indústria etc. A partir da criação desse Conselho foi possível conceber a Política Nacional de Defesa do Consumidor. (BRASIL,[s.d.]

De acordo com Souza *et al.* ,2018, o desenvolvimento da legislação brasileira que rege o direito do consumidor ocorreu de forma letárgica devido a tardia industrialização, além da política estatal do liberalismo econômico que favorecia ainda a elite.

Além disso, quando foram criadas as primeiras normas regulamentadoras, os processos demandavam que o consumidor dispusesse de evidências que demonstrassem que não havia sido provocado dano ao produto/bem pelo fornecedor. Os processos eram demorados e desgastantes, normalmente beneficiavam os fornecedores e esses fatores eram grandes desestimulantes para que o consumidor, parte mais vulnerável da relação, buscasse então processos judiciais para pleitear seus direitos.

Esse cenário sofreu grandes mudanças a partir da promulgação da Constituição de 1988, a qual cuidou de regular em seu art. 5º que “todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e estrangeiros residentes no país a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, mencionando ainda no inciso XXXII que “o Estado promoverá na forma da lei, a defesa do consumidor”.

Mais tarde, em 11 de setembro de 1990, foi criada a Lei 8.078, que instituiu no ordenamento jurídico brasileiro o Código de Defesa do Consumidor (CDC), assegurando o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor nas relações de consumo, reconhecendo diversos princípios e direitos fundamentais constitucionais de proteção ao consumidor.

A elucidação de um Código de Consumo torna-se um imponente fator para que, de fato, seja enfatizado e praticado o CDC, dando-lhe maior notoriedade, autonomia e força em âmbito nacional. (Souza *et al.*, 2018). Nas palavras do prof. Cavaliere:

“O código de Defesa do Consumidor é uma lei principiológica, que se destina a efetivar no plano infraconstitucional, os princípios constitucionais de proteção e defesa do consumidor, como já ficou ressaltado. Para tanto, ele criou uma sobreestrutura jurídica multidisciplinar, normas de sobre-direito aplicáveis em todos os ramos do Direito onde ocorrem relações de consumo. Usando uma figura, costumamos dizer que o código fez um corte horizontal em toda a extensão da ordem jurídica, levantou o seu tampão e espargiu a sua disciplina por todas as áreas do direito público ou privado, contratual e extracontratual, material e processual onde ocorrem relações de consumo”. (CAVALIERE, 2011, p. 15)

O CDC foi criado após toda uma movimentação histórica de luta, cujo objetivo maior era dar suporte ao sujeito consumidor, que, naturalmente, é tido como ser vulnerável em relação àquele que lhe oferece produtos ou serviços, seja no âmbito social, econômico, ou por ser detentor dos meios e modos de produção.

Tamanha é a relevância desse Código que no ano de 2010, mediante a promulgação da lei 12.291, passou a ser obrigatória a disponibilização, nos estabelecimentos comerciais, de um exemplar do CDC com livre acesso a todos os consumidores, para que tenham ciência a respeito de seus direitos.

Dessa maneira, busca-se assegurar plena vigência dos direitos e deveres dos sujeitos na relação jurídica de consumo, de forma a se buscar mais segurança e equilíbrio na seara do consumo, mitigando a problemática em torno da vulnerabilidade do consumidor.

## **2. CARACTERÍSTICAS E PECULIARIDADES SOBRE A RELAÇÃO ENTRE CONSUMIDOR E FORNECEDOR NO COMÉRCIO ELETRÔNICO INTERNACIONAL**

### **2.1) Conceito e características da vulnerabilidade do consumidor**

É comum a ocorrência de consumidores sendo lesados por falta de conhecimento sobre determinado produto ou serviço colocados no mercado nacional ou estrangeiro. Assim, é importante traçar conceitos sobre a expressão consumidor vulnerável, bem como suas características.

O artigo 2º do CDC define consumidor as pessoas físicas ou jurídicas que adquirem produto ou serviço como destinatário final, equiparando-se ainda a consumidores a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que tenham intervindo na relação de consumo, sejam brasileiros ou estrangeiros

Já o artigo 4º, incisos I e III do CDC considera o consumidor como a parte mais fraca da relação de consumo, visto que este não tem conhecimentos técnicos e específicos de como é fabricado o produto, havendo desequilíbrio entre os contratantes.

A doutrina menciona quatro tipos de vulnerabilidade do consumidor: a técnica, a socioeconômica, a informacional e a jurídica.

A vulnerabilidade técnica é aquela em que o fornecedor possui mais conhecimentos técnicos sobre seus produtos, bem como dos componentes de fabricação, montagens, dentre outros. Já na vulnerabilidade socioeconômica, pode-se dizer que o fornecedor tem poder econômico superior ao do consumidor. Pode-se considerar a informacional aquela na qual o fornecedor tem toda informação e especificações sobre o produto, ao passo que se uma informação não está descrita corretamente, o consumidor acaba crendo ser verdadeira. Por último, a vulnerabilidade jurídica diz respeito ao fato de o fornecedor ter mais condições de buscar profissionais mais qualificados do que o aquele consumidor de poucos recursos financeiros.

### **2.2) O comércio eletrônico**

O comércio eletrônico pode ser definido como toda relação em que se estabelece um vínculo comercial no âmbito virtual, não havendo distinção se o bem de consumo comercializado é virtual ou físico. O que de fato é relevante é a maneira que essa relação comercial é efetivada. Atualmente, tem-se utilizado o termo *e-commerce* para designar esse tipo de relação econômica. (PAIVA *et al*, 2020).

Fábio Ulhoa Coelho, 2007, conceitua o comércio eletrônico como: “[...] os atos de circulação de bens, prestação ou intermediação de serviços em que as tratativas pré-contratuais e a celebração do contrato se fazem por transmissão e recebimento de dados por via eletrônica, normalmente no ambiente da internet.” É possível interpretar tal elucidação como qualquer tipo de acordo entre partes no qual é feita promessa de entrega de serviços ou bens de consumo partindo do princípio da confiança nas relações de consumo.

É notório o aumento das relações mercantis no âmbito virtual, especialmente naquilo que diz respeito ao comércio internacional. Nesse ponto, há certo debate sobre as barreiras jurídicas que o consumidor enfrenta à mercê das políticas de proteção das relações de consumo do local onde o serviço é contratado.

Por vezes, aceita-se termos de contratação desconhecidos devido aos limites linguísticos. Ademais, cada país apresenta sua própria normatização referente aos direitos de consumo, o que pode ser uma objeção ao direito nacional de consumo, sendo mais protetivo do que naquele no qual se encontra o provedor da mercadoria. (OBREGON, PACHECO, 2018).

### **3 – A REGULAMENTAÇÃO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO INTERNACIONAL NO CENÁRIO BRASILEIRO E INTERNACIONAL**

Com a crescente globalização e com os avanços da tecnologia, o uso da internet passou a ser um meio essencial na vida das pessoas, principalmente para trabalhar, estudar e fazer compras online. Na busca por melhores preços e novidades tecnológicas, consumidores procuram outras alternativas fora do comércio local, sendo atraídos para comércio estrangeiro, fator este que possibilita que o consumidor se sujeite a certos riscos, como, por exemplo, a garantia do produto, mercadoria extraviada, exposição de dados de cartão de crédito, dentre outros.

Em razão disso, é importante saber qual legislação o consumidor brasileiro poderá buscar em casos de conflito de interesses.

Partindo do pressuposto de que o consumidor possui vulnerabilidade em relação ao fornecedor, especialmente no que tange ao mercado internacional, foi necessária a criação de normas que buscassem mitigar os impactos em desfavor do consumidor. Por essa razão, é possível identificar novos métodos que podem auxiliar na proteção do consumidor, especificamente na esfera internacional.

Pode-se exemplificar a International Consumer Protection and Enforcement Network (Rede de Proteção e Fiscalização do Consumidor, ICPEN), que foi uma inovação para as tutelas protetivas

consumeristas. Essa, por sua vez, representa uma rede global que objetiva a defesa dos interesses dos usuários ao tratar de litígios para equilibrar as relações entre as partes, especialmente em casos controversos.

A ICPEN abrange diversos países, entretanto o Brasil não faz parte dessa rede de apoio ao consumidor. (CASTRO, MALTA, 2017)

Além da ICPEN, foi criada pela Organização das Nações Unidas (ONU) a Resolução 39/248, que busca assegurar que os consumidores possam ter seus direitos garantidos e diminuir de maneira eficiente que práticas abusivas sejam realizadas. A ONU buscou, também, manter nessa Resolução a possibilidade de adequação das diretrizes em cada país, havendo uma especial preocupação com os países em desenvolvimento devido a maior possibilidade de vulnerabilidade dos consumidores.

A citada Resolução define ainda como parâmetro, a segurança de que, caso haja necessidade de o consumidor buscar o judiciário, que isso ocorra de forma ágil, barata, justa, acessível e que de fato o fornecedor seja responsabilizado pelos danos gerados. (CASTRO, MALTA, 2017)

A Legislação brasileira, especialmente o CDC, ainda é omissa ao tratar sobre o assunto. Segundo o Código de Processo Civil brasileiro (CPC), em seu art. 22, inciso II, o Brasil terá competência exclusiva nas ações em que o consumidor tiver domicílio ou residência fixa no Brasil, porém, tal hipótese só será aplicada se não houver cláusula de eleição de foro exclusivo estrangeiro em contrato internacional, conforme o artigo 25, §1º, do CPC.

Frente a tal realidade, os magistrados deverão socorrer-se ao artigo 9º, parágrafos 1º e 2º, da Lei de Introdução as Normas do Direito Brasileiro (Decreto Lei 4657/42), os quais afirmam que destinando-se a obrigação a ser executada no Brasil e dependendo de forma essencial, será esta observada, admitidas as peculiaridades da lei estrangeira quanto aos requisitos extrínsecos do ato, enfatizando-se que a obrigação resultante do contrato reputa-se constituída no lugar em que residir o proponente, ou seja, o fornecedor estrangeiro.

Conforme o Pronunciamento 173 da III Jornada do Direito Civil é realizado o acordo comercial quando o consumidor efetua a compra online. Nesse caso, em sendo a compra internacional realizada por consumidor residente no Brasil, a lei que deveria reger processos relacionados a tais compras deveria ser a do local onde o acordo foi firmado. Assim, aponta Eduardo Prigenzi:

O art. 9.º, por sua vez, ao trazer a conexão quanto às obrigações em geral, determina que, para qualificar e reger as obrigações, aplicar-se-á a lei do país em que se constituírem. A análise da LINDB expõe, entretanto, a fragilidade do ordenamento brasileiro quanto ao consumo internacional. A conexão estipulada no art. 9.º mostra-se insuficiente para abranger as mais diversas espécies de obrigações; as relações de consumo revestem-se de traços particulares que demandam um tratamento específico

e cuidadoso por parte da legislação, que considere a hipossuficiência do consumidor e procure adaptar as normas jurídicas à busca pela melhor forma de exercício de seus suas pretensões. (SALES, 2016, p. 18)

Essa proposição da lei desqualifica a possibilidade de que sejam utilizadas a legislação que seja mais eficiente na defesa do consumidor, deixando-o em situação de maior vulnerabilidade, e exposto a diversas dificuldades, a exemplo da falta de acesso à língua de seu país de origem, desqualificando-o frente aos conflitos nas relações de consumo, pois abre margens para que o fornecedor do produto/serviço possa se favorecer da legislação de seu país para conduzir alguma vantagem em conflitos em que haja divergência ou dano ao produto entregue ao consumidor.

Sobre o tema, ressalte-se a existência do Projeto de Lei n. nº281/2012, de autoria do então Senador José Sarney, cujo objetivo é a proteção do consumidor no comércio eletrônico, que altera alguns dispositivos importantes do CDC e da LINDB (Decreto-lei 4.657/1942). O projeto propõe alterar o artigo 9º e acrescentar o artigo 9-B à LINDB que será de suma importância para sanar as lacunas existentes nas relações de consumo internacionais.

O projeto, aprovado no Senado, se encontra atualmente na Câmara dos Deputados como o PL 3514/2015, apensado ao PL 4.906/2001, aguardando a sua apreciação pelo plenário. Desse modo, é necessária a renovação da proposta para evitar que o consumidor continue tendo sua vulnerabilidade agravada em relação a compra de novos produtos e serviços decorrentes do mercado internacional.

De acordo com a proposta legislativa, o artigo a ser inserido ao CDC teria a seguinte redação:

“Art. 9º-B. O contrato internacional de consumo, entendido como aquele realizado entre um consumidor pessoa natural e um fornecedor de produtos e serviços cujo estabelecimento esteja situado em país distinto daquele de domicílio do consumidor, reger-se-á pela lei do lugar de celebração ou, se executado no Brasil, pela lei brasileira, desde que mais favorável ao consumidor

A proposta buscou cobrir a lacuna existente na atual LINDB, podendo aplicar a lei brasileira ou estrangeira, desde que ela seja mais favorável ao consumidor, fazendo prevalecer, com certa cautela, o princípio da autonomia da vontade.

Hoje, a maioria dos países tem adotado o princípio da autonomia da vontade no direito internacional privado como pilar das relações de consumo. Tal princípio estipula que as partes têm liberdade para contratar e optar pela norma mais benéfica para o consumidor, desde que respeitem a ordem pública e os bons costumes. Salienta Nádia de Araújo que:

(...) Ao contrário da grande utilização do princípio nos países europeus, a situação no Brasil ainda não evoluiu. A LINDB, no seu Art.9º, não menciona o princípio da

autonomia da vontade e, embora muitos juristas sejam a favor, o princípio não encontra acolhida expressa em nossa legislação. Esta afirmação decorre da leitura do artigo, que não pode ser comparado com outras normas sobre o tema que o permitem expressamente, como, por exemplo, a Convenção Interamericana sobre a Lei Aplicável aos Contratos Internacionais. Somente com a revisão da LINDB e a adoção dos princípios consagrados na Convenção Interamericana é que se poderá permitir de forma segura a utilização do princípio da autonomia da vontade para escolha da lei aplicável em contratos internacionais. (ARAUJO,2016,p.445)

Conforme já percebido, a mudança do artigo 9º seria um grande avanço na legislação pátria, o que daria a possibilidade de as partes escolherem a legislação mais benéfica para o consumidor brasileiro, conferindo maior proteção jurídica nos comércios eletrônicos.

Em 2011, diversos países do mundo se reuniram para participação em mais uma Conferência de Haia. O evento oportunizou a criação dos Princípios sobre os Contratos Internacionais, com o objetivo de ser estabelecer diretrizes para nortear a criação de regulamentos e normas que direcionarão o direito do consumidor em âmbito internacional, visando a criação de leis nos países que ainda não possuem legislação própria nesta seara.

Destaca-se que os princípios estabelecidos na citada Conferência são de caráter não vinculante, ou seja, não obrigam que sejam utilizados na construção das normas que regem o direito internacional nos países que ainda estão formulando legislação própria, como é o caso do Brasil. Porém, cabe ressaltar que estes princípios seriam apenas um norte se o Brasil quisesse seguir, já que as normas internas de proteção ao consumidor prevaleceriam frente aos princípios de Haia e a autonomia da vontade.

Outro assunto que merece destaque é o da Convenção de Varsóvia, que foi substituída pela Convenção de Montreal de 1999, sendo incorporada pelo Brasil apenas em 2006. Ela foi criada para mediar conflitos existentes entre relações de consumo que envolvem transporte aéreo internacional. Assim, o consumidor que tinha sua bagagem extraviada utilizava a seu favor o CDC e o fornecedor adotava em sua defesa a convenção de Montreal, que prevê, dentre outros, que as indenizações nos casos de lesão ao consumidor deveriam ser de acordo com o dano sofrido.

Em 2017, no julgamento Recurso Extraordinário 636331, o STF entendeu que a Convenção de Varsóvia prevaleceria sobre o CDC, fundamentando que deveria prevalecer o princípio da reciprocidade, previsto no art. 178 da Constituição Federal, cujo texto afirma que as partes devem ter mútuo respeito e igualdade nas relações contratuais no transporte internacional. Contudo, pode-se perceber que essa decisão gerou danos ao consumidor, uma vez que o CDC garante o ressarcimento dos valores de forma integral quando o consumidor é lesado. No entanto, tal decisão foi contrária ao CDC, e prejudicou ainda mais o consumidor que contrata um produto ou serviço com uma empresa estrangeira. (OLIVEIRA, 2020).

### 3.1) O comércio eletrônico internacional e o direito comparado

Conforme já visto, o Brasil não tem uma norma específica que protege o consumidor diante do comércio eletrônico internacional, tendo adotado o artigo 9º da LINDB, o qual menciona que, em tais relações jurídicas, deve ser aplicada a lei do local do proponente.

Em uma breve análise, o estudo apresenta como alguns países vêm enfrentando a temática.

O Código Civil de Quebec traz norma específica sobre a questão. Afirma tal regramento que em se tratando de acidentes de produtos, a vítima tem a possibilidade de escolher entre a lei do Estado em que o produto foi adquirido ou sua residência e a legislação do país do fabricante do produto.

O código da Venezuela traz normas imperativas nacionais, as quais se posicionam favoravelmente às vítimas de acidentes ou na ocorrência de atos ilícitos.

No Paraguai, a legislação consumerista é do ano de 1998, e com relação a qual lei a ser aplicada nas relações contratuais, seu artigo 17 indica o lugar da execução da obrigação.

No Uruguai, sua legislação específica é de 1999 e seu atual Código Civil de 1994, menciona que nas relações obrigacionais a lei aplicável será do lugar da execução. (MARQUES, p.24, 2001).

No que diz respeito à Doutrina Argentina, seus artigos 1209 e 1210 preveem a aplicação *lex loci executionese* da *lex loci celebrationes*, mas de acordo com os doutrinadores Argentinos eles alertam que a primeira conexão irá aplicar a lei do fornecedor a aquele que realizou a prestação principal realizada pelo consumidor; já a segunda conexão favorece a aplicação da lei do lugar de assinatura dos contratos. Nesse caso, pode haver a desproteção dos turistas e aqueles que utilizam o comércio como forma de adquirir algum bem. Para assegurar então, os diversos tipos de sujeitos que podem estar envolvidos nas relações comerciais, aquele país permite a utilização da "ley del lugar de adquisición del producto". Tem como finalidade respaldar o consumidor frente a manutenção dos seus direitos no meio comercial, visto que é o mais vulnerável na relação. (MARQUES, p. 25, 2001)

## 4. A VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR E OS POSSÍVEIS RISCOS GERADOS PELO COMÉRCIO ELETRÔNICO INTERNACIONAL

Como visto, o avanço tecnológico e o crescente uso da internet expandiu consideravelmente a relação entre consumidor e fornecedor. O que antes acontecia por contato

físico, hoje ocorre por meio virtual, seja através de e-mails, redes sociais, aparelhos celulares, dentre outros. Assim, pelo uso rotineiro dessa ferramenta que cresce constantemente, o meio de comercialização de produtos também cresceu, bem como a forma de consumo, sendo possível o consumidor adquirir produtos em diversos países.

Dessa forma, este vínculo contratual ocorre quando o fornecedor faz uma oferta de seu produto, seja por um site ou *e-commerce* e, posteriormente, o consumidor faz a compra. Hoje há um aumento considerável de consumidores que adquirem produtos no comércio internacional, são os chamados *e-commerce* ou comércio exterior.

O consumidor que compra em sites estrangeiros pode estar sujeito a certas complicações, primeiro, pois não se sabe de fato quem realmente está do outro lado do mundo vendendo um produto, se é uma máquina virtual, uma criança, um adolescente ou se realmente é um vendedor que leva o contrato com seriedade, lealdade e segurança.

Por isso, é importante que nesta relação jurídica esteja presente, dentre outros, um importante princípio fundamental das relações comerciais: o princípio da transparência ou da confiança.

Tal princípio é considerado um dos principais princípios da relação de consumo, visto que ao firmar um contrato com o fornecedor, o qual cria uma série de esperanças no consumidor, que fica ansioso que o contrato seja pactuado com o mínimo de certeza de que seja concretizado.

Dessa forma, ensina Sylvio Copanema no seguinte trecho:

O consumidor confia que o produto ou o serviço que lhe são oferecidos são seguros e correspondem à qualidade descrita pelo fornecedor. Confia que as informações que lhe foram prestadas são verdadeiras, completas e adequadas, e que, se apesar disso, sobrevier um dano, ele será integralmente reparado. É a confiança que confere credibilidade ao mercado de consumo, incentivando e aquecendo a demanda. Ninguém se disporia a adquirir um produto, ou contratar um serviço, se suspeitasse não serem verdadeiras as informações do fornecedor, ou que tivesse ele algum defeito. (SOUZA,2018,p.19).

Nesse contexto, verifica-se o quanto é dificultoso adquirir um produto no mercado estrangeiro sem conhecer de fato o fornecedor. O consumidor fica vulnerável aos riscos do comércio, fica receoso se as informações são verdadeiras. O princípio da confiança proporciona um maior equilíbrio e segurança entre as partes, fator importante para que o contrato se concretize da melhor forma possível.

Comprar no exterior não é tão simples como comprar no comércio nacional. É importante saber algumas das dificuldades enfrentadas pelo consumidor que compra no mercado estrangeiro, bem como sua vulnerabilidade frente ao fornecedor internacional.

Dentre tais vulnerabilidades encontradas, a linguagem seria a principal delas, visto que diversos sites ainda não oferecem um mecanismo de tradução eficaz para que o consumidor faça a compra de forma clara e sucinta.

Ainda, o consumidor pode se deparar com um produto completamente diferente do que consta nas fotos e a descrição do produto não possa corresponder como realmente é, podendo ser falsificado ou adulterado.

Além disso, uma das formas de efetuar a compra seria por meio do cartão de crédito, o que possibilita que o consumidor possa ter dados ‘vazados’, pois não se sabe de fato com quem se negocia, se realmente o fornecedor é confiável. Não raras vezes a mídia noticia que consumidores foram lesados por acessar sites falsos e tiveram dados pessoais roubados e, no comércio internacional, isso não seria diferente, pois com apenas um clique no provedor de internet pode levar o consumidor para um site internacional fraudulento, e isso poderia trazer uma insegurança e riscos irreparáveis para o consumidor brasileiro.

Outrossim, ao receber o produto vicioso e não encontrar uma solução de forma amigável com o fornecedor estrangeiro, o consumidor poderá encontrar algumas barreiras para buscar seus direitos na esfera jurídica, ao passo que a legislação brasileira ainda é omissa nessa questão, além de que os custos processuais podem ser mais caros que o próprio produto, sem contar a demora na solução.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ante o exposto, percebe-se o consumidor brasileiro se torna cada vez mais vulnerável quando efetua um contrato de consumo com um fornecedor estrangeiro, devido as diversidades encontradas no comércio eletrônico internacional.

Ao adquirir um produto ou serviço em outro país, o consumidor brasileiro se depara com a falta de uma legislação específica que possa regular a sua proteção. O CDC é omissos ao tratar sobre o assunto e os países estrangeiros possuem suas próprias normas. Diante da necessidade de uma lei que ampare o consumidor na aquisição de um produto extraviado ou defeituoso, seria necessário recorrer ao direito internacional privado e as convenções internacionais, que nem sempre zelarão pelos direitos do consumidor, os quais se aplicam nos limites territoriais brasileiros.

Atualmente, pela falta de uma legislação que regule a questão, o Brasil vem adotando o artigo 9º da LINDB para suprir esta lacuna existente na legislação brasileira, porém tal artigo prejudica o consumidor, pois daria margem para que o fornecedor aplicasse a norma de seu país, que nem sempre é favorável ao consumidor brasileiro. Dessa forma, é de suma importância a aprovação do projeto de Lei proposto pelo então senador José Sarney - PL 281/12, no qual visa incrementar o artigo 9-B à LINDB, dando maior segurança ao consumidor que adquire produtos no comércio eletrônico internacional, conferindo-lhe a possibilidade de escolher a norma que lhe seja mais favorável.

Por fim, o presente artigo científico apresentou alguns posicionamentos da doutrina acerca das soluções adotadas para tais conflitos de normas, assim como dos conflitos decorrentes dessa da relação de consumo, podendo-se aferir que a questão envolvendo a não proteção do consumidor brasileiro no comércio eletrônico internacional amplifica ainda mais a sua vulnerabilidade frente ao fornecedor, fato que deve ser reparado.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAUJO, N. De. **Direito Internacional Privado**. 1 ed. Porto Alegre, revolução eBook, 2016. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/read/405778776/Direito-Internacional-Privado-Teoria-e-Pratica-Brasileira#>>. Acesso em: 15 out. 2020

BRASIL, Conselho da Justiça Federal. **Enunciado 173 da III jornada do Direito Civil**. Disponível em; <<https://www.cjf.jus.br/enunciados/enunciado/311>> Acesso em: 12 out. 2020

BRASIL. **LEI Nº 9.307, DE 23 DE SETEMBRO DE 1996**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19307.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%209.307%2C%20DE%2023,Disp%C3%B5e%20sobre%20a%20arbitragem.&text=Art.,relativos%20a%20direitos%20patrimoniais%20dispon%C3%ADveis.&text=2%C2%BA%20A%20arbitragem%20poder%C3%A1%20ser,eq%C3%BCidade%2C%20a%20crit%C3%A9rio%20das%20partes](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19307.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%209.307%2C%20DE%2023,Disp%C3%B5e%20sobre%20a%20arbitragem.&text=Art.,relativos%20a%20direitos%20patrimoniais%20dispon%C3%ADveis.&text=2%C2%BA%20A%20arbitragem%20poder%C3%A1%20ser,eq%C3%BCidade%2C%20a%20crit%C3%A9rio%20das%20partes)> . Acesso em: 10 out. 2020.

BRASIL, SENADO FEDERAL. **Ofício nº 1.609/SF**. Brasília, DF: Senado Federal, 0 nov. 2015. Disponível em: <[camara.leg.br/proposicoesWeb/prop\\_mostrarintegra?codteor=1408274&filename=Tramitacao-PL+3514/2015](http://camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1408274&filename=Tramitacao-PL+3514/2015)>. Acesso em: 14 out. 2020

BRASIL. SENADO FEDERAL. **Projeto de Lei do Senado nº 281**, de 2012. Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para aperfeiçoar as disposições gerais do Capítulo I do Título I e dispor sobre o comércio eletrônico. Disponível em: <<http://www.praticadapesquisa.com.br/2011/06/como-apresento-referencia-de-um-projeto.html>>. Acesso em: 14 out. 2020

CASTRO, Bárbara Carneiro Paolinelli de; MALTA, Marcella de Vasconcelos et al. . **Revista Jus Navigandi**, ISSN 1518-4862, Teresina, ano 22, n. 5280, 15 dez. 2017. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/62654>. Acesso em: 11 out. 2020.

CAVALIERE FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**.3 ed. São Paulo:Atlas, 2011. p.15. Disponível em:<https://www.passeidireto.com/arquivo/69220920/programa-de-direito-do-consumidor-sergio-cavaliere-filho-2019>. Acesso em: 04 de out. 2020

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de Direito Comercial: direito de empresa**. 8ª São Paulo: Saraiva, 2011. Disponível em:  
<[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/1745047/mod\\_resource/content/1/Manual%20de%20Direito%20Comercial%20-%20Fabio%20Ulhoa%20Coelho.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/1745047/mod_resource/content/1/Manual%20de%20Direito%20Comercial%20-%20Fabio%20Ulhoa%20Coelho.pdf)> . Acesso em: 04 out. 2020

GOVERNO FEDERAL, A defesa do Consumidor no Brasil. **MINISTÉRIO DA JUSTIÇA E SEGURANÇA PÚBLICA**, Brasil, 20???. Disponível em:<<https://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/a-defesa-do-consumidor-no-brasil#:~:text=A%20defesa%20do%20consumidor%20no%20Brasil%20se%20desenvolveu%20a%20partir,o%20ent%C3%A3o%20presidente%20John%20F>>. Acesso em: 03 out. 2020

MARQUES, C. L. A insuficiente proteção do consumidor nas normas do Direito Internacional Privado - Da necessidade de uma Convenção Internacional (CIDIP) sobre a lei aplicável a alguns contratos e relações de consumo. **Extrato do Curso “A proteção do consumidor: aspectos de direito Privado regional e geral”**, Curso de Direito Internacional, CJI/OEA, Washington/Rio de Janeiro, 2001 (nPrelo). Disponível em:<[http://www.oas.org/DIL/ESP/CIDIPVII\\_home\\_temas\\_cidip-vii\\_proteccionalconsumidor\\_leyaplicable\\_apoyo\\_propuestabrasil\\_port.pdf](http://www.oas.org/DIL/ESP/CIDIPVII_home_temas_cidip-vii_proteccionalconsumidor_leyaplicable_apoyo_propuestabrasil_port.pdf)>. Acesso em: 30 nov. 2020

OLIVEIRA, B. G. De. Prevalência da Convenção de Varsóvia ( ou de Montreal) sobre o CDC nos casos que envolvem o transporte aéreo internacional . **Mazzucco& Mello Advogados** . São Paulo, 2020. Disponível em: <<https://www.mazzuccoemello.com/prevalencia-da-convencao-de-varsovia-ou-de-montreal-sobre-o-cdc-nos-casos-que-envolvem-transporte-aereo-internacional/>> . Acesso em : 17 out. 2020.

PACHECO, T. F; OBREGON, M. F. Q. A vulnerabilidade do direito do consumidor no comércio eletrônico internacional à luz das normas de direito internacional privado. **Ambito Jurídico**, São Paulo, 171, 01 Abril 2018. Disponível em: <<<https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-171/a-vulnerabilidade-do-consumidor-no-comercio-eletronico-internacional-a-luz-das-normas-de-direito-internacional-privado/>>>. Acesso em: 03 out. 2020.

PAIVA, K. R. de. A proteção jurídico internacional do consumidor brasileiro em face do comércio eletrônico. **Conteúdo Jurídico**, Brasília-DF: 04 out 2020. Disponível em: <<http://www.conteudojuridico.com.br/consulta/Artigos/54551/a-proteo-juridico-internacional-do-consumidor-brasileiro-em-face-do-comrcio-eletrnico>> . Acesso em: 04 out 2020.

SENADO FEDERAL. **PL 3514/2015 - Projeto de Lei**. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2052488>> Acesso em: 10 out. 2020

SALES, Eduardo Prigenzi; A aplicabilidade do direito estrangeiro nas relações internacionais de consumo pelo diálogo das fontes. **Revista dos Tribunais**, Fevereiro 2016. Disponível em: [http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao\\_e\\_divulgacao/doc\\_biblioteca/bibli\\_servicos\\_produtos/bibli\\_boletim/bibli\\_bol\\_2006/RTrib\\_n.964.09.PDF](http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao_e_divulgacao/doc_biblioteca/bibli_servicos_produtos/bibli_boletim/bibli_bol_2006/RTrib_n.964.09.PDF).> Acesso em 02 de nov.2020

SOUZA, S. C. de; WERNER, J. G.V.; NEVES, T.F. C. Direito do consumidor. **Forense**: Rio de Janeiro, 1ª ed., 2018. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788530981273/cfi/6/10!/4/30/2@0:0>> . Acesso em: 4 out. 2020