



Centro Universitário de Brasília - UniCEUB
Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais – FAJS
Curso de Bacharelado em Direito

LARISSA ALVES LOURENÇO

**PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO ELETRÔNICO: Uma análise
crítica do decreto 7.762/2013 e do Projeto de Lei nº 3.514/2015**

BRASÍLIA

2023

LARISSA ALVES LOURENÇO

**PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO ELETRÔNICO: Uma análise
crítica do decreto 7.762/2013 e do Projeto de Lei nº 3.514/2015**

Artigo científico apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais – FAJS do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB).

Orientador(a): Professor Leonardo Roscoe Bessa.

BRASÍLIA

2023

LARISSA ALVES LOURENÇO

PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO ELETRÔNICO: Uma análise crítica do decreto 7.762/2013 e do Projeto de Lei nº 3.514/2015

Artigo científico apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais – FAJS do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB).

Orientador(a): Professor Leonardo Roscoe Bessa.

BRASÍLIA, ____ DE _____ DE 2023

BANCA AVALIADORA

Professor(a) Orientador(a) Leonardo Roscoe Bessa

Professor(a) Avaliador(a)

PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO ELETRÔNICO: Uma análise crítica do decreto 7.762/2013 e do Projeto de Lei nº 3.514/2015

Larissa Alves Lourenço¹

Resumo: As mudanças no cenário do consumo no Brasil, decorrentes das tecnologias de informação, têm deixado o consumidor mais vulnerável, especialmente no comércio eletrônico, onde a fiscalização pelos órgãos de proteção é menor. Este trabalho analisa o Projeto de Lei (PL) nº 3.514 de 2015, que visa melhorar a proteção do consumidor no comércio eletrônico. O PL propõe alterações no Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1999), em suas disposições gerais presentes no Capítulo I do Título I, assim como na Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro (Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942), em seu artigo 9º, para aprimorar a proteção dos contratos internacionais comerciais e de consumo, além de incluir as obrigações extracontratuais nesta norma. O PL busca oferecer maior proteção ao consumidor, evitando lacunas que possam prejudicar a parte vulnerável da relação de consumo, de acordo com o inciso XXXII do art. 5º da Constituição Federal brasileira². Com base em pesquisa bibliográfica, legislativa e jurisprudencial, conclui-se que o PL fortalece a proteção do consumidor, fornecendo mais ferramentas para reduzir a desigualdade na relação e o déficit informacional.

Palavras-chave: Relação De Consumo. Internet. Comércio Eletrônico. Projeto de Lei.

Sumário: Introdução. 1 - Direito do Consumidor e a Regulamentação do Comércio Eletrônico. 1.1 - Definição de comércio eletrônico. 1.2 - Aplicação do Código de Defesa do Consumidor. 1.2.1 - Relação de consumo. 1.3 - Ausência de disciplina. 1.4 - Art. 49 e sua aplicação. 2 - Decreto do Comércio Eletrônico. 2.1 - Contexto de surgimento. 2.2 - Conteúdo. 2.3 - Críticas e limites do decreto regulamentar. 3 - Projeto de Lei nº 3.415/2015. 3.1 - Contexto de surgimento. 3.2 – Conteúdo. 3.3 - Importância. Considerações Finais. Referências.

INTRODUÇÃO

A revolução técnico-científica e informacional, também chamada de terceira revolução industrial, ocorreu no Brasil por volta da década de 1970. A era digital transformou a maneira como os consumidores brasileiros compram produtos e serviços, tornando o comércio eletrônico um canal popular para o consumo.

¹ Bacharelada em Direito pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais – FAJS, do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB).

² BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 29 ago. 2022.

No entanto, essa mudança também aumentou a vulnerabilidade do consumidor, especialmente porque a fiscalização dos órgãos de proteção é menor no ambiente virtual. O consumidor vivencia uma nova vulnerabilidade, por isto é importante buscar os parâmetros de boa-fé do comércio tradicional para adaptá-las ao comércio eletrônico.³

Após a década de 1980, o mundo entrou na era digital, mudando as relações jurídicas do ambiente físico para o ambiente digital. Como resultado, o direito criou leis especiais para esse ambiente, que agora abriga muitas relações de consumo, trazendo algumas desvantagens para o consumidor e vantagens para o fornecedor.

Um dos pontos mais importantes alterados pelo Projeto de Lei (PL) nº 3.514 de 2015 é a interpretação e integração das leis e contratos de forma mais favorável ao consumidor, para diminuir a vantagem do fornecedor, que é a parte com mais recursos. O PL também tem um viés sustentável, promovendo a produção e o consumo de forma mais consciente.

Nesse contexto, o presente trabalho analisa o PL nº 3.514 de 2015, que visa aprimorar a proteção do consumidor no comércio eletrônico. O PL propõe alterações no Código de Defesa do Consumidor (CDC) e na Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro (LINDB) para oferecer mais proteção ao consumidor e preencher possíveis lacunas na relação de consumo.

Fundado nisso, este estudo foi feito para analisar como a aprovação do PL irá eliminar as lacunas existentes na aplicação do CDC e do decreto do comércio eletrônico (Decreto Federal nº 7962 de 2013) no caso concreto.

Para analisar o tema, foram utilizadas as fontes bibliográfica, legislativa e jurisprudencial, mediante método dedutivo. Após, partiu-se para uma análise doutrinária com o intuito de possibilitar uma investigação minuciosa sobre o internauta, sua proteção e como o Código de Defesa do Consumidor trata o tema.

Além disso, são princípios do Código de Defesa do Consumidor, presentes em seu Artigo 4º, a transparência e harmonia das relações de consumo, realizando ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor. Uma vez que, na Constituição Federal, quando trata dos princípios da ordem econômica, tem em seu Artigo 170, a defesa do consumidor como valor.⁴

³ MARQUES, Cláudia Lima. **Confiança no Comércio Eletrônico e a Proteção do Consumidor (um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico)**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004. p. 40.

⁴ BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 29 ago. 2022.

Para fazer isso, deve-se reconhecer a vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo, conforme o referido artigo.

A evolução tecnológica e a constante inovação no ambiente digital são fenômenos que têm impactado significativamente o direito. Em virtude da rapidez com que novas tecnologias são desenvolvidas, é comum que surjam situações imprevisíveis que desafiam o ordenamento jurídico, o que evidencia a necessidade de atualização constante das leis para acompanhar as mudanças fáticas.

Este trabalho está dividido em três capítulos, cada um com o objetivo de explorar o tema da proteção do consumidor no ambiente digital de uma maneira mais aprofundada.

O primeiro capítulo tem como objetivo introduzir o leitor ao tema da proteção do consumidor no ambiente digital. Para isso, será feita uma análise do conceito de consumidor à luz do art. 49 do Código de Defesa do Consumidor, trazendo conhecimentos doutrinários. Essa análise permitirá que o leitor entenda melhor as implicações legais da relação entre consumidor e fornecedor no ambiente digital e as lacunas presentes na aplicação do CDC ao comércio eletrônico.

O segundo capítulo foi dedicado a apresentar o Decreto Federal nº 7.962 de 2013, que veio com o objetivo de aumentar a tutela jurídica do comércio eletrônico, que trata especificamente sobre a contratação no meio digital.

Por fim, o terceiro capítulo será dedicado a analisar as propostas do Projeto de Lei e sua contribuição para a proteção do consumidor.

Ao fim da análise desses três capítulos, o leitor terá uma compreensão mais completa da importância da aprovação do Projeto de Lei nº 3.514 de 2015, que objetiva ampliar a tutela jurídica do consumidor no ambiente digital, ao suprir as lacunas existentes na aplicação do CDC e do decreto do comércio eletrônico.

1 DIREITO DO CONSUMIDOR E A REGULAMENTAÇÃO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO

1.1 Definição de Comércio Eletrônico

Segundo Osmar Lopes Júnior, o comércio eletrônico surgiu antes mesmo da internet, com a rede SWIFT, que permitia a integração financeira de bancos internacionais. Enquanto a

internet surgiu como um sistema de comunicações entre os órgãos de governo dos Estados Unidos durante a guerra fria.⁵

Logo após, “em 1993, é que a Internet realmente foi aberta para os negócios, para o uso comercial. O comércio eletrônico então começou a ganhar força, apesar de ainda hoje não possuir uma regulamentação legal específica no âmbito nacional.”⁶

É uma nova modalidade de contratação,

Trata-se do denominado “comércio eletrônico”, para se contrapor ao comércio tradicional. É o comércio “clássico” de atos negociais entre empresários e clientes para vender produtos e serviços, agora realizado através de contratações a distância, conduzidas por meios eletrônicos (email, mensagem de texto etc.). Estes negócios jurídicos por meio eletrônico são concluídos sem a presença física simultânea dos dois contratantes no mesmo lugar, daí serem denominados, normalmente, contratos à distância no comércio eletrônico, e incluem tocas de dados digitais, textos, sons e imagens.⁷

Entretanto, mesmo que seja realizado sem a presença mútua do fornecedor e do consumidor, a contratação gera os mesmos efeitos da contratação tradicional. Entretanto, nesta relação de consumo geralmente o fornecedor tem as informações do consumidor, mas o contrário não é verdadeiro. São diversas os meios utilizados para aproximar o fornecedor e o consumidor a fim de celebrar um negócio jurídico. Essas ferramentas, ao invés de providenciar maior segurança, trazem mais insegurança, uma vez que o fornecedor não coloca seus dados, ou coloca dados errados, o que resulta no consumidor realizando negócio com uma parte que ele não sabe quem é. Por isto, a desigualdade da relação de consumo é amplificada quando ocorre na modalidade eletrônica.⁸

1.2 Aplicação do Código de Defesa do Consumidor

O CDC não se aplica a todas as relações que envolvem o consumidor, somente as que envolvem o consumidor e o fornecedor que têm como objeto produtos ou serviços.

⁵ LOPES JUNIOR, Osmar. O comércio eletrônico e o código de defesa do consumidor. **Revista IOB de Direito Civil e Processual Civil**, Porto Alegre, v. 8, n. 48, p. 15-24, jul./ago. 2017. Disponível em: <https://bd.tjdft.jus.br/jspui/handle/tjdft/11639>. Acesso em: 10 set. 2023.

⁶ LOPES JUNIOR, Osmar. O comércio eletrônico e o código de defesa do consumidor. **Revista IOB de Direito Civil e Processual Civil**, Porto Alegre, v. 8, n. 48, p. 15-24, jul./ago. 2017. Disponível em: <https://bd.tjdft.jus.br/jspui/handle/tjdft/11639>. Acesso em: 10 set. 2023.

⁷ MARQUES, Cláudia Lima. **Confiança no Comércio Eletrônico e a Proteção do Consumidor (um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico)**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004. p. 71.

⁸ VIAL, Sophia Martini. **A sociedade da (des)informação e os contratos de comércio eletrônico: do código civil às atualizações do código de defesa do consumidor, um necessário diálogo entre fontes**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2012. p. 229-258.

Esses três elementos são requisitos necessários para aplicação do Código de Defesa do Consumidor, uma vez que suas normas são protetivas para equilibrar essa relação que torna o consumidor mais vulnerável.

Portanto, conforme Ricardo Lorenzetti é de suma importância determinar o campo de aplicação das normas protetivas do Código. Uma vez que não é necessário aplicá-las quando não existe uma relação de consumo, mesmo que haja consumidores envolvidos. Para ele, as relações que não são de consumo “não precisam da proteção do direito do consumidor, porque elas escapam de sua hipótese fática e do seu âmbito de incidência.”⁹

Sobre a vulnerabilidade do consumidor no ambiente digital, Cláudia Lima Marques defende que ela é maior quando comparada com o comércio físico:

A importante pergunta que se coloca é se este meio eletrônico realmente aumentou o poder decisório do consumidor/cibernauta. A resposta é novamente pós-moderna, *dúbia* (*claroscuro*, em espanhol), porque a internet traz uma aparência de liberdade, com o fim das discriminações que conhecemos (de cor, sexo, religião etc.) e o fim dos limites do mundo real (fronteiras, línguas diferentes, riscos de viagens etc.), mas a vulnerabilidade do consumidor aumenta. Como usuário da net, sua capacidade de controle fica diminuída, é guiado por links e conexões, em transações ambigualmente coordenadas, recebe as informações que desejam lhe fornecer, tem poucas possibilidades de identificar simulações e 'jogos', de proteger a sua privacidade e autoria, de impor a sua linguagem. Se tem uma ampla capacidade de escolher, sua informação é reduzida (extremo déficit informacional), a complexidade das transações aumenta, sua privacidade diminui, sua segurança e confiança parecem desintegrarem-se em uma ambiguidade básica: pseudo-soberania do indivíduo/sofisticação do controle!¹⁰

Portanto, a falta de informações sobre o fornecedor durante o contrato eletrônico coloca o consumidor numa posição ainda mais vulnerável quando comparado ao contrato não-eletrônico, o que desarmonizou ainda mais a relação de consumo.

Em contrapartida, com a promulgação da Constituição Federal em 1988, o legislador constituinte inovou ao disciplinar como dever do Estado a garantia da proteção ao consumidor, em seu art. 5º, o qual prevê os direitos e deveres individuais e coletivos, no seu inciso XXXII: “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”.¹¹

⁹ LORENZETTI, Ricardo L. **Comércio Eletrônico**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2004. p. 362.

¹⁰ LORENZETTI, Ricardo L. **Comércio Eletrônico**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2004. p. 35.

¹¹ BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 29 ago. 2022.

Com isso, em 1990 foi criada a Lei nº 8.078, também chamada de Código de Defesa do Consumidor, cujo objetivo era proteger o direito fundamental estabelecido pelo legislador constituinte, a fim de garantir um equilíbrio no mercado.

Entretanto, no contexto em que foi idealizado o CDC não se falava, ou cogitava, a mudança do principal meio de ocorrência das relações de consumo do físico para o digital.

Logo, ganha grande relevância o comércio eletrônico como meio de relação entre consumidores e fornecedores. Conforme Tarcísio Teixeira

O tráfico mercantil ganha mais uma forma para seu funcionamento. Além disso, considerando o baixo custo que se tem para operar na internet, torna-se um poderoso atrativo às empresas em geral que utilizam esse recurso para expandir seus negócios na busca do lucro.¹²

Desse modo, a internet desequilibrou ainda mais a relação de consumo, ao diminuir os custos de produção e comercialização para o fornecedor e aumentar os riscos ao consumidor, que na maior parte das vezes, nem sabe com quem está fazendo um negócio jurídico.

O referido autor traz o conceito de vários autores para conceituar comércio eletrônico, dentre eles o da Cláudia Lima Marques que entende: “[...] que o comércio eletrônico seria o comércio “clássico”, hoje realizado por meio de contratação a distância. Alcança os contratos celebrados pela internet, por telefones fixos e celulares, pela televisão a cabo etc.”¹³.

Para mostrar a importância do comércio eletrônico para o Direito de Defesa do Consumidor, o autor trouxe dados de crescimento do comércio eletrônico no mundo, tendo o Brasil se destacado quanto ao número de internautas, isto é, habitantes com acesso à internet.

1.2.1 Relação de Consumo

Entretanto, quando o Código de Defesa do Consumidor foi criado, ainda não se falava em relação de consumo no meio digital. O legislador tinha como conceito de comércio a distância, isto é, que ocorria fora estabelecimento do fornecedor, somente o caso em que o fornecedor comparecia a casa do consumidor sem aviso prévio e sem que este tivesse um período para refletir antes da compra¹⁴.

¹² TEIXEIRA, Tarcísio. **Comércio eletrônico**: conforme o Marco Civil da Internet e a regulamentação do *e-commerce* no Brasil. São Paulo: Saraiva, 2015.

¹³ MARQUES, Cláudia Lima. **Confiança no Comércio Eletrônico e a Proteção do Consumidor (um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico)**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004. p. 71.

¹⁴ BESSA, Leonardo Roscoe. **Código de Defesa do Consumidor Comentado**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021.

Entretanto, 30 anos após sua publicação, as compras ocorrem mais no meio digital do que no meio virtual e os doutrinadores de Direito do Consumidor temem pela discrepância entre a lei e a realidade fática faça com que o ativismo judicial e a interpretação extensiva sejam as únicas maneiras de proteger quem compra pela internet.

A relação de consumo significa a situação fática do vínculo jurídico estabelecido entre consumidor e fornecedor no âmbito do mercado de consumo¹⁵. A aplicação do CDC está estrita a esses requisitos objetivos uma vez que a legislação tem caráter protetivo, por isto só é aplicada quando se configura uma relação de consumo.

1.3 Ausência de disciplina

Nos últimos vinte anos, o comércio eletrônico tem se expandido de forma exponencial no Brasil, se tornando a principal forma de compras da maioria das pessoas e, com isso, surgiram muitas demandas judiciais que necessitam da proteção jurídica prevista no texto da Constituição de 1988, em seu artigo 5, XXXII.¹⁶

Contudo, ainda que o CDC ofereça proteção aos consumidores em diversas situações de consumo, sua atuação e tutela no meio digital ainda é muito tímida.

Assim, mesmo que Fábio Ulhoa Coelho acredite que não seja urgente a revisão do Código, acredita que deve ser aproveitada a oportunidade de revisá-lo para regulamentar o comércio eletrônico.

Para o referido autor: "no bojo da revisão do CDC, caberá certamente disciplinar o comércio eletrônico, que não existia em 1990, com o objetivo de suprir lacunas e modernizar o direito positivo brasileiro¹⁷.

A aplicação do CDC ao comércio eletrônico é fundamental para garantir que os consumidores tenham seus direitos respeitados em todas as etapas da compra. Isso inclui desde a publicidade e apresentação do produto ou serviço, até a entrega e pós-venda.

¹⁵ BESSA, Leonardo Roscoe. **Código de Defesa do Consumidor Comentado**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021. p. 392.

¹⁶ BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 29 ago. 2022.

¹⁷ COELHO, Fábio Ulhoa. Direitos do consumidor no comércio eletrônico. **Revista IOB de Direito Civil e Processual Civil**, Porto Alegre, v. 8, n. 48, p. 7-14, jul./ago. 2007.

Um dos princípios do CDC é a boa-fé nas relações de consumo, ou seja, tanto o fornecedor quanto o consumidor devem agir de maneira ética e honesta durante toda a transação comercial.

No contexto do comércio eletrônico, isso se traduz em obrigações como a apresentação clara e precisa das informações sobre o produto ou serviço, informações sobre o fornecedor, o cumprimento do prazo de entrega e a possibilidade de devolução ou troca em caso de insatisfação do consumidor.

1.4 Art. 49 e sua aplicação

O artigo 49 do CDC é um dos dispositivos mais importantes no que diz respeito às compras realizadas a distância. Entretanto, a contratação eletrônica não era significativa quando foi pensado

As justificativas da edição do art. 49 se aplicam, em sua maioria, ao comércio eletrônico, evidenciando que a lei é mais sábia que o legislador. No caso do comércio eletrônico, razão para o direito de arrependimento é a impossibilidade de contato físico com o produto. Por mais que se mostrem diversas fotos, sejam esclarecidas as características e qualidades do produto, nada substitui o contato direto do consumidor com o bem, fator imprescindível a para liberdade do direito de escolha (art. 6º, II) e decisão de compra.¹⁸

Ele dispõe que: “o consumidor pode desistir do contrato, no prazo de sete dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.”¹⁹

Logo, estabelece o direito de arrependimento do consumidor, permitindo que ele desista da compra no prazo de sete dias após o recebimento do produto ou serviço, sem qualquer ônus ou penalidade.

A interpretação desse artigo tem gerado algumas discussões, especialmente no que diz respeito ao prazo de devolução e aos custos envolvidos na operação. Entretanto, a jurisprudência tem se consolidado no sentido de garantir o direito de arrependimento aos consumidores de forma ampla e efetiva.

¹⁸ BESSA, Leonardo Roscoe. **Código de Defesa do Consumidor Comentado**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021.

¹⁹ BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**: Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm. Acesso em: 04 out. 2022.

Desta forma, conforme julgado²⁰ da terceira turma cível do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios, que teve como relator a desembargadora Fátima Rafael, na apelação 0716785-55.2022.8.07.0001 reconheceu que com base no art. 49 do CDC, o consumidor pode desistir do contrato no prazo de 07 dias “a contar da assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a compra ocorrer fora do estabelecimento comercial”. Ela denominou esse momento como um prazo de reflexão do consumidor. Isto porque ele dispõe “da faculdade de desistir de compras feitas fora do estabelecimento comercial” que foram “realizados por meio da internet”.

Para Fábio Ulhoa Coelho²¹, tal artigo só deverá ser aplicado caso o consumidor, ao entrar em "contato físico com o produto, quando da entrega, desperta o sentimento de arrependimento do ato de compra, deve ser reconhecido o direito do consumidor ao desfazimento do contrato."

Do contrário, "não é apropriado estabelecer que qualquer ato de consumo praticado via Internet poderia ser desfeito pelo consumidor arrependido, no prazo de sete dias.". Logo, "não é razoável supor que sete dias depois o consumidor pudesse unilateralmente desfazer a operação apenas porque se arrependeu do ato praticado".

Portanto, a aplicação do CDC, com base no princípio da boa-fé, e a interpretação do artigo 49 são elementos essenciais para garantir que os consumidores possam realizar suas compras de forma segura e confiável no ambiente virtual.

Contudo, somente o art. 49 e os princípios do CDC não são suficientes para garantir a proteção do cibernauta, uma vez que eles só podem ser aplicados depois que há uma demanda judicial. Assim, aquele consumidor que não possui informações sobre o fornecedor não consegue ir atrás dos direitos tutelados. Diante disso, sua aplicação desamparada tem se mostrado insuficiente para trazer confiança do consumidor em realizar compras a distância por meios eletrônicos.

²⁰ BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal. (2. Vara Cível) **Apelação nº 0716785-55.2022.8.07.0001**. EMENTA: DIREITO DO CONSUMIDOR. TRANSPORTE AÉREO INTERNACIONAL. DIREITO DE ARREPENDIMENTO. REMARCAÇÃO. DANOS MATERIAIS COMPROVADOS. SENTENÇA REFORMADA. Apelante: Carlos Eduardo Ferraz de Mattos Barroso. Relator(a): Des. Fátima Rafael. Brasília, 23 de março de 2023. Disponível em: <https://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistj>. Acesso em: 29 set. 2023.

²¹ COELHO, Fábio Ulhoa. Direitos do consumidor no comércio eletrônico. **Revista IOB de Direito Civil e Processual Civil**, Porto Alegre, v. 8, n. 48, p. 7-14, jul./ago. 2007.

2 DECRETO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO

2.1 Contexto de surgimento

Em março de 2013, a presidenta Dilma Rousseff publicou o Decreto nº 7.962, cujo objetivo era regulamentar a Lei nº 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor), para aumentar a tutela do CDC no comércio eletrônico, além de criar algumas regras específicas para a contratação no meio digital.

O decreto trata de forma específica das relações de consumo ocorridas no meio eletrônico, regulamentando a informação da oferta ao consumidor, a contratação e o direito de arrependimento²².

Ele surgiu em um cenário onde o Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor apresentou dados alarmantes de reclamações de consumidores com relação ao comércio eletrônico. Suas principais denúncias apontavam a falta de clareza das informações das ofertas, o seu descumprimento e o desrespeito ao direito de arrependimento.

Por isso, os órgãos de defesa do consumidor notaram que, mesmo que o CDC tenha incidência sobre todas as formas de relação de consumo, sua aplicação no comércio eletrônico tem sido insuficiente. Deste modo,

Embora os direitos e garantias previstos no Código de Defesa do Consumidor se apliquem a todas as relações de consumo, incluindo a contratação por meio eletrônico, tal modalidade de contratação trouxe novos desafios para a proteção do consumidor. O desenvolvimento tecnológico e a ampla disseminação desta tecnologia foram, pouco a pouco, transformando a contratação eletrônica de fenômeno marginal a modalidade comercial de alto crescimento e participação no varejo brasileiro. Diante deste fato, ao mesmo tempo em que se reconhece a natureza principiológica do CDC e a plena aplicabilidade de seus princípios e instrumentos às relações de consumo realizadas por meio eletrônico, verificou-se a pertinência de mecanismos que ampliem as informações sobre fornecedores, produtos e serviços, bem como aprimorem o atendimento ao consumidor, levando-se em conta as características do meio eletrônico e a experiência acumulada pela Secretaria Nacional de Defesa do Consumidor ao tratar do tema.

Em função disso, no dia 15 de março de 2013, para comemorar o Dia Mundial do Consumidor, a chefe do executivo lançou o Plano Nacional de Consumo e Cidadania

²² BRASIL. MINISTÉRIO DA JUSTIÇA E SEGURANÇA PÚBLICA. **Nota nº 40/CGEMM/DPDC/SENACON/2013**. Sistema Nacional de Defesa do Consumidor. Análise do Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013 (Comércio Eletrônico). Disponível em: <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/consumidor/notas-tecnicas/anexos/nota-tecnica-no-40-2013-comercio-eletronico.pdf/view>. Acesso em: 14 set. 2023.

(PLANDEC) para editar o Decreto nº 7.962 a fim de regulamentar o CDC para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico.

O referido Plano consolidou a Política de Defesa do Consumidor como uma Política Estatal. Ele se inspirou na criação da Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon) em maio de 2012 e, por isto, buscou “promover a proteção e a defesa do consumidor em todo o território nacional, por meio da integração e articulação de políticas, programas e ações”²³.

2.2 Conteúdo

O decreto regulamentar federal nº 7.962 foi editado em 15 de março de 2013, também conhecido como decreto do comércio eletrônico, foi publicado com 9 artigos no total.

Em seu art. 1º, ele elenca quais os principais parâmetros do referido ato normativo ao regulamentar o CDC, a fim de

dispor sobre a contratação no comércio eletrônico, abrangendo os seguintes aspectos: I – informações claras a respeito do produto, serviço e do fornecedor; II – atendimento facilitado ao consumidor; e III – respeito ao direito de arrependimento.²⁴

À vista disso, quando o Decreto se refere ao comércio eletrônico, ele está descrevendo a “contratação que ocorre fora do estabelecimento comercial físico, abarcando todo e qualquer estabelecimento [...] voltado para as contratações com consumidores pelos quais é possível a formação de um contrato de consumo.”²⁵

Ademais, o art. 2º trata sobre a contratação eletrônica por meio dos sítios eletrônicos e dos demais meios eletrônicos que são utilizados pelo consumidor para realizar a relação de consumo. Conforme Tarcísio Teixeira, esses instrumentos

devem disponibilizar em local de destaque e de fácil visualização: o nome empresarial e o número de inscrição do fornecedor, quando houver, no CPF – Cadastro Nacional de Pessoas Físicas – ou no CNPJ – Cadastro Nacional de

²³ BRASIL. MINISTÉRIO DA JUSTIÇA E SEGURANÇA PÚBLICA. **Nota nº 40/CGEMM/DPDC/SENAICON/2013**. Sistema Nacional de Defesa do Consumidor. Análise do Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013 (Comércio Eletrônico). Disponível em: <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/consumidor/notas-tecnicas/anexos/nota-tecnica-no-40-2013-comercio-eletronico.pdf/view>. Acesso em: 14 set. 2023.

²⁴ 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. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm. Acesso em: 02 abr. 2023.

²⁵ BRASIL. MINISTÉRIO DA JUSTIÇA E SEGURANÇA PÚBLICA. **Nota nº 40/CGEMM/DPDC/SENAICON/2013**. Sistema Nacional de Defesa do Consumidor. Análise do Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013 (Comércio Eletrônico). Disponível em: <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/consumidor/notas-tecnicas/anexos/nota-tecnica-no-40-2013-comercio-eletronico.pdf/view>. Acesso em: 14 set. 2023.

Pessoas Jurídicas; o endereço físico e eletrônico, entre outras informações pertinentes para sua localização e contato; as características essenciais do produto ou do serviço, devendo ser incluídas as informações sobre os riscos à saúde e à segurança dos consumidores; a discriminação, no preço, de quaisquer despesas adicionais ou acessórias, como as de entrega ou seguros; todas as condições de oferta, incluídas as formas de pagamento, disponibilidade, modo e prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto; as informações claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições à fruição (uso) da oferta.

O art. 2º fere a competência do poder executivo, uma vez que a função do decreto regulamentar o CDC para que haja a fiel execução da lei. Entretanto, no caso do referido artigo, ele cria obrigações para os sítios eletrônicos, podendo ser debatido sua possível inconstitucionalidade.

Para mais, no art. 3º continua tratando sobre os sítios e os meios eletrônicos e traz mais requisitos para as aludidas ferramentas, quais sejam: incluir a quantidade mínima de consumidores para que o contrato possa ser realizado; abranger o prazo que o consumidor possui para poder utilizar a oferta; e compreender a identificação do fornecedor responsável pelo site e fornecedor, conforme os incisos I e II do artigo anterior.

Ainda, o art. 4º determina como será assegurado o atendimento facilitado ao consumidor nesse meio como parâmetro de forma objetiva. Para isso, o fornecedor deverá: “

I – apresentar sumário do contrato antes da contratação, com as informações necessárias ao pleno exercício do direito de escolha do consumidor, enfatizadas as cláusulas que limitem direitos; II – fornecer ferramentas eficazes ao consumidor para identificação e correção imediata de erros ocorridos nas etapas anteriores à finalização da contratação; III – confirmar imediatamente o recebimento da aceitação da oferta; IV – disponibilizar o contrato ao consumidor em meio que permita sua conservação e reprodução, imediatamente após a contratação; V – manter serviço adequado e eficaz de atendimento em meio eletrônico, que possibilite ao consumidor a resolução de demandas referentes a informação, dúvida, reclamação, suspensão ou cancelamento do contrato; VI – confirmar imediatamente o recebimento das demandas do consumidor referidas no inciso, pelo mesmo meio empregado pelo consumidor; e VII – utilizar mecanismos de segurança eficazes para pagamento e para tratamento de dados do consumidor.

Além dos incisos listados, o art. 4º possui um parágrafo único que institui que a resposta do fornecedor às demandas do consumidor por atendimento eletrônico, para qualquer propósito, deverá ser encaminhada a este em até cinco dias. Deste modo, alcança-se o objetivo de facilitar o atendimento ao consumidor, colocando um prazo para resposta do fornecedor aos requerimentos do daquele.

Da mesma forma, o parágrafo 5º determina ao fornecedor que informe, de maneira clara e evidente, instrumentos eficazes para que o consumidor possa exercer seu direito de arrependimento, se esta for sua vontade. Desse jeito, o consumidor tem a possibilidade de utilizar o mesmo meio que utilizou para realizar a contratação, para exercer seu direito de arrependimento, sem prejuízo de outros meios disponibilizados. Assim, o consumidor goza de vários aparelhos para exercer seu direito.

Ainda, no art. 5º fica estipulado que caso o consumidor opte pelo exercício do referido direito, ocorrerá a rescisão dos contratos acessórios, sem qualquer prejuízo ao consumidor. Para isso, o fornecedor deverá comunicar o direito de arrependimento do consumidor “à instituição financeira ou à administradora do cartão de crédito ou similar, para que: I – a transação não seja lançada na fatura do consumidor; ou II seja efetivado o estorno do valor, caso o lançamento na fatura já tenha sido realizado”. Ainda por cima, o fornecedor deverá confirmar o recebimento da manifestação de arrependimento, para segurança do consumidor.

O art. 6º disciplina que deverão ser observadas o “cumprimento das condições da oferta, com a entrega dos produtos e serviços contratados, observados prazos, quantidade, qualidade e adequação” quando se tratar das contratações no meio eletrônico.

Já o art. 7º prevê a sanção do art. 56 do CDC no caso de inobservância das condutas descritas no decreto do comércio eletrônico. O art. 56 do CDC trata sobre as sanções administrativas, civis e penais para infrações do referido Código.

Além disso, o art. 8º inseriu um parágrafo único no art. 10 do Decreto nº 5.903, de 20 de setembro de 2006, que regulamenta a Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, que dispõe sobre a oferta e as formas de afixação de preços de produtos e serviços para o consumidor, e também regulamenta o CDC.

No art. 10º deste decreto, está disciplinado que a aplicação do referido ato normativo dar-se-á sem prejuízo das normas de outros órgãos e entidades federais competentes. O parágrafo único, que foi incluído pelo art. 8º do decreto do comércio eletrônico dispõe que os artigos 2º, 3º e 9º serão aplicados nas contratações no comércio eletrônico.

O artigo 2º do Decreto nº 5.903 de 2006 trata sobre a informação adequada dos preços dos produtos e serviços, para que o consumidor contenha informações corretas, claras, precisas, ostensivas e legíveis. Já o art. 3º do mesmo decreto disciplina que o preço do produto ou serviço deverá ser discriminado do valor total à vista, bem como informações quanto a prestações, financiamento, periodicidade, juros e eventuais acréscimos e encargos que incidirem sobre o

valor. O art. 9º do Decreto nº 5.903 de 2006 impõe as infrações aos casos que ofendam o direito à informação do consumidor, bem como sujeita o infrator as sanções previstas no CDC.

Por fim, o art. 9º do decreto do comércio eletrônico prevê a *vacatio legis* do decreto para sessenta dias após a sua publicação, que será quando ele começará a produzir seus efeitos.

2.3 Críticas e limites do Decreto Regulamentar

A maior limitação do Decreto regulamentar é a sua própria força normativa, conforme o art. 84 da Constituição Federal, o decreto é uma atribuição do Presidente da República para dispor sobre, já que é hierarquicamente inferior à Constituição, às leis complementares e às leis ordinárias. Portanto, caso seja publicada uma lei ordinária que tenha conflito com o conteúdo do Decreto, haverá prevalência da lei.

Ele é expedido pelo Chefe do Poder Executivo que realiza o poder regulamentar conferido a ele pela Constituição (art. 84, IV) que se formaliza mediante decreto e que se subordina hierarquicamente à Constituição e à lei²⁶.

O regulamento executivo “complementa a lei, ou, nos termos do art. 84, IV, da Constituição, contém normas ‘para fiel execução da lei’²⁷. Conforme Di Pietro, o decreto regulamentar

não pode estabelecer normas *contra legem* ou *ultra legem*. Ele não pode inovar na ordem jurídica, criando direitos, obrigações, proibições, medidas punitivas, até porque ninguém é obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei (art. 5º, II, da Constituição); ele tem que se limitar a estabelecer normas sobre a forma como a lei vai ser cumprida.²⁸

Portanto, o regulamento é muito limitado como fonte de direito e não pode criar obrigações, conceder direitos ou impor vedações, uma vez que o princípio da legalidade previsto no artigo 5º, inciso II, da Constituição Federal estabelece que “ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei.”

Segundo a Ministra Carmén Lúcia,

a Presidente da República não pode, no decreto, senão aplicar o que na lei foi posto a ser apurado ou divulgado. O decreto conterà norma de mera aplicação objetiva, vinculada e formal da lei, sem qualquer inovação possível, sob pena

²⁶ DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. **Direito Administrativo**. 36. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2023.

²⁷ BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 29 ago. 2022.

²⁸ DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. **Direito Administrativo**. 36. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2023.

de abuso do poder regulamentar, passível de fiscalização e controle pela via legislativa ou judicial.²⁹

Em suma, o decreto regulamentar só pode ser utilizado para complementar uma lei existente, por conseguinte não pode criar direitos e obrigações, a fim de respeitar o princípio constitucional.

Conforme Tarcísio Teixeira, o decreto regulamentar veio para consolidar os entendimentos doutrinários e jurisprudenciais sobre o cabimento de aplicação do CDC aos contratos eletrônicos, quando se tratar de uma relação de consumo.

Entretanto, o decreto inova ao impor obrigações aos fornecedores para garantir a proteção do consumidor, logo foi além de regulamentar o referido Código ao criar deveres. Deste modo, poderia haver uma discussão quanto a sua desconformidade com a Constituição Federal, pois excedeu sua função regulamentar e acabou por normatizar, e por conseguinte, extrapolou os limites constitucionais do ato normativo, quando criou obrigações e definiu sanções.

O art. 2º do referido decreto fere a competência do poder executivo, uma vez que a função do decreto regulamentar o CDC para que haja a fiel execução da lei. Entretanto, no caso do referido artigo, ele cria obrigações para os sítios eletrônicos, podendo ser debatido sua possível inconstitucionalidade.

Pelo mesmo motivo da usurpação de competência do artigo 2º, os artigos 3º, 4º e 5º também criam obrigações para o fornecedor, o que causa uma insegurança jurídica e infringe o princípio da legalidade.

Ainda, o artigo mais perigoso para a segurança jurídica é o art. 7º que comina sanções para a inobservância das obrigações previstas no supracitado ato normativo derivado, aplicando-se as sanções previstas no art. 56 da Lei nº 8.078, de 1990.

²⁹ BRASIL. Supremo Tribunal Federal. (Plenário). **Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 4.568. CONSTITUCIONAL. VALOR DO SALÁRIO-MÍNIMO. ART. 3. DA LEI N. 12.382, de 25.2.2011. VALOR NOMINAL A SER ANUNCIADO E DIVULGADO POR DECRETO PRESIDENCIAL. DECRETO MERAMENTE DECLARATÓRIO DE VALOR A SER REAJUSTADO E AUMENTADO SEGUNDO ÍNDICES LEGALMENTE ESTABELECIDOS. OBSERVÂNCIA DO INC. IV DO ART. 7. DA CONSTITUIÇÃO DO BRASIL. AÇÃO JULGADA IMPROCEDENTE.** Requerente: Partido Popular Socialista e Outro (a/s). Requerido: Presidente da República. Relator(a): Min. Cármen Lúcia. Brasília, 03 de novembro de 2011. Disponível em: https://jurisprudencia.stf.jus.br/pages/search?classeNumeroIncidente=%22ADI%204568%22&base=acordaos&sinonimo=true&plural=true&page=1&pageSize=10&sort=_score&sortBy=desc&isAdvanced=true. Acesso em: 06 set. 2023.

Em síntese, houve uma usurpação da competência da Presidenta da República ao editar o referido decreto, uma vez que ao exercer sua função regulamentadora, usurpou a função normatizadora do Legislativo, o que pode ser entendido como uma infração ao equilíbrio dos Poderes.

3 PROJETO DE LEI Nº 3.415/2015

3.1 Contexto de surgimento

Sabendo que o Código foi criado e pensado para uma época em que a maioria das relações de consumo ocorriam no âmbito físico, e praticamente nem se falava em compras pela internet, urge a necessidade de, depois de 30 anos da publicação do CDC, a modernização para atender as necessidades que advêm das inovações tecnológicas.

Além disso, em 2010, o Código de Defesa do Consumidor completou vinte anos de sua edição. Motivada por isto, a Presidência do Senado Federal instaurou uma comissão de Juristas a fim de modernizar a referida lei e aumentar sua esfera de atuação.

A Comissão, criada em dezembro de 2010, que foi presidida pelo Ministro do Superior Tribunal de Justiça, Antônio Herman Benjamin, contou como membros os juristas: Cláudia Lima Marques, Ada Pellegrini Grinover, Leonardo Roscoe Bessa, Roberto Augusto Castellanos Pfeiffer e Kazuo Watanabe.

Após sessenta e seis reuniões e oito audiências públicas, o grupo encerrou suas atividades um ano e três meses após instaurada, em março de 2012.

Como resultado, foram criados três projetos de lei, os quais foram apresentados pelo Senador José Sarney para o Senado Federal sob os números de Projeto de Lei do Senado (PLS) 281, 282 e 283 de 2012.

O Projeto de Lei do Senado (PLS) nº 283/2012 objetiva tratar sobre a proteção do consumidor ao superendividamento e planeja regular a oferta de crédito para a parte mais vulnerável da relação consumerista.

Isso posto, uma vez que o crédito ofertado atualmente é muito mais significativo do que quando o Código fora editado e, por conseguinte, possui um impacto mais sério no bem-estar financeiro do consumidor, o que acaba por gerar problemas na sociedade como um todo.

Já o PLS nº 282/2012 visa disciplinar as ações coletivas e seu procedimento. Além disso, dispõe sobre a tutela dos interesses ou direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos que tenham uma relevância no âmbito social e jurídico.

Este assunto já foi tratado no CDC de 1990, mas o PLS nº 282 almeja regular de forma mais atual e extensiva o assunto, haja vista a grande quantidade de demandas homogêneas frente ao Poder Judiciário.

E, por último, o PLS nº 281/2012 foi a primeira forma do Projeto de Lei nº 3.514/2015. Sua finalidade era regular o comércio eletrônico que não foi tratado pelo CDC de 1990, haja vista o ambiente digital não era relevante como meio de relações entre consumidores e fornecedores e, de certa forma, ainda nem existia como é na atualidade.

Hoje em dia, se tornou um ambiente tão popular quanto o espaço físico para a realização de permutas, compras, vendas e ofertas de serviços.

Portanto, o referido projeto traz novos conceitos e normas próprias para regular o tema. Respaludou-se no aprendizado internacional, ao regular o assunto e seu resultado na prática, e na própria experiência brasileira, com as demandas trazidas para o Judiciário e suas soluções para o caso concreto.

Para que os projetos de lei fossem analisados pelos senadores, foi criada em agosto de 2012, a Comissão Temporária Interna de Modernização do Código de Defesa do Consumidor, que reuniu onze senadores e onze suplentes.

Quinze dias após a criação da referida Comissão, foi realizada a primeira reunião, em que ocorreu a eleição do Presidente da Comissão, o Senador Rodrigo Rollemberg, do Vice-Presidente, o Senador Paulo Bauer, do relator, o Senador Ricardo Ferraço.

Além dos Projetos de Lei do Senado nº 281, 282 e 283, todos de 2012, a Comissão também iria analisar alguns projetos de lei que já estavam em tramitação no Senado Federal, os quais foram apensados aos PLS elaborados pela Comissão de Juristas e que seriam apresentados ao Senado Federal pelo Senador José Sarney.

Para isso, foram realizadas audiências públicas com a Comissão de Juristas, com os órgãos de defesa do consumidor e com pessoas da sociedade civil, para atualizar o CDC no sentido de ampliar os direitos do consumidor e aumentar a segurança jurídica das relações consumeristas. Desse modo, seria produzido um texto final atual e equilibrado que fosse eficaz para tutelar as relações de consumo brasileiras.

Assim, em outubro de 2010, a discussão foi dada como encerrada, haja vista não terem sido apresentadas emendas, e, por isto, a matéria foi dada como definitivamente adotada. Isto posto, em novembro de 2015, foi enviado para a Câmara dos Deputados o Projeto de Lei nº 281/2012 a fim de ser submetido a revisão.

Na Câmara, o Projeto de Lei do Senado nº 281 passou a tramitar sob a identidade de Projeto de Lei nº 3.514/2015. Entretanto, foi apensado ao Projeto de Lei nº 4.906/2001, com um regime prioritário de tramitação.

Dentro da Câmara, o PL nº 3.514/2015 foi apensado ao PL 104/2011, porquanto tratam de matérias correlatas. Entretanto, como o PL 104/2011, possui um regime de tramitação ordinário, prevalece o do Projeto de Lei principal.

Assim, o PL 104/2011 está para apreciação das Comissões Permanentes da Câmara: Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, Comissão de Defesa do Consumidor e Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania. Fica evidente que desde 2015 foram realizadas apenas movimentações formais no processo de aprovação.³⁰

3.2 Conteúdo

O Projeto de Lei 3.415/2015 foi um dos vários projetos legislativos criados para tentar acompanhar e regulamentar o comércio eletrônico. Ele tem como objetivo principal a regulamentação do comércio eletrônico no Brasil e, conseqüentemente, a ampliação da proteção ao consumidor nesse ambiente.

Seu propósito é alterar o CDC, “para aperfeiçoar as disposições gerais do Capítulo I do Título I e dispor sobre o comércio eletrônico”. Além disso, ele também visa alterar o art. 9º da LINDB, “para aperfeiçoar a disciplina dos contratos internacionais comerciais e de consumo e dispor sobre as obrigações extracontratuais.”

O PL conta com somente quatro artigos. No primeiro artigo ele determina quais são as alterações no Código de Defesa do Consumidor. Já no segundo artigo ele decreta quais serão as alterações na Lei de introdução às normas do direito brasileiro. Enquanto no terceiro artigo ele define quais são as normas que serão revogadas, tanto do CDC quanto da LINDB. E, por fim, no quarto artigo é estipulado que a Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

³⁰ KRETZMANN, Renata Pozzi. **Atualização do CDC por meio da aprovação do Projeto de Lei 3.514.** Consultor Jurídico, 9 ago. 2023. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2023-ago-09/garantias-consumo-atualizacao-cdc-meio-aprovacao-pl-3514>. Acesso em: 19 set. 2023.

Conforme anunciado, no art. 1º, o PL decreta que “a Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor)” irá passar “a vigorar com as seguintes alterações.” Ele introduz o art. 3º-A para dispor que as normas e negócios jurídicos deverão ser interpretados e integrados forma que seja mais favorável para o consumidor.

Ainda, ele altera o art. 4º e adiciona como objetivo da Política Nacional das Relações de Consumo a proteção do meio ambiente. Dentro do art. 4º, que define os princípios da Política Nacional das Relações de Consumo, no inciso II, que estabelece que a ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor, o PL adiciona a alínea “e” para introduzir o incentivo a padrões de produção e consumo sustentáveis.

No mesmo art., ele altera o inciso IX, que determinava o “fomento de ações direcionadas à educação financeira e ambiental dos consumidores”, para a “promoção de padrões de produção e consumo sustentáveis, de forma a atender às necessidades das atuais gerações” para poder permitir melhores condições de vida e promover o desenvolvimento econômico e a inclusão social, “sem comprometer a qualidade ambiental e o atendimento das necessidades das gerações futuras”.

Já as alterações do art. 5º, que define os instrumentos que o poder público conta para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, ocorrem nos incisos VI e VII. O inciso VI estabelece como ferramenta o “conhecimento pelo Poder Judiciário, no âmbito do processo em curso e assegurando o contraditório, de violação as normas de defesa do consumidor”. Além disso, no inciso VII, altera o inciso para que o poder público conte com a “instituição de Câmaras de Conciliação das Relações de Consumo de Serviços Públicos” para serem integradas à Advocacia Pública federal, estadual e municipal, para garantir “a efetiva participação do órgão de defesa do consumidor local”.

À medida que, no art. 6º, o PL altera os incisos XI, XII e XIII. No inciso XI altera para dispor como direito básico do consumidor “a privacidade e a segurança das informações e dados pessoais prestados ou coletados, por qualquer meio, inclusive o eletrônico, assim como o acesso gratuito do consumidor a estes e a suas fontes.” Nesse sentido, o PL estabelece como direito básico do consumidor o direito à informação segura e o direito a ter seus dados protegidos, além de ter acesso a quais dados foram coletados e por quem.

Já o inciso XII do art. 6º, que tratava sobre o mínimo existencial, passa a tratar sobre a liberdade de escolha, “em especial frente a novas tecnologias e redes de dados”, e veda a discriminação e o assédio de consumo, em qualquer de suas formas.

Para mais, o PL incrementa o art. 10º-A, que dispões sobre como serão praticadas as regras preventivas e precautórias de proteção à saúde e segurança de forma a serem aplicadas “aos riscos provenientes de impactos ambientais decorrentes de produtos e serviços colocados no mercado de consumo.”

Além disso, há alteração nos incisos XIV e XV do art 39, que veda as práticas abusivas. No inciso XIV, o legislador altera o inciso para dispor sobre a vedação à oferta de “produto ou serviço com potencial de impacto ambiental negativo sem tomar as devidas medidas preventivas ou precautórias. Enquanto adiciona o inciso XV para vedar a cobrança de “tarifa de cadastro de abertura de crédito sob qualquer designação”.

Outrossim, o PL introduz a Seção VII, para dispor sobre o comércio eletrônico, com os artigos 45-A ao 45-G, adiciona mais parágrafos ao artigo 49 e adiciona o 49-A. Esta seção disporá sobre as” normas gerais de proteção do consumidor no comércio eletrônico e a distância” a fim de fortalecer a confiança do consumidor e assegurar a proteção efetiva de seus direitos. Para isso, irá diminuir a “assimetria de informações, a preservação da segurança nas transações e a proteção da autodeterminação e da privacidade dos dados pessoais”.

Também, no capítulo VII que trata das sanções, o PL altera o inciso XIII do art. 56, para incrementar como penalidade a “suspensão temporária ou proibição de oferta e de comércio eletrônico”. Ademais, adiciona um quarto parágrafo ao art. 59, com dois incisos, para tratar sobre o descumprimento do inciso XIII do art. 56.

Fora isto, adiciona os arts. 60-A, 60-B, 72-A e mais um inciso no art. 76 para adicionar mais penalidades ao fornecedor que descumprir as normas do CDC. Por fim, altera de modo significativo o art. 101 para dispor sobre as normas a serem observadas nas ações de responsabilidade contratual e extracontratual do fornecedor.

Já o art. 2º do Projeto de Lei, trata sobre a alteração do art. 9º da LINDB, para dispor que as obrigações irão ser regidas pela lei do país em que forem constituídas. Foram revogados os parágrafos primeiro e segundo e adicionou o art. 9-A ao 9-C. O art. 9-A estabelece que o contrato internacional irá ser regido pela lei que for escolhida pelas partes, de forma total, e o acordo tem que ser expresso.

Adiciona também o art. 9-B que especifica os requisitos para ser um contrato internacional de consumo e que a lei que irá reger o contrato é a do lugar de celebração ou pela lei brasileira, se executado no Brasil, desde que seja mais favorável ao consumidor.

Por último, o art. 9-C trata sobre o caso que as partes possuam domicílio diferente do país que ocorreu o acidente, dano, fato ou ato ilícito. Neste caso, as obrigações extracontratuais vão ser regidas pela lei do lugar em que os efeitos se fizeram sentir. Neste sentido, o parágrafo único dispõe sobre a responsabilidade civil de um acidente de trânsito em que a pessoa atingida tiver domicílio em outro país, poderá ser aplicada a lei de outro país, respeitadas as regras de circulação e segurança; e sobre a responsabilidade civil quando um acidente causar danos a coisas alheias aos veículos acidentados, será aplicado a lei onde ocorreu o fato.

Como dito, o art. 3º determina a revogação do inciso II do art. 101 do CDC e os parágrafos primeiro e segundo do art. 9º da LINDB.

Por fim, o art. 4º, segundo citado anteriormente, determina que esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

3.3 Importância

Assim, o PL 3415/2015 surge como uma importante iniciativa para suprir as lacunas deixadas pelo CDC e pelo Decreto nº 7962/2013, no que tange à regulamentação do comércio eletrônico. Ademais, caso aprovado, o projeto pode trazer mais segurança e confiabilidade às transações realizadas no ambiente virtual, estimulando o consumo e a economia digital no país.

O objetivo do Projeto de Lei do Senado nº 281/2012, que se tornou o Projeto de Lei nº 3.514/2015, segundo o Plano de Trabalho da Comissão temporária é um texto final equilibrado e que contemple “o atual momento da economia brasileira, de modo a garantir um código moderno, equilibrado, que possa mediar as relações de consumo em um mercado de milhões de brasileiros”³¹.

Além disso, fundamenta-se na necessidade da criação de um Código moderno e democrático, com a finalidade de possibilitar normas atualizadas que resguardem os progressos do CDC, mas também que aprimore as relações entre o consumidor e os fornecedores de bens e serviços em mais modalidades contratuais³².

³¹ BRASIL. **Projeto de Lei do Senado n. 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: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/106768>. Acesso em: 01 out. 2023.

³² BRASIL. **Projeto de Lei do Senado n. 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: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/106768>. Acesso em: 01 out. 2023.

Uma vez que, ocorre um aumento exponencial do número de demandas dos consumidores, ao passo que o *e-commerce* é o meio de fornecimento a distância mais utilizado na atualidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para a autora Maria Eugênia Finkelstein:

O Direito ainda se encontra tentando traçar seu caminho dentro do recente desenvolvimento da cultura eletrônica nos países de tradição legal civilista. A sociedade normalmente desenvolve-se mais rápido do que o Direito e é exatamente esse o problema atual vivenciado pelo comércio eletrônico. Quase não existem leis que o regulamentem, nacional ou internacionalmente.³³

Ela argumenta que é dever do Direito regulamentar todas as relações intersubjetivas da sociedade, incluindo as relações eletrônicas, que mesmo que tenha uma aparência diferente dos demais contratos, devem ser regradas. Ainda assim, independentemente da revolução tecnológica, as pessoas ainda têm direito à segurança jurídica prestada pelo Estado³⁴.

Diante do exposto, fica evidente que, no cenário jurídico brasileiro atual, as relações de consumo que ocorram no meio digital serão mediadas pelo CDC, com a aplicação do art. 49, somado ao Decreto nº 7.962/2013.

Mesmo com a atualização proveniente do Decreto em 2013, ainda há muitas críticas pela sua limitação, tendo em conta que é um Decreto e, por isso, tem menos força normativa do que uma lei ordinária, como o Código de Defesa do Consumidor, logo não pode criar direitos nem obrigações.

Deste modo, faz-se necessária a aprovação do Projeto de Lei nº 3.514/2015 para assegurar ao consumidor seus direitos quando a contratação se der no meio digital, aumentando, assim, a tutela jurídica. Há a

certeza de que o Direito pode ajudar a estabelecer este novo paradigma, se conseguir estabelecer a necessária proteção qualificada do usuário-leigo, através de exigências de mais informação e transparência, mais cooperação quanto à possibilidade de arrependimento e reflexão, mais segurança nas formas de pagamento eletrônico e mais cuidado com relação aos dados

³³ KRETZMANN, Renata Pozzi. **Atualização do CDC por meio da aprovação do Projeto de Lei 3.514.** Consultor Jurídico, 9 ago. 2023. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2023-ago-09/garantias-consumo-atualizacao-cdc-meio-aprovacao-pl-3514>. Acesso em: 19 set. 2023. p. 24.

³⁴ KRETZMANN, Renata Pozzi. **Atualização do CDC por meio da aprovação do Projeto de Lei 3.514.** Consultor Jurídico, 9 ago. 2023. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2023-ago-09/garantias-consumo-atualizacao-cdc-meio-aprovacao-pl-3514>. Acesso em: 19 set. 2023. p. 24.

coletados neste meio. A confiança é – em minha opinião – o paradigma novo necessário para realizar “este passo adiante”, de adaptar nosso atual Direito do Consumidor a este novo modo de comércio.³⁵

Isto porque, sendo aprovado o PL, seria uma lei com a força de uma lei ordinária, da mesma forma que o CDC, para garantir uma maior segurança jurídica as partes quando se tratar do comércio eletrônico, o que asseguraria a defesa ao consumidor previsto na Constituição Federal³⁶ no art. 5º, XXXII.

Ademais, a competição no meio virtual é muito mais intensa do que no ambiente físico, já que a barreira geográfica é eliminada e, portanto, os consumidores têm acesso a fornecedores localizados em qualquer lugar do mundo.

Essa facilidade de acesso ampliou significativamente o mercado, permitindo que empresas pequenas e grandes possam competir em igualdade de condições, independente da sua localização geográfica.

Entretanto, essa ampliação do mercado também criou desafios para o direito, que precisa estabelecer regras claras para as relações comerciais no ambiente digital.

Assim, para garantir a segurança jurídica e a proteção dos direitos das partes envolvidas, é fundamental que as leis sejam atualizadas para abranger os desafios específicos do ambiente digital. Uma vez que

[...] tornou-se imprescindível uma regulamentação específica do comércio eletrônico, principalmente, diante da acentuada vulnerabilidade dos consumidores e das naturais dificuldades em identificar os fornecedores à distância. Sobre o assunto, destaca-se a caracterização da vulnerabilidade técnica, a qual se configura por uma série de motivos, sendo os principais: a falta de informação, informações prestadas incorretamente e, até mesmo, o excesso de informações desnecessárias, esta última, muitas vezes, tendo o condão de impedir que o consumidor se aperceba daquelas que realmente interessam. Enfatiza-se, ainda, a dificuldade de o consumidor possuir conhecimentos específicos acerca das propriedades, dos malefícios e das consequências em geral da utilização ou contato com os modernos produtos ou serviços.³⁷

³⁵ MARQUES, Cláudia Lima. **Confiança no Comércio Eletrônico e a Proteção do Consumidor (um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico)**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004. p. 40.

³⁶ BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 29 ago. 2022.

³⁷ VIAL, Sophia Martini. **A sociedade da (des)informação e os contratos de comércio eletrônico: do código civil às atualizações do código de defesa do consumidor, um necessário diálogo entre fontes**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2012. p. 229-258.

Por isto, a PL moderniza o CDC para acompanhar a evolução da sociedade consumerista ao obrigar o fornecedor a apresentar informações claras, precisas e ostensivas, a fim de respeitar o direito à informação do consumidor.

Nesse contexto, é importante destacar a necessidade de aprovação do Projeto de Lei que tramita no Congresso Nacional desde 2015, que busca ampliar a proteção jurídica no âmbito digital, definir regras claras para as relações comerciais no ambiente virtual e promover a segurança jurídica das partes envolvidas. A aprovação dessa lei é essencial para garantir um ambiente digital mais justo e seguro para todos os usuários.

Em síntese, a regulamentação do comércio eletrônico no âmbito do direito do consumidor pelo Projeto de Lei 3.514/2015 é fundamental para garantir a proteção dos consumidores em um contexto de rápida expansão do comércio digital, haja vista a eliminação das lacunas existentes.

REFERÊNCIAS

ALBERTIN, Alberto Luiz. **A realidade dos negócios na era digital no mercado brasileiro**. Relatório de Pesquisa, Fundação Getúlio Vargas, n. 24, 2002. Disponível em: https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/3127/P00242_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 23 ago. 2023.

BASTOS, Jaqueline Pereira; Vilanova, Miguel Eugenio Minuzzi. Comércio eletrônico: um estudo sobre o comportamento do consumidor brasileiro através dos sites de sistemas de reputação e confiança. **Revista Interdisciplinar Animus**, v. 1, n. 8, p. 39-58, 2019.

BESSA, Leonardo Roscoe. **Código de Defesa do Consumidor Comentado**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 29 ago. 2022.

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. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm. Acesso em: 02 abr. 2023.

BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**: Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm. Acesso em: 06 dez. 2022.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**: Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm. Acesso em: 06 dez. 2022.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**: Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 04 out. 2022.

BRASIL. MINISTÉRIO DA JUSTIÇA E SEGURANÇA PÚBLICA. **Nota nº 40/CGEMM/DPDC/SENACON/2013**. Sistema Nacional de Defesa do Consumidor. Análise do Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013 (Comércio Eletrônico). Disponível em: <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/consumidor/notas-tecnicas/anexos/nota-tecnica-no-40-2013-comercio-eletronico.pdf/view>. Acesso em: 14 set. 2023.

BRASIL. **Projeto de Lei do Senado n. 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: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/106768>. Acesso em: 01 out. 2023.

BRASIL. **Projeto de lei nº 3.514/2015**. 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, e o art. 9º do Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942 (Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro), para aperfeiçoar a disciplina dos contratos internacionais comerciais e de consumo e dispor sobre as obrigações extracontratuais. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2052488#:~:text=Altera%20a%20Lei%20n%C2%BA%208.078%2C%20de%2011%20de,de%20consumo%20e%20dispor%20sobre%20as%20obriga%C3%A7%C3%B5es%20extracontratuais>. Acesso em: 30 mar. 2023.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. (Plenário). **Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 4.568. CONSTITUCIONAL. VALOR DO SALÁRIO-MÍNIMO. ART. 3. DA LEI N. 12.382, de 25.2.2011. VALOR NOMINAL A SER ANUNCIADO E DIVULGADO POR DECRETO PRESIDENCIAL. DECRETO MERAMENTE DECLARATÓRIO DE VALOR A SER REAJUSTADO E AUMENTADO SEGUNDO ÍNDICES LEGALMENTE ESTABELECIDOS. OBSERVÂNCIA DO INC. IV DO ART. 7. DA CONSTITUIÇÃO DO BRASIL. AÇÃO JULGADA IMPROCEDENTE.** Requerente: Partido Popular Socialista e Outro (a/s). Requerido: Presidente da República. Relator(a): Min. Cármen Lúcia. Brasília, 03 de novembro de 2011. Disponível em: https://jurisprudencia.stf.jus.br/pages/search?classeNumeroIncidente=%22ADI%204568%22&base=acordaos&sinonimo=true&plural=true&page=1&pageSize=10&sort=_score&sortBy=desc&isAdvanced=true. Acesso em: 06 set. 2023.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal. (2. Vara Cível) **Apelação nº 0716785-55.2022.8.07.0001.** EMENTA: DIREITO DO CONSUMIDOR. TRANSPORTE AÉREO INTERNACIONAL. DIREITO DE ARREPENDIMENTO. REMARCAÇÃO. DANOS MATERIAIS COMPROVADOS. SENTENÇA REFORMADA. Apelante: Carlos Eduardo Ferraz de Mattos Barroso. Relator(a): Des. Fátima Rafael. Brasília, 23 de março de 2023. Disponível em: <https://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistj>. Acesso em: 29 set. 2023.

CARVALHO, Ana Paula Gambogi. **Contratos via internet segundo os ordenamentos jurídicos alemão e brasileiro.** Belo Horizonte: Del Rey, 2001.

CARVALHO, Jorge Morais de. Desafios do Mercado Digital para o Direito do Consumo. **Direito do Consumo**, v. 2017, p. 109-123, jul. 2018.

COELHO, Fábio Ulhoa. Direitos do consumidor no comércio eletrônico. **Revista IOB de Direito Civil e Processual Civil**, Porto Alegre, v. 8, n. 48, p. 7-14, jul./ago. 2007.

DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. **Direito Administrativo.** 36. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2023.

FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis. **Aspectos jurídicos do Comércio Eletrônico.** Porto Alegre: Síntese, 2004.

FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis. **Direito do Comércio Eletrônico.** Rio de Janeiro: Elsvier, 2011.

KRETZMANN, Renata Pozzi. **Atualização do CDC por meio da aprovação do Projeto de Lei 3.514.** Consultor Jurídico, 9 ago. 2023. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2023-ago-09/garantias-consumo-atualizacao-cdc-meio-aprovacao-pl-3514>. Acesso em: 19 set. 2023.

LIMBERGER, Têmis; MORAES, Carla Andreatta Sobbé. **Comércio Eletrônico: A vulnerabilidade do consumidor pela (des)informação e a responsabilidade civil dos provedores na internet**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2015.

LOPES JUNIOR, Osmar. O comércio eletrônico e o código de defesa do consumidor. **Revista IOB de Direito Civil e Processual Civil**, Porto Alegre, v. 8, n. 48, p. 15-24, jul./ago. 2017. Disponível em: <https://bd.tjdft.jus.br/jspui/handle/tjdft/11639>. Acesso em: 10 set. 2023.

LORENZETTI, Ricardo L. **Comércio Eletrônico**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2004.

MARQUES, Cláudia Lima. **Confiança no Comércio Eletrônico e a Proteção do Consumidor (um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico)**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

MARTINS, Guilherme Magalhães. **Contratos eletrônicos de consumo**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

MIRAGEM, Bruno. Novo paradigma tecnológico, mercado de consumo digital e o direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 125, ano 28, p. 17-62, set./out. 2019. Disponível em: <https://revistadedireitodoconsumidor.emnuvens.com.br/rdc/article/view/1243/1168>. Acesso em: 02 set. 2023.

MUÑOZ, Pablo Jarne. El «prosumidor» como figura clave en el desarrollo del derecho del consumo derivado del mercado digital. **Revista CESCO de Derecho de Consumo**, n. 19, p. 41-51, 2016. Disponível em: <https://revista.uclm.es/index.php/cesco/article/view/1127/956>. Acesso em: 02 set. 2023.

OLIVEIRA, Elsa Dias. Algumas considerações sobre a proteção do consumidor no mercado digital no âmbito do Direito da União Europeia. **Revista da Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa**, n. 1, p. 209-230, 2021.

PEREIRA, Caio Mário da S. **Instituições de Direito Civil: Introdução ao Direito Civil - Teoria Geral de Direito Civil**. 34. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2022.

SANTOLIM, César Viterbo Matos. Os princípios de proteção do consumidor e o comércio eletrônico no direito brasileiro. **Revista de Direito Do Consumidor**, Brasília, v. 14, n. 55, p. 53-84, jul./set. 2005.

SCHADEN, Mary Helen. **A atuação da ONU na garantia dos direitos de acesso e liberdade de expressão nos domínios da internet sob a ótica do direito internacional dos direitos humanos**. 2017. 99 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Internacionais) – Universidade do Sul de Santa Catarina, Florianópolis, 2017.

SILVA JUNIOR, Ronaldo Lemos; WAISBERG, Ivo. **Comércio eletrônico**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2001.

SILVA JUNIOR, Ronaldo Lemos; WAISBERG, Ivo. **Conflitos sobre nomes de domínio e outras questões jurídicas da internet**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais: Fundação Getúlio Vargas, 2003.

SILVA, Gildo Rodrigues da; ROCHA DA SILVA, Arlindo Carlos. Comércio eletrônico à luz do código de defesa do consumidor. **Direito & Realidade**, v. 7, n. 10, 2019.

TEIXEIRA, Tarcísio. **Comércio eletrônico**: conforme o Marco Civil da Internet e a regulamentação do *e-commerce* no Brasil. São Paulo: Saraiva, 2015.

VIAL, Sophia Martini. **A sociedade da (des)informação e os contratos de comércio eletrônico**: do código civil às atualizações do código de defesa do consumidor, um necessário diálogo entre fontes. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2012.