

O COMÉRCIO ELETRÔNICO TRANSFRONTEIRIÇO E A INSUFICIÊNCIA DA PROTEÇÃO CONSUMERISTA NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO

Autor: Jhonatas Israel Andrade Ramos¹

Orientadora: Ana Carla Sanches Lopes Ferraz²

RESUMO

Este artigo analisa a complexidade do comércio eletrônico transfronteiriço e a insuficiência da legislação brasileira de proteção ao consumidor. A pesquisa explora os desafios jurídicos inerentes a essa modalidade de consumo, como o conflito de leis e jurisdição, a dificuldade de identificação do fornecedor e a onerosa e complexa execução de sentenças estrangeiras, que acentuam a fragilidade do consumidor. Examina-se a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor (CDC) às relações internacionais, destacando como a interpretação judicial busca superar os limites da territorialidade, mas sem, contudo, resolver os entraves práticos e as lacunas normativas existentes, como a ausência de regulação específica para o setor e a delicada questão da responsabilidade das plataformas digitais. O estudo discute, ainda, mecanismos internacionais de cooperação e proteção, e propõe alterações na legislação brasileira e a adoção de boas práticas, como a autorregulamentação e a conscientização do consumidor, visando aprimorar a segurança jurídica e a efetividade dos direitos consumeristas. Conclui-se que a proteção do consumidor nesse cenário exige um esforço coordenado entre legisladores, órgãos reguladores e o setor privado para garantir um ambiente de consumo global mais equitativo e seguro.

Palavras-chave: Comércio eletrônico transfronteiriço; Proteção do consumidor; Direito internacional privado; Código de Defesa do Consumidor; Vulnerabilidade consumerista; Legislação brasileira.

¹ Fundação Educacional de Fernandópolis, jho_na_tas.igr@hotmail.com

² Fundação Educacional de Fernandópolis, anaferraz.adv@hotmail.com

ABSTRACT

This article analyzes the complexity of cross-border electronic commerce and the insufficiency of Brazilian consumer protection legislation. The research explores the inherent legal challenges in this mode of consumption, such as the conflict of laws and jurisdiction, the difficulty in identifying the supplier, and the enforcement of foreign judgments, factors that intensify consumer vulnerability. The applicability of the Consumer Defense Code (CDC) to international relations is examined, highlighting how judicial interpretation seeks to overcome the limits of territoriality, yet without fully resolving existing practical obstacles and regulatory gaps, such as the absence of a specific law for the sector and the issue of digital platforms' liability. Furthermore, the study discusses international cooperation and protection mechanisms and proposes changes to Brazilian legislation, alongside the adoption of best practices, such as self-regulation and consumer awareness, aiming to enhance legal certainty and the effectiveness of consumer rights. It is concluded that consumer protection in this scenario requires a coordinated effort between legislators, regulatory bodies, and the private sector to ensure a more equitable and secure global consumption environment.

Keywords: Cross-border electronic commerce; Consumer protection; Private international law; Consumer Defense Code; Consumer vulnerability; Brazilian legislation.

1 INTRODUÇÃO

O cenário global contemporâneo é profundamente marcado pela ascensão e consolidação do comércio eletrônico transfronteiriço, uma modalidade que redefine as interações mercantis e desafia as fronteiras geográficas e jurídicas. Esse fenômeno, impulsionado pela universalidade da internet e pela crescente conectividade, permite que consumidores adquiram bens e serviços de fornecedores localizados em qualquer parte do mundo com uma facilidade sem precedentes. No entanto, a agilidade e a conveniência inerentes a essas transações virtuais contrastam diretamente com a complexidade das implicações legais que emergem da ausência de territorialidade das relações de consumo, gerando uma patente zona de incerteza jurídica que compromete diretamente a proteção do consumidor. A relevância desta área de estudo é inegável, dada a escalada do volume de transações e o aumento exponencial de litígios decorrentes de problemas em compras internacionais.

A publicação deste artigo torna-se relevante ao mapear e analisar criticamente as lacunas na legislação brasileira de proteção ao consumidor frente aos desafios impostos pelo e-commerce transfronteiriço. Embora o Código de Defesa do Consumidor (CDC) seja um diploma legal robusto e adaptável, criado para salvaguardar os direitos do consumidor em um contexto nacional, sua aplicação plena e eficaz em um ambiente internacional se mostra intrincada.

Este trabalho contribui para o conhecimento na área do direito do consumidor e do direito internacional privado, ao sistematizar os obstáculos enfrentados pelos consumidores brasileiros e ao propor caminhos para aprimorar a segurança jurídica. Ao destacar a urgência de uma resposta legislativa mais coesa e da adoção de mecanismos de cooperação e resolução de conflitos, o artigo visa aprofundar o debate sobre como conciliar a fluidez do mercado global com a imperativa necessidade de proteger a parte mais vulnerável da relação de consumo já que a literatura jurídica recente tem se debruçado sobre a complexidade das relações de consumo na era digital, reconhecendo a vulnerabilidade do consumidor transfronteiriço e a inadequação de modelos legislativos tradicionais.

Autores e pesquisadores têm apontado a necessidade de se repensar os conceitos de territorialidade da lei e de jurisdição em um mundo sem fronteiras digitais, além de debaterem a responsabilidade de plataformas e intermediadores nesse cenário globalizado.

Historicamente, a proteção do consumidor evoluiu de uma perspectiva local para a compreensão de uma necessidade global, especialmente com o advento da internet. O problema central que se apresenta é, portanto, a persistência de um vácuo normativo e prático que impede

a efetivação dos direitos consumeristas quando a transação transcende as fronteiras nacionais, exigindo uma análise profunda e a proposição de soluções multifacetadas.

Com o acesso à internet mais dinamizado ao povo brasileiro, tem-se provocado mudanças significativas na vida diária de indivíduos e empresas. Um desses mercados é o comércio eletrônico, ou e-commerce, que atualmente movimenta quantias bilionárias e vê o surgimento de novos negócios diariamente.

Contudo, com o aumento nas transações realizadas pela internet, também surge uma elevação nos golpes e problemas enfrentados pelos consumidores, como sites de vendas fraudulentos que fecham de repente, lesando aqueles que já haviam efetuado pagamentos; atrasos na entrega; produtos que não correspondem ao que foi anunciado e adquirido; e a falta de ouvidoria para atender as reclamações dos compradores.

Prejudicados, muitos consumidores buscam o Judiciário em busca de compensação pelos danos que sofreram. A legislação brasileira específica sobre comércio eletrônico foi instituída apenas em 2013 (Decreto nº 7.962 de 15 de março de 2013) e, embora represente um progresso significativo, muitos especialistas afirmam que a lei deixa a desejar em certos aspectos, resultando na necessidade de resolver muitos casos por meio da jurisprudência, analogia e costumes. Nesse diapasão, este trabalho foca na avaliação dessa proteção em um dos segmentos de comércio que mais cresce globalmente: o comércio eletrônico transfronteiriço.

O comércio eletrônico transfronteiriço tem se consolidado como um dos pilares da economia digital global, permitindo que consumidores adquiram produtos e serviços de qualquer parte do mundo com apenas alguns cliques. No entanto, esse avanço tecnológico traz consigo desafios jurídicos significativos, especialmente no que diz respeito à proteção do consumidor em transações que envolvem múltiplas jurisdições. Enquanto plataformas globais operam sem fronteiras, as legislações nacionais — como o Código de Defesa do Consumidor (CDC) brasileiro — enfrentam dificuldades para garantir direitos básicos, tais como a garantia de qualidade, prazos de entrega e mecanismos eficazes de reclamação.

Nesse contexto, o presente trabalho tem como objetivo analisar criticamente os principais obstáculos enfrentados pelos consumidores em transações internacionais de e-commerce, propondo soluções jurídicas viáveis para esse problema global. A pesquisa adota uma abordagem metodológica mista, combinando: a) análise documental comparada de legislações nacionais e internacionais; b) estudo de casos jurisprudenciais emblemáticos; e c) pesquisa quantitativa secundária em bancos de dados oficiais.

Ao final, espera-se contribuir não apenas para o debate acadêmico, mas também para a formulação de políticas públicas que assegurem maior segurança jurídica aos consumidores brasileiros em um mercado cada vez mais globalizado.

1. O COMÉRCIO ELETRÔNICO TRANSFRONTEIRIÇO: CONCEITOS E DESAFIOS JURÍDICOS

O avanço tecnológico e a crescente conectividade global redefiniram as fronteiras das relações comerciais, inaugurando uma nova era para o consumo. Nesse cenário dinâmico, o comércio eletrônico transfronteiriço, também conhecido como cross-border e-commerce, emerge como um fenômeno de impacto singular, transformando não apenas a economia, mas a própria experiência dos consumidores. Contudo, essa evolução vertiginosa apresenta um conjunto complexo de desafios jurídicos, especialmente no que tange à proteção do consumidor, cuja vulnerabilidade (Art. 4º, I, CDC) tende a ser exacerbada pela complexidade das transações internacionais.

Este capítulo visa delinear os contornos conceituais do comércio eletrônico transfronteiriço e perscrutar os múltiplos obstáculos jurídicos inerentes a essa modalidade de consumo, estabelecendo as bases para a compreensão das lacunas legislativas.

1.1. Conceituação do Comércio Eletrônico Transfronteiriço

O comércio eletrônico transfronteiriço refere-se, nos dizeres da professora Cláudia Lima Marques, “a transação de bens ou serviços realizada por meios eletrônicos, na qual o fornecedor e o consumidor estão situados em diferentes jurisdições nacionais” (MARQUES, 2004).

Diferentemente do e-commerce doméstico, onde ambas as partes operam sob a égide da mesma legislação e sistema judicial, a modalidade transfronteiriça transcende os limites geográficos e, conseqüentemente, as normativas de um único Estado-nação. Essa distinção é crucial, pois as garantias e os mecanismos de resolução de conflitos que se aplicam internamente muitas vezes se mostram ineficazes ou de difícil operacionalização em um contexto internacional.

A essência do comércio eletrônico transfronteiriço reside na sua capacidade de "desterritorialização" (MARQUES, 2016), permitindo que um consumidor em Fernandópolis, São Paulo, adquira produtos de um fornecedor na China, nos Estados Unidos ou em qualquer outro país, com a mesma facilidade aparente de uma compra local. Essa fluidez, entretanto, oculta uma intrincada teia de implicações legais. A velocidade das transações, a capacidade de

alcançar um volume de transações sem precedentes e a inerente assimetria informacional entre o consumidor e o fornecedor estrangeiro são características intrínsecas que moldam esse ambiente. A assimetria informacional é particularmente grave, pois o consumidor muitas vezes não possui acesso fácil a dados sobre a idoneidade do fornecedor, a origem real do produto, ou mesmo as condições de garantia e pós-venda, dificultando a tomada de decisão informada e a mitigação de riscos.

Os principais atores envolvidos nesse ecossistema são multifacetados e desempenham papéis cruciais. No centro, está o consumidor, a parte vulnerável da relação, que busca bens e serviços muitas vezes atraído por preços competitivos ou pela disponibilidade de produtos exclusivos. Do outro lado, encontram-se os fornecedores estrangeiros, que podem ser desde grandes corporações multinacionais até pequenos empreendedores individuais, muitas vezes operando sem uma presença física ou representação legal no país do consumidor.

As plataformas digitais (marketplaces), como Amazon, AliExpress, Shein e eBay, são facilitadoras essenciais, atuando como pontes virtuais que conectam milhões de compradores e vendedores ao redor do mundo. Sua função vai além da mera intermediação, muitas vezes englobando serviços de pagamento, logística e até mesmo atendimento ao cliente, levantando questões complexas sobre sua própria responsabilidade legal.

Além disso, os intermediadores de pagamento (PayPal, PagSeguro, entre outros) e as transportadoras (Correios, DHL, FedEx) são elos indispensáveis na cadeia de suprimentos, garantindo que as transações financeiras e a entrega física dos produtos ocorram de forma eficiente, mas também agregando camadas de complexidade jurídica e regulatória. A interação entre esses múltiplos atores, cada um sujeito a diferentes leis e regulamentações, é o epicentro dos desafios que serão detalhados a seguir.

1.2. Desafios Inerentes às Relações de Consumo Transfronteiriças

A natureza global do comércio eletrônico transfronteiriço, embora promissora para a expansão do consumo, é um terreno fértil para a emergência de complexas questões jurídicas, que colocam o consumidor em uma posição de acentuada fragilidade (MARQUES, 2016).

O primeiro e talvez mais fundamental desafio reside no conflito de leis, uma problemática do direito internacional privado que questiona qual legislação deve ser aplicada a uma dada transação. Um exemplo prático e, de certa forma, didático seria: “Quando um consumidor brasileiro adquire um produto de uma empresa chinesa, a qual lei a relação de consumo está sujeita? À lei do local da celebração do contrato (*lex loci celebrationis*), à lei do local da execução do contrato (*lex loci executionis*), à lei do domicílio do fornecedor ou, de

forma mais protetiva, à lei do domicílio do consumidor? A ausência de um consenso internacional claro ou de normas específicas e vinculantes torna a resposta a essa pergunta um labirinto jurídico, frequentemente decidido caso a caso, o que gera grande insegurança jurídica e impede o consumidor de prever seus direitos e as garantias disponíveis. (MIRAGEM, 2019).

Paralelamente ao conflito de leis, surge o conflito de jurisdição, que diz respeito à competência para julgar eventuais litígios. Onde o consumidor deve buscar reparação se o produto não for entregue, estiver danificado ou não corresponder ao anunciado? No país do fornecedor, onde o acesso à justiça pode ser inviável devido a barreiras geográficas, linguísticas e financeiras? Ou no Brasil, onde a efetividade da decisão pode ser comprometida pela ausência de ativos do fornecedor? Essa dificuldade de acesso à justiça é uma barreira substancial para a concretização dos direitos consumeristas.

Mesmo que o consumidor obtenha uma sentença favorável em seu país, a execução de sentenças estrangeiras representa outro obstáculo hercúleo. O processo de homologação de uma decisão judicial brasileira em outro país, ou vice-versa, é custoso, demorado e sujeito às particularidades do sistema jurídico estrangeiro, muitas vezes inviabilizando a concretização da reparação ao dano sofrido.

A identificação do fornecedor é outro ponto crítico. No ambiente virtual, o anonimato ou a dificuldade de rastreamento de empresas estrangeiras é comum. Por vezes, o consumidor compra de um vendedor de difícil rastreabilidade ou obscuro em uma plataforma global, sem ter acesso a informações claras sobre sua identidade, endereço ou CNPJ, o que torna impossível qualquer tentativa de contato direto ou acionamento judicial.

A publicidade enganosa e abusiva também se propaga sem fronteiras, e a dificuldade de fiscalização e punição em âmbito internacional é evidente. Um anúncio que viola as normas brasileiras sobre publicidade pode ser veiculado por um site estrangeiro, e as autoridades nacionais de proteção ao consumidor têm poder limitado para agir além de suas fronteiras.

A proteção de dados pessoais é um desafio crescente, especialmente com a vigência da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no Brasil. Como garantir que empresas estrangeiras que coletam dados de consumidores brasileiros cumpram as exigências da LGPD, que impõe obrigações rigorosas de tratamento e segurança? Embora acordos como o Acordo sobre Comércio Eletrônico do Mercosul busquem harmonizar alguns aspectos, a aplicação efetiva da LGPD em face de empresas sediadas em jurisdições com regimes de proteção de dados distintos permanece um ponto de interrogação.

Recentemente, a tributação tem sido um ponto de grande atenção. A complexidade do regime aduaneiro e a incidência de impostos sobre produtos importados impactam diretamente

o preço final e, por consequência, a confiança do consumidor. O programa Remessa Conforme e a respectiva regulamentação (Portarias e Instruções Normativas), que visam simplificar e padronizar a tributação para remessas internacionais de baixo valor, são tentativas de trazer maior clareza e previsibilidade, mas ainda geram discussões sobre o equilíbrio entre a arrecadação e a proteção ao consumidor.

Por fim, os desafios logísticos são latentes. Os prazos de entrega podem ser excessivamente longos, e a logística reversa para devolução ou troca de produtos é notavelmente complexa e onerosa para o consumidor, muitas vezes inviabilizando o exercício do direito de arrependimento. A qualidade e conformidade dos produtos também são questões prementes. Produtos estrangeiros podem não seguir as normas técnicas, de segurança ou de saúde brasileiras, e a dificuldade de verificação ou de aplicação de sanções quando um produto se mostra defeituoso ou inadequado é um ônus desproporcional ao consumidor.

Todos esses desafios, interligados e de múltiplas dimensões, revelam a urgência de uma abordagem legislativa mais robusta e coordenada para salvaguardar os interesses do consumidor no universo do comércio eletrônico transfronteiriço.

2. A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO BRASIL: O CDC E SUA APLICABILIDADE NO CENÁRIO TRANSFRONTEIRIÇO

No ordenamento jurídico brasileiro, a proteção do consumidor é um pilar fundamental, erguido sobre as bases da Constituição Federal de 1988 e, de forma mais detalhada e sistematizada, pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC), a Lei nº 8.078/90. Este diploma legal, que completa mais de três décadas de vigência, foi concebido em um contexto pré-internet massificada, o que naturalmente levanta questionamentos sobre sua adequação e efetividade diante das complexas e "desterritorializadas" relações de consumo promovidas pelo comércio eletrônico transfronteiriço.

Contudo, a robustez de seus princípios e a sua natureza de norma de ordem pública e interesse social conferem ao CDC uma capacidade de adaptação e uma centralidade na proteção do consumidor que transcendem as particularidades tecnológicas e geográficas.

Este capítulo se dedica a examinar os fundamentos do CDC, a desafiadora aplicabilidade de suas normas às transações internacionais e, por fim, as lacunas persistentes na legislação brasileira que fragilizam o consumidor no cenário global.

2.1. O Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90) e seus Princípios Fundamentais

O Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90) representa um marco revolucionário no direito brasileiro, instituindo um microssistema jurídico voltado à proteção de um dos polos da relação de mercado: o consumidor. Seu escopo é vasto, abrangendo desde a regulamentação de práticas comerciais e cláusulas contratuais abusivas até a responsabilidade por vícios e fatos do produto ou serviço.

A espinha dorsal do CDC é a premissa da vulnerabilidade do consumidor, reconhecida em suas diversas manifestações: fática (inferioridade econômica e poder negocial), técnica (desconhecimento sobre aspectos técnicos dos produtos ou serviços), jurídica (falta de conhecimento sobre seus direitos e o funcionamento do sistema legal) e informacional (acesso limitado ou assimétrico a dados relevantes). Essa vulnerabilidade inerente justifica a aplicação de um regime jurídico protetivo, que busca reequilibrar a balança nas relações de consumo.

Um dos princípios basilares que permeiam o CDC é o da Boa-fé Objetiva, que impõe deveres de conduta leal e proba a ambas as partes da relação, mas com uma ênfase particular na conduta do fornecedor, que deve agir com transparência e ética em todas as fases da contratação. Decorrente dessa boa-fé e da própria vulnerabilidade informacional, emerge o Direito à informação clara e adequada, exigindo que o fornecedor disponibilize dados precisos e compreensíveis sobre o produto, serviço, preço, condições de pagamento, riscos, entre outros, para que o consumidor possa tomar uma decisão de consumo consciente.

No contexto das compras à distância, o Direito de Arrependimento (Art. 49 do CDC) confere ao consumidor um prazo de sete dias para desistir da compra sem qualquer justificativa, um direito fundamental que visa mitigar a ausência de contato físico com o produto e a impossibilidade de avaliação prévia. A responsabilidade objetiva do fornecedor é outro pilar, significando que o dano causado ao consumidor pelo produto ou serviço defeituoso ou inadequado independe da comprovação de culpa do fornecedor, bastando a existência do dano e o nexo causal.

Por fim, a inversão do ônus da prova (Art. 6º, VIII do CDC) é um mecanismo processual poderoso que permite ao juiz, em casos específicos, transferir ao fornecedor a responsabilidade de provar que não houve falha, aliviando o fardo probatório do consumidor, que muitas vezes não possui os meios técnicos ou financeiros para produzir tais provas. As aplicações jurisprudenciais do CDC em compras online domésticas foram fortalecidas ao longo dos anos, e o Decreto nº 7.962/2013 regulamentou o comércio eletrônico interno, estabelecendo regras

claras sobre a oferta, o atendimento ao consumidor, o direito de arrependimento e a segurança das informações.

Este arcabouço normativo e interpretativo, embora robusto para o mercado nacional, encontra-se diante de desafios significativos quando transposto para a complexidade das relações de consumo transfronteiriças.

2.2. A Aplicação do CDC às Relações de Consumo Transfronteiriças: Desafios e Interpretações

A transposição do Código de Defesa do Consumidor para as relações de consumo estabelecidas no âmbito do comércio eletrônico transfronteiriço representa um dos maiores desafios do Direito do Consumidor contemporâneo. Argumenta-se que, dada a natureza protetiva do Código e a inegável hipossuficiência do consumidor frente ao fornecedor, especialmente quando este se encontra em outra jurisdição, as normas brasileiras devem ser aplicadas sempre que a relação de consumo tiver um vínculo significativo com o território nacional, ou seja, quando o fornecedor estrangeiro direciona suas atividades ao mercado brasileiro, adotando-se o critério do *targeting* (direcionamento da oferta).

Esta interpretação reflete um movimento global de superação dos limites estritos da territorialidade das leis em prol da efetividade da proteção de direitos fundamentais. Contudo, a questão dos limites da territorialidade da lei é central. Como o CDC, uma lei doméstica, pode "alcançar" fornecedores estrangeiros que não possuem sede, filial ou representação formal no Brasil? A jurisprudência brasileira, especialmente do Superior Tribunal de Justiça (STJ), tem construído um entendimento que mitiga essa dificuldade.

A Jurisprudência Brasileira tem se inclinado a aplicar o CDC em casos de e-commerce transfronteiriço quando o fornecedor estrangeiro, mesmo sem presença física, pratica atos que denotam sua intenção de atingir o consumidor brasileiro, tais como a oferta de sites em português, a aceitação de moedas brasileiras, a publicidade direcionada ao público nacional ou a utilização de intermediários (como plataformas digitais) que operam no Brasil.

Nessas situações, entende-se que o fornecedor estrangeiro assume os riscos de se sujeitar à legislação consumerista brasileira. Essa interpretação, embora salutar para a proteção do consumidor, exige um complexo trabalho de identificação de elementos de conexão e, muitas vezes, a superação de barreiras práticas na citação e na execução.

Além das interpretações judiciais, o Decreto nº 10.271/2020 trouxe um importante, ainda que limitada, regulamentação para a proteção dos consumidores nas operações de comércio eletrônico no âmbito do MERCOSUL. Este decreto busca harmonizar alguns aspectos

da legislação consumerista entre os países membros do bloco, facilitando a resolução de conflitos e a cooperação entre as autoridades de proteção.

No entanto, sua abrangência é restrita aos países do MERCOSUL e não aborda a vasta gama de transações que ocorrem com fornecedores de outras partes do mundo. A aplicação do CDC, portanto, nesse contexto, é um esforço contínuo de interpretação extensiva e adaptação, buscando conciliar a soberania legislativa nacional com a necessidade premente de proteger o consumidor em um mercado globalizado.

Apesar desses avanços jurisprudenciais e de instrumentos específicos como o decreto, a lacuna de uma legislação mais abrangente e específica para o e-commerce transfronteiriço persiste, o que acarreta as insuficiências que serão detalhadas no próximo subtópico.

2.3. As Lacunas e Insuficiências da Legislação Brasileira

Apesar da resiliência e da amplitude do Código de Defesa do Consumidor, sua aplicação ao comércio eletrônico transfronteiriço expõe lacunas e insuficiências significativas na legislação brasileira, deixando o consumidor em uma posição de vulnerabilidade acentuada. A principal e mais evidente delas é a falta de normas específicas e detalhadas para o e-commerce internacional. Enquanto o comércio doméstico foi regulamentado pelo Decreto nº 7.962/2013, inexistente uma lei dedicada a abordar os desafios singulares das compras realizadas de fornecedores sediados em outras jurisdições. Essa ausência normativa gera insegurança jurídica e impede uma resposta uniforme e eficiente aos problemas que surgem.

Mesmo com a aplicação do CDC por meio da interpretação judicial, a dificuldade de efetivação dos direitos do consumidor é um entrave prático quase intransponível. O acesso à justiça, embora garantido, torna-se oneroso e complexo quando o fornecedor está em outro país. A citação de empresas estrangeiras, o trâmite processual em diferentes sistemas jurídicos e, sobretudo, a execução da sentença proferida no Brasil em uma jurisdição estrangeira, são processos burocráticos, custosos e com elevada incerteza quanto ao êxito da reparação.

Tal conjuntura resulta em um cenário onde o consumidor, mesmo com a razão jurídica, muitas vezes desiste de buscar seus direitos diante da inviabilidade prática. A fiscalização das práticas de fornecedores estrangeiros pelas autoridades brasileiras também é extremamente limitada, o que facilita a proliferação de condutas abusivas e fraudulentas.

A inconsistência na aplicação da lei é outra insuficiência notável. Como a aplicabilidade do CDC a casos transfronteiriços depende em grande parte da interpretação judicial dos elementos de conexão e do direcionamento do fornecedor ao mercado brasileiro, há uma falta de uniformidade nas decisões.

Essa dependência de interpretações caso a caso gera insegurança jurídica tanto para consumidores quanto para fornecedores, que não têm clareza sobre as regras do jogo. A velocidade da globalização e inovação tecnológica é um fator agravante. O ritmo de desenvolvimento de novos modelos de negócio, tecnologias e plataformas digitais supera largamente a capacidade legislativa de acompanhar e regulamentar essas transformações, criando um vácuo normativo constante.

Por fim, a responsabilidade das plataformas digitais (marketplaces) é um ponto crítico de debate e uma lacuna significativa. Muitas dessas plataformas atuam como meras intermediadoras entre o consumidor brasileiro e o fornecedor estrangeiro, alegando não serem parte da relação de consumo e, portanto, não se sujeitando às responsabilidades do CDC. Contudo, a sua influência na transação, desde a oferta e a publicidade até o processamento do pagamento e a gestão da logística, levanta a questão de sua responsabilidade solidária ou subsidiária, especialmente quando o fornecedor estrangeiro é inacessível ou desconhecido.

Definir a extensão da responsabilidade desses intermediadores, sejam eles estrangeiros ou brasileiros que operam com vendedores internacionais, é fundamental para garantir um mínimo de segurança ao consumidor e fechar uma das maiores brechas de proteção na economia digital globalizada.

3. PROPOSTAS E MECANISMOS PARA O APRIMORAMENTO DA PROTEÇÃO CONSUMERISTA NO COMÉRCIO ELETRÔNICO TRANSFRONTEIRIÇO

A complexidade das relações de consumo transfronteiriças, acentuada pela assimetria informacional e pela dificuldade de aplicação da lei e da jurisdição, exige uma abordagem multifacetada para o aprimoramento da proteção consumerista. Não basta apenas identificar as lacunas; é imperativo buscar soluções eficazes que garantam a segurança jurídica e a efetividade dos direitos do consumidor em um mercado globalizado.

Este capítulo propõe-se a analisar os mecanismos internacionais de cooperação e proteção, as iniciativas legislativas em tramitação no Brasil e as alternativas e boas práticas que, em conjunto, podem fortalecer a posição do consumidor. A construção de um ambiente de comércio eletrônico transfronteiriço mais seguro e equitativo depende de um esforço coordenado entre Estados, órgãos reguladores, setor privado e a própria sociedade civil, visando reduzir a vulnerabilidade do consumidor e fomentar a confiança nas transações internacionais.

3.1. Mecanismos Internacionais de Proteção e Cooperação

A natureza global do comércio eletrônico transfronteiriço naturalmente impõe a necessidade de soluções que transcendam as fronteiras nacionais. Nesse sentido, os mecanismos internacionais de proteção e cooperação desempenham um papel vital, buscando harmonizar leis, facilitar a resolução de disputas e promover a colaboração entre autoridades.

No que tange às Convenções e Tratados Internacionais, é fundamental compreender seu alcance. A Convenção de Viena sobre Compra e Venda Internacional de Mercadorias (CISG), por exemplo, embora seja um tratado internacional de grande relevância para as relações comerciais entre empresas de diferentes países, não se aplica a vendas para consumo pessoal, familiar ou doméstico. Isso significa que a CISG, apesar de sua importância no direito comercial internacional, não é a solução direta para a proteção do consumidor final, que necessita de um regime jurídico específico e mais protetivo.

Essa distinção é crucial para evitar interpretações equivocadas e para direcionar os esforços para a criação de instrumentos mais adequados. Contudo, outros esforços internacionais são mais promissores. Os Princípios da UNCITRAL (Comissão das Nações Unidas para o Direito Comercial Internacional) sobre comércio eletrônico oferecem diretrizes e modelos de legislação que buscam uniformizar as normas relacionadas ao e-commerce, incluindo aspectos como validade de contratos eletrônicos, assinaturas digitais e proteção de dados. Embora não sejam vinculantes, esses princípios servem como base para a criação de leis nacionais e acordos bilaterais ou regionais.

Os Acordos Regionais, como o Decreto nº 10.271/2020 do MERCOSUL, representam avanços importantes na proteção consumerista transfronteiriça. Este decreto, fruto do acordo entre os países membros do bloco, estabelece regras comuns para o comércio eletrônico na região, buscando facilitar o acesso à justiça e a cooperação entre as autoridades de proteção ao consumidor. Embora limitado ao âmbito regional, ele serve como um modelo para a possibilidade de acordos mais amplos.

A cooperação entre Autoridades de Proteção ao Consumidor é um pilar insubstituível. Redes como a ICPEN (International Consumer Protection and Enforcement Network), que reúne agências de proteção ao consumidor de diversos países, promovem a troca de informações, a coordenação de investigações e a realização de ações conjuntas contra práticas comerciais transfronteiriças fraudulentas ou abusivas. (TARTUCE, 2018).

Essa colaboração transnacional é essencial para superar os desafios de territorialidade e fiscalização. Paralelamente, o desenvolvimento de mecanismos de Resolução de Conflitos Online (ODR - Online Dispute Resolution) tem se mostrado uma alternativa promissora para o

consumidor. Plataformas e iniciativas internacionais, como o e-consumer.gov, oferecem um canal para a apresentação de reclamações e a mediação de conflitos entre consumidores e fornecedores de diferentes países.

A ODR representa uma via mais acessível, rápida e menos custosa do que o litígio judicial tradicional, contribuindo para a desjudicialização e a efetividade da proteção do consumidor em um cenário global. (CNJ, 2022)

3.2. Propostas de Alterações e Complementos à Legislação Brasileira

Para que o Brasil esteja verdadeiramente preparado para os desafios do comércio eletrônico transfronteiriço, é imperativo que a legislação nacional passe por um processo de aprimoramento e complementação. Atualmente, existem diversas iniciativas em tramitação no Congresso Nacional, a exemplo do Projeto de Lei do Comércio Eletrônico (PL 3.514/2015 e outros projetos apensados), que buscam modernizar o Código de Defesa do Consumidor ou criar normas específicas para o e-commerce. (SENADO FEDERAL, 2015)

A análise crítica dessas propostas é fundamental para avaliar sua capacidade de responder às complexidades das transações internacionais, incluindo a definição de responsabilidades de plataformas digitais, a facilitação do acesso à justiça e a regulamentação de aspectos como a publicidade e a oferta de produtos e serviços por fornecedores estrangeiros. A aprovação de uma legislação específica e abrangente para o e-commerce transfronteiriço seria um avanço significativo, trazendo maior segurança jurídica e clareza para consumidores e empresas.

Outro ponto crucial é o aprimoramento do Direito Internacional Privado Brasileiro. A ausência de critérios claros e objetivos para a determinação da lei aplicável e da jurisdição competente em relações de consumo transfronteiriças gera incerteza e dificulta a defesa dos direitos do consumidor. É imperativo que o legislador brasileiro estabeleça regras que garantam a aplicação da lei mais protetiva ao consumidor, geralmente a lei do seu domicílio, e que prevejam foros de eleição que facilitem o acesso à justiça no Brasil. Tal aprimoramento evitaria a dependência exclusiva da interpretação judicial, que, embora tenha sido fundamental, carece da uniformidade e da previsibilidade que uma lei específica poderia conferir.

A regulamentação específica para fornecedores estrangeiros é uma necessidade premente. A legislação deveria exigir que empresas estrangeiras que direcionam suas atividades ao mercado brasileiro, por exemplo, por meio de sites em português ou publicidade específica, mantenham algum tipo de representação legal no Brasil. Essa representação facilitaria a citação em processos judiciais, a fiscalização por órgãos de defesa do consumidor e a eventual execução

de sentenças, garantindo que o consumidor não fique desamparado diante de um fornecedor sem presença física no país.

O debate sobre a responsabilidade solidária de plataformas digitais também é central. Marketplaces que intermedeiam vendas de fornecedores estrangeiros para consumidores brasileiros exercem um papel ativo na relação de consumo, e sua responsabilidade deve ser claramente definida. Seja solidária ou subsidiária, a responsabilização dessas plataformas é essencial para preencher a lacuna de proteção quando o fornecedor direto é inatingível, compelindo-as a adotar medidas de segurança e controle sobre os vendedores que operam em suas plataformas.

Por fim, o fortalecimento dos Órgãos de Proteção e Fiscalização, como os Procons e o Ministério Público, é vital. Ações proativas de fiscalização, a celebração de acordos de cooperação internacional e o investimento em capacitação para lidar com os desafios do e-commerce transfronteiriço permitiriam que essas instituições atuassem de forma mais eficaz na defesa dos direitos do consumidor brasileiro.

3.3. Alternativas e Boas Práticas

Além das soluções legislativas e da cooperação internacional, a construção de um ambiente mais seguro para o comércio eletrônico transfronteiriço passa pela adoção de alternativas e boas práticas por parte de todos os atores envolvidos.

A autorregulamentação e os códigos de conduta, desenvolvidos por associações e empresas do setor, podem complementar a legislação existente. Ao estabelecerem padrões éticos e operacionais para seus membros, essas iniciativas promovem a confiança do consumidor e aprimoram as práticas de mercado.

O papel das entidades setoriais é crucial na criação de diretrizes que abordem, por exemplo, a clareza das informações, os prazos de entrega e a política de devolução para vendas internacionais, preenchendo lacunas onde a lei ainda não alcançou ou onde a flexibilidade é necessária para a inovação.

As certificações de qualidade e segurança também se mostram ferramentas eficazes. Selos de confiança, concedidos por entidades independentes a empresas que cumprem determinados requisitos de segurança, transparência e proteção ao consumidor, podem auxiliar o consumidor na identificação de fornecedores idôneos. Tais certificações funcionam como um indicativo de confiabilidade, incentivando as empresas a adotarem melhores práticas e oferecendo ao consumidor uma camada adicional de segurança antes de realizar uma compra

internacional. Essa é uma medida importante para mitigar a assimetria informacional, permitindo que o consumidor faça escolhas mais embasadas.

Por fim, e de maneira fundamental, a conscientização do consumidor é uma estratégia de empoderamento indispensável. A educação para compras online seguras, por meio de campanhas informativas e materiais educativos, pode munir o consumidor com o conhecimento necessário para identificar riscos, verificar a idoneidade do fornecedor, compreender os termos e condições das transações internacionais e saber como agir em caso de problemas.

É crucial que o consumidor entenda, por exemplo, as implicações tributárias das compras internacionais (como o Programa Remessa Conforme - PRC - Receita Federal), os desafios da logística reversa e as limitações da aplicabilidade da legislação nacional. Consumidores bem-informados são menos suscetíveis a fraudes e têm maior capacidade de exercer seus direitos, transformando-se em agentes ativos de sua própria proteção em um mercado globalizado.

A combinação de um arcabouço legal robusto, cooperação internacional e uma cultura de consumo consciente é o caminho para um comércio eletrônico transfronteiriço mais justo e seguro.

CONCLUSÃO

A emergência e a expansão exponencial do comércio eletrônico transfronteiriço redefiniram paradigmas nas relações de consumo, ao mesmo tempo em que expuseram as vulnerabilidades do arcabouço jurídico brasileiro de proteção ao consumidor.

Este artigo dedicou-se a investigar essa intersecção, analisando a complexidade das transações internacionais virtuais e a capacidade de resposta do Código de Defesa do Consumidor (CDC) frente a esses novos desafios.

Ao longo dos capítulos, evidenciou-se que, embora o CDC seja uma legislação robusta e fundamentalmente protetiva, sua concepção em um cenário pré-globalização digital impõe-lhe severas limitações de aplicabilidade e efetividade quando o fornecedor se encontra em jurisdição estrangeira. A desterritorialização das relações, os conflitos de leis e de jurisdição, a dificuldade na identificação do fornecedor e na execução de sentenças, bem como a ausência de normas específicas, foram identificados como os principais entraves que deixam o consumidor brasileiro em uma posição de desamparo e insegurança jurídica.

Inicialmente, buscou-se discorrer sobre as características e os desafios jurídicos inerentes ao comércio eletrônico transfronteiriço. Foi possível verificar que a instantaneidade,

o volume massivo de transações e a assimetria informacional global representam um terreno fértil para a ocorrência de problemas, que, em sua essência, são exacerbados pela falta de uma "lei universal" que regule essas relações. Em seguida, examinou-se a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor (CDC) e de outras normas correlatas às relações de consumo internacionais. Constatou-se que, apesar de a jurisprudência pátria, especialmente do Superior Tribunal de Justiça (STJ), ter se esforçado para estender o alcance do CDC com base na teoria da vulnerabilidade do consumidor e no direcionamento da oferta ao mercado brasileiro, essa aplicação se depara com obstáculos práticos significativos.

A avaliação dos principais problemas enfrentados pelo consumidor brasileiro em compras internacionais online revelou um cenário de dificuldades que vai desde a dificuldade de acesso à justiça e a morosidade na homologação de sentenças estrangeiras até a complexidade tributária, os desafios logísticos de entrega e devolução, e a falta de conformidade dos produtos com as normas técnicas brasileiras. A discussão acerca das propostas e soluções, tanto nacionais quanto internacionais, para aprimorar a proteção consumerista neste âmbito, delineou um caminho possível, mas que demanda urgência e coordenação. O artigo demonstrou, portanto, que a legislação brasileira, embora protetiva em sua essência, carece de mecanismos específicos e eficazes para lidar com a fluidez e a complexidade do comércio eletrônico transfronteiriço, resultando em uma lacuna legal que compromete a segurança jurídica e a efetividade dos direitos do consumidor.

Este estudo contribui para a compreensão da intrincada relação entre a inovação tecnológica no comércio e a capacidade de adaptação do direito, ressaltando a urgência de uma resposta legislativa e institucional que acompanhe o dinamismo do mercado global. A principal contribuição reside na sistematização dos desafios e na apresentação de um panorama das soluções potenciais, servindo como base para futuras discussões e para a formulação de políticas públicas.

Diante do exposto, é imperativa a criação de uma legislação específica para o comércio eletrônico transfronteiriço no Brasil, que complemente o CDC, estabelecendo critérios claros de jurisdição e lei aplicável, e definindo a responsabilidade das plataformas digitais e intermediadores. Projetos de lei existentes devem ser priorizados e debatidos com o devido senso de urgência.

Também, é necessário aprimoramento do Direito Internacional Privado onde deve-se investir na revisão das normas de direito internacional privado para que se alinhem às necessidades de proteção do consumidor na era digital, priorizando a aplicação da lei do

domicílio do consumidor e facilitando a execução de sentenças estrangeiras, em consonância com as melhores práticas internacionais.

Outrossim, deve haver o Fortalecimento da Cooperação Internacional pelo Brasil para intensificar sua participação em redes de cooperação internacional, como a Rede Internacional de Controle e Proteção dos Consumidores (ICPEN) que, criada inicialmente para a aplicação de práticas comerciais leais entre diversos países ao redor do mundo, se tornou uma importante rede global de autoridades governamentais do campo de proteção ao consumidor, com aproximadamente 50 países. (BRASIL, 2015).

Além de buscar a celebração de mais acordos bilaterais e multilaterais que facilitem a troca de informações, a fiscalização conjunta e a resolução de litígios transfronteiriços.

Ademais, devem ser desenvolvidas campanhas e materiais educativos robustos para informar os consumidores sobre os riscos e as particularidades das compras internacionais online, capacitando-os a tomar decisões mais seguras e a identificar práticas abusivas, cultivando uma educação e conscientização do consumidor.

E por fim, embora este estudo seja abrangente em sua análise dos desafios e propostas, a efetivação da proteção consumerista no cenário do comércio eletrônico transfronteiriço requer um esforço coordenado e contínuo de legisladores, órgãos reguladores, setor privado e a própria sociedade civil. Somente assim será possível construir um ambiente de consumo global que seja, ao mesmo tempo, dinâmico e seguro para todos os seus participantes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBERTIN, Alberto Luiz. Comércio eletrônico: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação. 2. ed. atual. e ampl. São Paulo: Atlas, 2000.

ALMEIDA, Fabricio de Oliveira. Direito do Consumidor na Era Digital. São Paulo: Saraiva Educação, 2021.

BENJAMIN, Antonio Herman Vasconcellos e; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. Manual de direito do consumidor. 8. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2017.

BRASIL. Constituição de República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 12 set. 1990.

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, n. 8, p. 1, 11 jan. 2020.

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. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 mar. 2013.

BRASIL. Decreto nº 10.271, de 06 de março de 2020. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 09 mar. 2020.

EBIT/NIELSEN. “Panorama do E-commerce no Brasil”. São Paulo, 2023.

GOMES, Fábio. *Direito do Consumidor e Comércio Digital*. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

LUDGERO, Paulo Ricardo. “Navegando pelas Fronteiras do Comércio Eletrônico: Direitos do Consumidor e Regulamentação Internacional.” Jusbrasil, 17 de fevereiro de 2025.

MARQUES, Claudia Lima. *Confiança no Comércio Eletrônico e a Proteção do Consumidor*. São Paulo. Editora Revista dos Tribunais, 2004.

MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

MIRAGEM, Bruno. *Direito do Consumidor*. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

NERY JR., Nelson. *Princípios do Processo Civil na Perspectiva do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2018.

NUNES, Rizzatto. *Curso de Direito do Consumidor*. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

SANTOS, Rafael; MARTINS, Clara. “A Harmonização das Regras de Comércio Eletrônico Internacional: Avanços e Lacunas.” *Revista de Direito e Tecnologia*, vol. 12, 2021.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. *Manual de direito do consumidor: direito material e processual*. 7. ed. São Paulo: Método, 2018.