

FACULDADE SANTA RITA DE CÁSSIA
CURSO DE DIREITO

MAYARA CASTALDE QUEIROZ LOPES
MOABE PACHECO CAMPANATE
RICARDO SOUZA DE CASTRO
SÂMYA NAZARÉ DA SILVA
SAYURI SOUZA DA SILVA

SEGURANÇA JURÍDICA NAS RELAÇÕES DE CONSUMO VIA
INTERNET

ITUMBIARA-GO

2019

MAYARA CASTALDE QUEIROZ LOPES

MOABE PACHECO CAMPANATE

RICARDO SOUZA DE CASTRO

SÂMYA NAZARÉ DA SILVA

SAYURI SOUZA DA SILVA

SEGURANÇA JURÍDICA NAS RELAÇÕES DE CONSUMO VIA
INTERNET

Trabalho de Direito do Consumidor apresentado ao 8º período do curso de Direito da Faculdade Santa Rita de Cássia, como quesito para aprovação no 2º bimestre de 2019, sob a orientação do Professor Gabriel Oliveira de Aguiar Borges.

ITUMBIARA-GO

2019

SEGURANÇA JURÍDICA NAS RELAÇÕES DE CONSUMO VIA INTERNET

LEGAL SECURITY IN INTERNET CONSUMER RELATIONS

Mayara Castalde Queiroz Lopes¹

Moabe Pacheco Campanate²

Ricardo Souza de Castro³

Sâmya Nazaré da Silva⁴

Sayuri Souza da Silva⁵

RESUMO: Trata-se de artigo científico elaborado sob o método de pesquisa qualitativa e bibliográfica, com o objetivo principal de verificar se há segurança jurídica nas relações de consumo originadas no comércio eletrônico, apontando qual a legislação em vigor, assim como quais são as previsões específicas para esta modalidade, no que tange aos sites e aplicativos de compra, venda e prestação de serviços. No desenvolvimento da pesquisa, realizada na doutrina atual, e na legislação pertinente (Código Civil, Código de Defesa do Consumidor, entre outras), deu-se ênfase aos aspectos relevantes do comércio eletrônico como: a evolução das formas de comércio; os elementos essenciais do negócio jurídico; a responsabilidade civil do fornecedor, por danos causados ao consumidor pelo bem defeituoso; a tipologia contratual; a conceituação e os requisitos para o exercício do direito de arrendimento. Por fim analisou-se também a utilização da certificação digital, o chamado sistema de chaves públicas, como ferramenta de segurança com a qual possibilita-se transações comerciais de forma segura para ambas as partes.

PALAVRAS-CHAVE: Consumidor Eletrônico; Segurança Jurídica; Responsabilidade Civil do Fornecedor; Certificação Digital.

ABSTRACT: It is a scientific article elaborated under the method of qualitative and bibliographical research, with the main objective of verifying if there is legal security in the relations of consumption originated in electronic commerce, pointing out the legislation in force, as well as what are the specific forecasts for this modality, as far as the sites and applications of purchase, sale and provision of services. In the development of the research, carried out in the current doctrine, and in the pertinent legislation (Civil Code, Code of Consumer Protection, among others), emphasis was given to the relevant aspects of electronic commerce as: the evolution of the forms of commerce; the essential elements of the legal

¹ Aluna do curso de Direito da Faculdade Santa Rita de Cássia. E-mail: may_cql@hotmail.com

² Aluna do curso de Direito da Faculdade Santa Rita de Cássia. E-mail: moabepacheco@hotmail.com

³ Aluno do Curso de Direito da faculdade Santa Rita de Cássia. E-mail: ricardovilelabraga@hotmail.com

⁴ Aluna do Curso de Direito da Faculdade Santa Rita de Cássia. E-mail: samya-dias@hotmail.com

⁵ Aluna do curso de Direito da Faculdade Santa Rita de Cássia. E-mail: sayuri_ss@hotmail.com

business; the liability of the supplier for damages caused to the consumer by the defective good; the contractual typology; the conceptualization and the requirements for the exercise of the right of repentance. Finally, the use of digital certification, the so-called public key system, was also analyzed as a security tool with which commercial transactions are possible in a secure way for both parties.

KEY-WORDS: Electronic Consumer; Legal Security; Supplier's Liability; Digital certification.

SUMÁRIO: 1- INTRODUÇÃO; 2- ASPECTOS RELEVANTES DO COMÉRCIO ELETRÔNICO; 3- DECRETO 7.962 DE 2013; 4- CERTIFICAÇÃO DIGITAL; 5- CONSIDERAÇÕES FINAIS; 6- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

1- INTRODUÇÃO

O tempo passa e as sociedades evoluem em vários aspectos, mostrando que o ser humano cria, transforma, se adapta e vai muito além do que a geração anterior imaginava ser possível. Sem dúvidas o avanço da tecnologia é um dos principais marcos do Século XXI, não apenas do ponto de vista material, mas comportamental, pois a evolução dos meios de comunicação mudou o curso de todos os tipos de relações: pessoais, trabalhistas, de consumo, entre outras.

Neste sentido, é comum que alguém passe o dia prestando serviços virtuais de publicidade, pague o transporte coletivo de forma digital, chegue em casa, peça uma pizza por um aplicativo do celular, enquanto escolhe um filme, que há poucos dias estava em cartaz nos cinemas, por outro aplicativo que já vem de série na “Smart TV” e ao chegar a pizza, realize o pagamento com um cartão de crédito.

Nota-se nesse estilo de vida moderno um comportamento completamente diferente daquele vivido ao longo de milhares de anos, destacando-se a modernização das relações de consumo que são o foco desta pesquisa. O exemplo acima, por mais simples que seja, demonstra a popularização do comércio eletrônico, também conhecido como “e-commerce”, que tem mudado conceitos no mundo dos negócios, complementando e em muitos casos substituindo o comércio tradicional.

Diante das inúmeras possibilidades de transações comerciais, surge a necessidade de se analisar mais de perto a relação jurídica estabelecida no comércio eletrônico, visto que a internet

distanciou o indivíduo que está comprando, daquele que está vendendo. Dessa forma, o principal objetivo deste artigo científico é verificar se há segurança jurídica nas relações de consumo originadas na internet, apontando qual a legislação em vigor, assim como quais são as previsões específicas para esta modalidade, apontando quais as garantias pré-estabelecidas do consumidor eletrônico.

2- ASPECTOS RELEVANTES DO COMÉRCIO ELETRÔNICO

É notório que o comércio eletrônico revolucionou a forma de se adquirir bens e serviços, no entanto, faz-se necessária uma análise mais profunda desse novo tipo de negócio jurídico, por se tratar de algo tão diferente e inovador. Assim sendo, começaremos pela inquirição de aspectos relevantes do comércio eletrônico, como seus elementos e sua forma contratual, apreciando também como se dá tais questões no comércio tradicional, construindo assim um paralelo de comparação, para facilitar o entendimento como um todo.

O Código Civil vigente nos traz em seu artigo 104 que para ser considerado válido o negócio jurídico deve conter os seguintes elementos: agente capaz; objeto lícito, possível, determinado ou determinável; forma prescrita ou não defesa em lei. Dessa forma as relações de consumo realizadas pela internet também devem obedecer estes mesmos critérios e seguir os padrões exigidos no comércio tradicional.

Para se ter uma ideia do quão antiga é a adoção desses critérios, Washington de Barros Monteiro e Ana Cristina de Barros Monteiro explicam, que, apesar de os juristas romanos não chegarem a elaborar uma teoria própria sobre os negócios jurídicos, por aparentemente não terem uma expressão técnica, já doutrinavam sobre tais elementos integrantes, classificando-os como: “*essentialia negotii*”, “*naturalia negotii*” e “*accidentalia negotii*”. Explica os autores:

Os primeiros são os elementos essenciais, a estrutura do negócio, que lhe formam a substância e sem os quais o ato negocial não existe. Numa compra e venda, por exemplo, os elementos essenciais são a coisa, o preço e o consentimento (*res, pretium et consensus*). Faltando um deles, o negócio jurídico não existe. Os segundos (*naturalia negotii*) são as consequências que decorrem do próprio negócio, sem necessidade de expressa menção. Na mesma compra e venda, por exemplo, são elementos naturais, resultantes do próprio negócio, a obrigação que tem o vendedor de responder pelos vícios redibitórios (art. 441) e pelos riscos da evicção (art. 447) Os terceiros (*accidentalia negotii*) são estipulações que facultativamente se adicionam ao ato para modificar-lhe uma ou algumas de suas consequências naturais, como a condição, o termo e o modo, ou encargo (arts. 121, 131 e 136), o *pactum de non praestanda evictione* (art. 448), o prazo para entregar a coisa ou pagar o preço. Essa discriminação é de inquestionável utilidade didática; ainda hoje podemos classificar em essenciais, naturais e acidentais os vários elementos em que se desdobram os

negócios jurídicos. Elementos essenciais são, pois, aqueles sem os quais o negócio não existe; por exemplo, na compra e venda, a desmenção ao preço. Por falta desse elemento essencial o ato não tem consistência jurídica, não existe (MONTEIRO; PINTO, p. 243, 2016).

Nota-se que o comércio eletrônico dispõe de todos estes elementos, uma vez que, ao acessar um site ou aplicativo de compra e venda, o consumidor capaz, manifesta sua vontade escolhendo o produto lícito e determinado, assim como a forma de pagamento, tendo conhecimento do prazo de entrega e todas as demais informações necessárias. Ademais, o consumidor tem seus direitos resguardados pelo Código Civil de 2002, pelo Código de Defesa do Consumidor, pelo Decreto 7962/2013, entre outros.

Um exemplo da segurança oferecida ao consumidor, tanto o que utiliza do comércio tradicional, quanto o do comércio eletrônico, encontra-se no artigo 12 do Código de Defesa do Consumidor, que determina que o fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, de forma objetiva, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

Em consonância com a citada previsão, o artigo 7º do Decreto 7962/2013, que regulamenta o CDC e dispõe sobre a contratação no comércio eletrônico, estabelece que a inobservância das condutas previstas na respectiva norma, ensejam a aplicação do artigo 56 do CDC, que as infrações dessas normas ficam sujeitas, entre outras, às seguintes sanções administrativas: multa; apreensão e inutilização do produto; cassação do registro do produto; proibição de fabricação do produto; suspensão de fornecimento de produtos ou serviço; suspensão temporária de atividade; cassação de licença do estabelecimento; interdição, total ou parcial; imposição de contrapropaganda.

Não obstante, no que diz respeito à forma contratual Humberto Theodoro Júnior (2017) a utilização das vias eletrônicas como meio de comunicação da vontade entre os participantes dos atos e negócios jurídicos no comércio eletrônico, não importa por si só, alteração alguma na natureza e eficácia destes contratos. Ou seja, a natureza e os efeitos contratuais dos negócios, tradicionalmente definidos e validados pelas leis civis não foram inovados ou alterados, de modo que, a inovação se deu apenas no instrumento de intercâmbio de vontade.

Dessa forma, o fato da pactuação da compra de determinado produto ser realizada por via eletrônica, não faz dela outro tipo de contrato, nem mesmo a quitação da respectiva dívida

muda esta natureza, seja ela feita com um cartão de crédito, de débito, utilizando algum aplicativo de banco digital, ou qualquer outro meio eletrônico.

Ainda segundo o autor, o que se deve ter é um maior cuidado por parte dos fornecedores que usam a internet para oferecer seus produtos e serviços, no que diz respeito a sua identificação, as qualidades e os riscos, para a segurança de seus clientes e do mercado em geral, bem como o emprego de sistemas que diminuam o risco de invasões, como é o caso das chaves criptografadas que analisaremos.

Tais cuidados são de extrema necessidade, pois, se alguma dessas medidas obrigatórias for negligenciada pelo responsável, por si só, gera a responsabilidade civil do fornecedor, perante quem sofrer algum dano. Dessa forma, o fato da compra de um produto ou da contratação de um serviço serem realizadas por meio de um site ou aplicativo, configurando-se como comércio eletrônico, não exime o fornecedor de suas responsabilidades, nem tampouco restringe qualquer direito ou dever do consumidor. Isto pois, conforme os artigos 2º e 3º do CDC ainda serão considerados com os mesmos conceitos:

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo. Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços. § 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial. § 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

Em outras palavras, comprar pela internet não faz do consumidor um tipo diferente de comprador, apenas muda o formato do contato estabelecido ele e o fornecedor, de modo que, no que tange à responsabilidade civil deste e na formalização contratual, o comércio eletrônico equipara-se ao comércio tradicional. Neste sentido, é necessário que abordemos ainda alguns outros aspectos relativos a prestação de informações de uma forma geral e sobre a chamada certificação digital.

3- DECRETO 7.962 DE 2013

Como já amplamente discutido anteriormente, uma das principais características do comércio eletrônico é o fato do consumidor não estar fisicamente na presença do fornecedor e

do bem adquirido, o que também se mostra como a principal desvantagem, uma vez que tal situação pode facilitar algum tipo de fraude. Podemos citar como exemplo o envio de um produto inferior ao adquirido, de tamanho, cor ou material diferente, assim como a possibilidade do consumidor receber exatamente o produto comprado, mas defeituoso.

Diante do fato que a internet distanciou o consumidor do fornecedor e do produto o legislador editou o Decreto 7.962 de 2013 que regulamenta a Lei 8.078/1990 (CDC), para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico, abrangendo os seguintes aspectos: informações claras a respeito do produto, serviço e do fornecedor; atendimento facilitado ao consumidor; e respeito ao direito de arrependimento.

Ao tratar da obrigatoriedade da disponibilização informações, nos sítios eletrônicos utilizados para a oferta ou conclusão de contrato de consumo, o artigo 2º estabelece que estas devem estar em local de destaque e fácil visualização as seguintes informações:

I - nome empresarial e número de inscrição do fornecedor, quando houver, no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda; II - endereço físico e eletrônico, e demais informações necessárias para sua localização e contato; III - características essenciais do produto ou do serviço, incluídos os riscos à saúde e à segurança dos consumidores; IV - discriminação, no preço, de quaisquer despesas adicionais ou acessórias, tais como as de entrega ou seguros; V - condições integrais da oferta, incluídas modalidades de pagamento, disponibilidade, forma e prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto; e VI - informações claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições à fruição da oferta.

Outra previsão deste decreto que demonstra a transformação dos meios de consumo diz respeito às chamadas compras coletivas, nas quais, vários consumidores com a intenção de adquirirem o mesmo tipo de produto ou serviço, com preço mais baixo, realizam uma compra coletiva, na qual cada um receberá individualmente o bem contratado. Sobre esta modalidade, o decreto estabelece que tais sítios (sites) eletrônicos e aplicativos deverão conter, além das informações previstas no art. 2º, as seguintes: quantidade mínima de consumidores para a efetivação do contrato; prazo para utilização da oferta; e identificação do responsável pelo sítio eletrônico e do fornecedor do produto ou serviço ofertado.

Além disso, visto que nem todos os consumidores são experts em sistemas de informática e processamento de dados, pois a maioria é composta por pessoas comuns, para garantir o atendimento facilitado ao consumidor no comércio eletrônico, o artigo 4º determina que o fornecedor deverá apresentar as disposições contratuais antes da contratação, com as informações necessárias ao pleno exercício do direito de escolha do consumidor. Também deverão ser fornecidas ferramentas eficazes para identificação e correção imediata de

erros ocorridos nas etapas anteriores à finalização da contratação e confirmar imediatamente o recebimento da aceitação da oferta.

O fornecedor, do mesmo modo, deve: disponibilizar o contrato em meio que permita sua conservação e reprodução, imediatamente após a contratação; manter serviço adequado e eficaz de atendimento em meio eletrônico, que possibilite a resolução de demandas referentes a dúvida, reclamação, suspensão ou cancelamento do contrato; confirmar imediatamente o recebimento das demandas do consumidor, pelo mesmo meio empregado pelo consumidor; e utilizar mecanismos de segurança eficazes para pagamento e para tratamento de dados do consumidor.

Já em relação ao direito de arrependimento, o fornecedor deve informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados e eficazes para o exercício desse direito, de modo que o consumidor possa exercer seu direito pela mesma ferramenta utilizada para a contratação, sem prejuízo de outros meios disponibilizados. Além disso, o exercício do direito de arrependimento será comunicado imediatamente pelo fornecedor à instituição financeira ou à administradora do cartão de crédito ou similar, para que: a transação não seja lançada na fatura do consumidor; ou seja efetivado o estorno do valor, caso o lançamento na fatura já tenha sido realizado.

Por fim o decreto estabelece que a inobservância das condutas descritas neste Decreto ensejará aplicação das sanções previstas no artigo 56 do CDC, e que as contratações no comércio eletrônico devem observar o cumprimento das condições da oferta, com a entrega dos produtos e serviços contratados, observados prazos, quantidade, qualidade e adequação.

4- CERTIFICAÇÃO DIGITAL

Conforme o conteúdo já abordado neste artigo, fica que claro que do ponto de vista legal, há grande proteção em torno do consumidor eletrônico, sob vários aspectos, como disponibilização de todas as informações, a responsabilização civil e solidária dos fornecedores em todos os níveis e assim por diante. Contudo, de nada vale o texto da Lei, se na prática o consumidor não contar com segurança cibernética, ou seja, não adianta o fornecedor cumprir com todas as regras previstas no CDC e no decreto 7.962/2013, o consumidor agir de boa-fé,

realizando o pagamento, se no fim das contas os dados de ambos forem hackeados e utilizados de forma criminosa.

Surge assim a necessidade de se utilizar ferramentas de segurança digital compostas de certificação de autenticidade dos seus operadores, para possibilitar ao consumidor a certeza que ele pode comprar sem medo e com total segurança jurídica.

José Geraldo Brito Filomeno (2016), ensina que trata-se da chamada certificação eletrônica dos negócios realizados pela internet, mediante o sistema de chaves públicas, que é uma espécie de assinatura digital por criptografia assimétrica, que em resumo, é um tipo de codificação, garantida e atribuída por uma terceira pessoa, representada por um certificado que identifica a origem e protege o documento de qualquer alteração, sem vestígios. O autor explica que o sistema de chaves funciona da seguinte forma:

Ao se cadastrar no sistema, o usuário recebe um par de chaves, uma privada e outra pública. A primeira deverá ser mantida guardada, como uma senha ou um cartão de crédito; a segunda, tornada pública. Ao expedir um documento eletrônico, o usuário insere a sua chave privada, que se incumbe de criptografar o documento, convertendo-o em símbolos e sinais ininteligíveis, que somente poderão ser decifrados pelo destinatário com a utilização da respectiva chave pública. Em vez de criptografar o documento, o usuário pode preferir inserir a sua assinatura digital, gerada pela chave privada. O destinatário do documento, de posse da chave pública do remetente, pode conferir a autenticidade daquele ou da assinatura digital, obtendo a certeza de sua procedência e integridade. Mas é preciso que alguma entidade certifique a autenticidade da chave pública, atestando que ela vem de seu titular. Esse certificado equivaleria ao reconhecimento de firma feito pelos notários. Para funcionar, o sistema depende da atuação de entidades certificadoras públicas e privadas, as quais não dependeriam de autorização do Estado para exercer essa atividade (FILOMENO, p 122, 2016).

Dessa forma, o que se pretende é criar um sistema que funcione por si só, independente de legislação específica sobre o comércio eletrônico e documentos eletrônicos, pois a legislação brasileira já oferece a regulamentação necessária para o funcionamento do formato eletrônico de comércio. Apesar de ser obrigatória a certificação digital, caso se queira considerar o documento expedido em meio eletrônico como documento público ou privado, as empresas que atuam no Brasil não identificam o usuário, mas apenas autenticam a chave, o que implica afirmar que ela provém do titular indicado, sem verificar a identidade civil dele, pois esta incumbência é dos notários, por força da Lei 8935/94.

Ainda segundo o autor o envolvimento dos direitos do consumidor com o universo eletrônico não se resume à certificação digital dos documentos utilizados como meio eletrônico para transações de relações de consumo. Em suas palavras:

Foi-nos esclarecido, em relevante simpósio levado a cabo em São Paulo, no dia 27 de março de 2007, nesse aspecto, que por mais que os provedores e os detentores das

referidas chaves públicas e privadas interponham programas de salvaguardas à prova de *breakers* ou *crackers*, tais como *firewalls*, escrita criptografada etc., ainda assim haverá sempre uma possibilidade dessa interposição. Muitos bancos, por exemplo, têm até estabelecido senhas de senhas para o acesso ao chamado *net banking*, o que, entretanto, não tem o efeito de se sobrepor a outros programas bem intencionados, como verdadeiras camadas de programas preventivos. Aliás, no dizer do Prof. Pedro Antônio Dourado de Rezende, um dos expositores no referido evento, sobre o tema: As precauções dos *sites* para evitar danos ao consumidor, entre o *diálogo* entre um computador e outro, há uma *nuvem* de incertezas. Ou seja, um vácuo entre esta via a propiciar todo o tipo de intervenção e *furto* de dados pessoais e negociais (FILOMENO, p 124, 2016).

Dessa forma é possível afirmar que a relação contratual eletrônica entre fornecedor e consumidor pode sofrer vários tipos de fraudes em todas as etapas do processo, de modo que os sistemas de segurança cibernéticos tratados, possibilitam a segurança jurídica necessária ao consumidor que adquire bens e serviços pela internet.

5- CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ante o exposto, nota-se que as previsões normativas analisadas, nada mais são que ferramentas, que servem para equiparar o comércio eletrônico ao comércio tradicional no que diz respeito às dúvidas em relação ao produto, às condições gerais do contrato no momento da compra, na proteção contratual contra fraudes, à responsabilidade civil dos fornecedores, entre outros abordados. Isso porque o comércio eletrônico não possibilita ao cliente o mesmo contato físico com o bem ou serviço adquirido, assim como com o fornecedor.

A falta deste contato pessoal torna o consumidor ainda mais vulnerável pois em cada uma das fases da compra, há grandes possibilidades de vários tipos de fraudes em relação a ofertas enganosas, práticas abusivas, cláusulas contratuais desonestas, entrega de produtos inferiores ou com defeito. O que é devidamente suprido pelas normas e ferramentas de proteção digital que foram analisadas neste artigo.

Dessa forma, pode-se concluir que a legislação brasileira proporciona meios e estabelece regras e princípios, que formam uma rede de proteção aos consumidores eletrônicos, que além de contar com as mesmas regras disponíveis a todos os demais consumidores tradicionais, ainda contam com regulamentação específica. Ademais, ainda que tais normas não sejam obedecidas pelos fornecedores, qualquer um que adquira produtos ou serviços pela internet e seja lesado, pode se socorrer do Poder Judiciário para fazer valer seus direitos.

6- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em 21 de maio de 2019.

BRASIL. Lei 8.078 de 11 de Setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm>. Acesso em 19 de maio de 2019.

BRASIL. Lei nº 10.406 de 10 de Janeiro de 2002. Código Civil. Institui o Código Civil. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/CCivil_03/Leis/2002/L10406.htm>. Acesso em 20 de maio de 2019.

BRASIL. Decreto Nº 5.903, De 20 De Setembro De 2006. Regulamenta a Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, e a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5903.htm#art10p>. Acesso em 21 de maio de 2019.

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: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7962.htm>. Acesso em 21 de maio de 2019.

BRASIL. Lei Nº 12.965, De 23 De Abril De 2014. Marco Civil da Internet. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm>. Acesso em 21 de maio de 2019.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de direitos do consumidor.** 14. ed. rev., atual. e ampl. – São Paulo: Atlas, 2016.

MONTEIRO, Washington de Barros; PINTO, Ana Cristina de Barros Monteiro Franca. Curso de direito civil, v. 1: parte geral. 45. ed. – São Paulo: Saraiva, 2016.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 7. ed. rev., atual. e ampl. – Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: MÉTODO, 2018.

THEODORO JÚNIOR, Humberto. **Direitos do consumidor**. – 9. ed. ref., rev. e atual. – Rio de Janeiro: Forense, 2017.