

XXXII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI SÃO PAULO - SP

DIREITO DO CONSUMIDOR I

MARCELO FONSECA SANTOS

MAURÍCIO TESTONI

ERICA ANTONIA BIANCO DE SOTO INOUE

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - FMU – São Paulo

Diretor Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC – Santa Catarina

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa – Pará

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG – Goiás

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos – Rio Grande do Sul

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio – Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

Representante Discente: Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFERSA - Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Fernando Passos - UNIARA - São Paulo

Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal

Comunicação:

Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Relações Internacionais para o Continente Americano:

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM – São Paulo

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI – Santa Catarina

Educação Jurídica

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - PR

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - SP

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS – MS

Eventos:

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - FDF - São Paulo

Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina

Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

Comissão Especial

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UFRJ - RJ

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - PB

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - MG

Prof. Dr. Rogério Borba - UNIFACVEST - SC

D597

Direito do consumidor[Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Érica Antônia Bianco de Soto Inoue, Maurício Testoni, Marcelo Fonseca dos Santos – Florianópolis: CONPEDI, 2025.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-253-7

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Os Caminhos Da Internacionalização E O Futuro Do Direito

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito 3. Consumidor.. XXXII Congresso Nacional do CONPEDI São Paulo - SP (4: 2025: Florianópolis, Brasil).

CDU: 34

XXXII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI SÃO PAULO - SP

DIREITO DO CONSUMIDOR I

Apresentação

XXXII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI – SÃO PAULO/SP, realizado na Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM) nos dias 26, 27 e 28 de novembro de 2025, teve como tema central: “Os caminhos da internacionalização e o futuro do Direito”. O evento proporcionou uma reflexão em um momento histórico marcado pela intensificação das interconexões globais econômicas, políticas, culturais e tecnológicas que desafiam as fronteiras tradicionais dos Estados e colocam o Direito diante de novas exigências e dilemas. Diante disso, destacaram-se discussões contemporâneas e de grande relevância que abordaram essa temática, tanto nas atividades do evento quanto nos Grupos de Trabalho e nas sessões de apresentação de pôsteres. Os estudos reunidos nesta publicação foram originalmente apresentados como pôsteres no âmbito do Grupo “DIREITO DO CONSUMIDOR”. Os resultados das pesquisas realizadas refletem uma parte significativa dos estudos produzidos no âmbito da temática central do Grupo de Trabalho. Espera-se que o leitor tenha a oportunidade de acessar e refletir sobre essas discussões por meio da leitura dos textos aqui reunidos. Manifestamos nossa gratidão a todos os pesquisadores, colaboradores e participantes que contribuíram para os debates e para a organização do evento. Boa leitura a todos! Érica Antônia Bianco de Soto Inoue (ITE). Maurício Testoni (UPM). Marcelo Fonseca dos Santos (UPM).

Falsificação e Pirataria: um olhar aos impactos cíveis causados aos consumidores ludibriados na realização de compras de produtos através da Internet

Nicole Silva Nascimento

Resumo

Introdução: Com o avanço tecnológico e o desenvolvimento da internet, observa-se um aumento significativo nas vendas de produtos através de sites. No entanto, esse crescimento exponencial do comércio eletrônico também tem sido acompanhado pela conduta de práticas ilícitas, como a falsificação e a pirataria, as quais geram graves prejuízos de ordem material ao consumidor, como por exemplo, aquisição de produtos com qualidade inferior à anunciada, com base nas informações falsas. Por outro lado, configura-se o dano moral, diante da frustração das expectativas e da quebra de confiança, que afetam a dignidade do consumidor.

Sob esse viés, falsificação cibernética se caracteriza por uma conduta em que o agente utiliza das ideias de terceiros, produz, comercializa e vende o produto falsificado, como se fosse original sem informar ao consumidor, trazendo semelhanças idênticas na sua forma, características e denominação do produto em si.

Já pirataria intelectual consiste na comercialização de produtos ilícitos, sem autorização da marca, reproduzindo padrões da original e violando os direitos autorais do criador.

Ao realizar uma compra no ambiente digital, o consumidor é ludibriado por anúncios que não correspondem à realidade do produto, tornando-se vítima de uma cadeia criminososa que atinge tanto os detentores da marca quanto o próprio comprador.

Nesse contexto, o consumidor frequentemente se torna vítima de falsificação ou pirataria, que, por meio de publicidade enganosa, induzem ao erro e promovem a comercialização desses produtos, ocorrendo a violação aos direitos autorais e à propriedade intelectual. Essa conduta ilícita, caracteriza infração ao disposto no artigo 37 do Código de Defesa do Consumidor.

No campo da responsabilidade civil, o artigo 189 e 927 do Código Civil, abordam de forma clara sobre o ato ilícito que é caracterizado pela conduta ilícita e antijurídica, o dano e abalo causado à vítima e o nexo causal entre ambos.

Com isso pode-se observar que dispositivos do Código Civil e do Código do Consumidor promovem um verdadeiro diálogo de fontes, que traz a teoria da responsabilidade objetiva, em que se faz necessário a comprovação apenas do dano e do nexo causal existente entre eles, consolidando que práticas fraudulentas podem gerar o dano moral in re ipsa, ou seja, um dano presumido.

Problema de Pesquisa: Este estudo tem como problemática os impactos cíveis causados na vida dos consumidores que realizam compras dentro do ambiente digital, tanto de produtos falsificados, como também, produtos considerados piratas. Nesse sentido, quais são os impactos civis, tanto materiais quanto morais, causados aos consumidores que adquirem produtos falsificados ou piratas no ambiente digital, especialmente diante da frustração e da publicidade enganosa?

Objetivos: objetivo geral: Analisar as fraudes dentro do espaço cibernético, através da falsificação ou da pirataria, realizadas através de publicações enganosas e os impactos cíveis de ordem material e moral aos consumidores ludibriados.

Objetivos específicos: Estudar como as fraudes cibernéticas afetam consumidores ludibriados pela propaganda enganosa; investigar as sanções cíveis aplicáveis para os infratores da conduta; e analisar como a jurisprudência brasileira moderna vem interpretando o tema dentro da esfera civil.

Método: Para a realização da pesquisa e dos objetivos propostos, a metodologia a ser utilizada é qualitativa, que pode ser definida como uma abordagem que incorpora o significado e a intencionalidade dos atos, relações e estruturas sociais, entendendo-os como construções humanas em constante transformação. (MINAYO, 2006, p. 22-23).

Para tanto, adotar-se-á pesquisa de cunho bibliográfico, documental, com a realização de pesquisas baseadas no Código de Defesa do Consumidor, dentre outros. Sob esse viés, será realizada também a pesquisa documental, que consiste na interpretação de fontes secundárias do Direito. Em relação à pesquisa bibliográfica, será realizada uma revisão de literatura para se poder averiguar o estado da arte. Portanto, serão utilizadas doutrinas e artigos científicos para analisar as consequências da falsificação e da pirataria para os consumidores, bem como as implicações civis para os responsáveis por essas fraudes no ambiente digital.

Resultados Alcançados: Pretende-se com a pesquisa reconhecer que a falsificação e a pirataria dentro do ambiente digital apresentam impactos negativos materiais e morais aos consumidores, polo hipossuficiente da relação de consumo, vulnerável e lesados por práticas ilícitas, abusivas e enganosas. A análise, volta-se, portanto, à esfera da responsabilidade civil, buscando evidenciar o dever de reparação pelos danos sofridos e a necessidade de tutela efetiva dos direitos do consumidor, a fim de assegurar equilíbrio e segurança nas relações de consumo em ambiente digital.

Além disso, é importante entender como a jurisprudência brasileira vem tratando dessa questão, evidenciando que essa prática de acarreta graves consequências legais, no âmbito civil e sob o Código de Defesa do Consumidor. O STJ, em julgados recentes, decidiu que o

dano moral é presumido pela falsificação, ou seja, o consumidor não tem necessidade de provar o prejuízo concreto em relação a imagem para gerar o um dano moral passível de indenização.

A posição majoritária é de que tais ilícitos fragilizam a confiança nas relações de consumo digitais e exigem resposta reparatória e preventiva. Sob esse viés, pretende-se analisar a jurisprudência do STJ mais recente, nos últimos 5 anos, com o intuito de verificar o quantum indenizatório e se o valor é adequado ou irrisório, como também analisar se o acesso a justiça é amplo e facilitado para as vítimas.

É fato que à luz do CDC, produtos falsificados configuram vício nos produtos, comercialização imprópria, risco à saúde, segurança e confiança do consumidor e que os fornecedores devam responder civilmente por danos materiais e morais, capazes de punir e prevenir novas práticas ilícitas e fraudulentas ao consumidor.

Dessa maneira, busca-se evidenciar a necessidade de atuação eficaz do Estado por meio de legislações mais específicas, a implementação de políticas públicas voltadas à repressão das práticas ilícitas, bem como uma melhor fiscalização dentro do comércio eletrônico. Também, é fundamental, promover a educação e a capacitação do consumidor para que possa reconhecer situações de risco e tomar decisões conscientes e responsáveis, bem como a proteção exige medidas não apenas punitivas, mas também preventivas.

Palavras-chave: Falsificação Cibernética, Consumidor, Responsabilidade Civil

Referências

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm.

BRASIL. Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Regula os direitos autorais. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19610.htm.

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 15 maio 1996. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm.

BRASIL. Código Civil. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 11 jan. 2002. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm

Direitos da propriedade intelectual e o combate à pirataria: a conscientização social dos

prejuízos decorrentes da pirataria. VIEIRA, Alvarenga, Repositório Institucional Unesp, 2015. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/items/84685c00-0335-42ff-a129-358ddfe8b27f>.

SANTOS, Agatha Rodrigues dos. A logística e consequências sociais. 2023. Trabalho acadêmico – [Etec Deputado Ary de Camargo Pedroso], 2023. Disponível em: [logistica_2023_2_agatharodriguesdossantos_alogisticaeconsequenciassociais.pdf](#).

SEGABINAZZI, Rodrigo Costa; REALE, Getulio Sangali; MARTINS, Marco Antônio Mabília. “Pirataria é Coisa de Pobre?” Motivações Para O Consumo de Produtos Falsificados Entre Indivíduos De Baixa e Alta Renda No Brasil. International Journal of Business and Marketing, [S. l.], v. 2, n. 1, 2017. Disponível em: <https://ijbmkt.emnuvens.com.br/ijbmkt/article/view/29>. Acesso em: 20 set. 2025.

GROSSMAN, G; SHAPIRO, C. Foreign counterfeiting of status goods. Journal of Economics, [S.l.], v. 103, n.1, p.79-100, 1988

MINAYO, Maria Cecília de Souza. O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. In: O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. 1992. p. 269-269.