



Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

DANIELE DIONIZIO DE SOUZA NOGUEIRA

A RESPONSABILIDADE CIVIL DOS SITES INTERMEDIADORES

**Assis/SP
2024**



Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

DANIELE DIONIZIO DE SOUZA NOGUEIRA

A RESPONSABILIDADE CIVIL DOS SITES INTERMEDIADORES

Projeto de pesquisa apresentado ao curso de Direito do Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA e a Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA, como requisito parcial à obtenção do Certificado de Conclusão.

Orientando(a): Daniele Dionizio de Souza Nogueira

Orientador(a): Jesualdo Eduardo de Almeida Junior

**Assis/SP
2024**

Nogueira, Daniele Dionizio de Souza

N778r A responsabilidade civil dos sites intermediadores / Daniele Dionizio de Souza Nogueira. -- Assis, 2024.

48p.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) -- Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA), Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis (IMESA), 2024.

Orientador: Prof. Dr. Jesualdo Eduardo de Almeida Junior.

1. Direito das obrigações. 2. Comércio eletrônico. 3. Consumidor. I Almeida Junior, Jesualdo Eduardo de. II Título.

CDD 342.151

A RESPONSABILIDADE CIVIL DOS SITES INTERMEDIADORES

DANIELE DIONIZIO DE SOUZA NOGUEIRA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, como requisito do Curso de Graduação, avaliado pela seguinte comissão examinadora:

| | |
|--------------------|------------------------------------|
| Orientador: | |
| | Jesualdo Eduardo de Almeida Junior |
| | |
| Examinador: | |
| | Gisele Spera Máximo |
| | |
| | |

Assis/SP
2024

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à DEUS que me amparou nos momentos em que pensei em desistir e a minha filha Maria Luiza que além de trilhar essa jornada junto comigo, me inspirou a concluí-la.

AGRADECIMENTOS

O caminho de Deus é perfeito; as promessas do Senhor sempre se cumprem; ele é escudo para todos que nele se refugiam. Salmos 18:30 (NVT)

O meu primeiro agradecimento não poderia deixar de ser para aquele que é o único digno de receber todo louvor e adoração. Obrigada meu DEUS por toda ajuda e sabedoria que obtive vindas diretamente dos céus. Por me amparar em cada momento e em especial aos momentos difíceis. Tudo que tenho, tudo que sou e o que vier a ser vem de Ti Senhor.

Em segundo a minha filhota Maria Luiza, meu combustível diário para desejar alcançar o inimaginável. Em terceiro lugar minha afilhada Ágatha Sofia que me ensina todos os dias a ser persistente, mesmo tão pequena já ensina que os obstáculos devem ser superados um após o outro.

Não poderia deixar de agradecer imensamente a minha família que sempre me apoiou e me incentivou a realizar esse sonho: mãe, pai, avós, irmão. E todos aqueles que de alguma forma me estimularam a não desistir, família sanguínea e aqueles cujo laços se perpetuam no coração.

Por último, mas, não menos importante o meu orientador Jesualdo por toda ajuda, a Gisele e também a FEMA que foram essenciais pois, sem eles nada disso seria real.

Enfim, agradeço a todos que me ajudaram e torceram para essa grande conquista!!!

RESUMO

A internet é uma ferramenta muito importante na vida de todos e a cada dia se desenvolve ainda mais, assim como o comércio eletrônico que se fortaleceu por meio dela e hoje o conhecemos como *e-commerce*. Para expor produtos e/ou serviços os comerciantes usam plataformas digitais conhecidos de sites intermediadores.

As relações de consumo que são regulamentadas pelo Código de Defesa do Consumidor precisaram se adequar conforme novas situações foram surgindo no meio virtual para que o consumidor que é a parte mais frágil dessa relação não seja induzido ao erro por falta de informações.

O objetivo é percorrer todo o contexto histórico até os dias atuais para entender como surgiu a internet, o surgimento do *e-commerce*, sua classificação e a aplicação do ordenamento jurídico brasileiro vigente discorrendo sobre a responsabilidade civil dos fornecedores e intermediadores na internet.

E ainda definir juntamente com as normas o que é produto, o que é consumidor, o que é fornecedor para compreender a responsabilidade civil e suas espécies por meio das normas, doutrina e jurisprudência.

Palavras-chave: comércio eletrônico, sites intermediadores, consumidor, responsabilidade civil.

ABSTRACT

The internet is a very important tool in everyone's life and every day it develops even more, as well as e-commerce that has been strengthened through it and today we know it as e-commerce. To expose products and/or services, merchants use well-known digital platforms from intermediary sites.

Consumer relations that are regulated by the Consumer Protection Code had to adapt as new situations emerged in the virtual environment so that the consumer, who is the most fragile party in this relationship, is not misled by lack of information.

The objective is to go through the entire historical context to the present day to understand how the internet emerged, the emergence of e-commerce, its classification and the application of the current Brazilian legal system, discussing the civil liability of suppliers and intermediaries on the internet.

And also to define together with the rules what is a product, what is a consumer, what is a supplier to understand civil liability and its species through rules, doctrine and jurisprudence.

Keywords: e-commerce, intermediary sites, consumer, civil liability.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ARPA - Advanced Research Projects Agency
TCP/IP - Transmission Control Protocol/Internet Protocol
NSFNET - National Science Foundation Network
CERN - Organização Europeia para Pesquisa Nuclear
HTML - Hypertext Markup Language
WWW - World Wide Web
NCSA - National Center for Supercomputing Applications
FERMILAB - Fermi National Accelerator Laboratory
FAPESP - Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo
USP - Universidade de São Paulo
UFRJ - Universidade Federal do Rio de Janeiro
LNCC - Laboratório Nacional de Computação Científica
MCT - Ministério da Ciência e Tecnologia
RNP - Rede Nacional de Pesquisa
ISP - Provedores de Serviço de Internet
IP - Protocolo da Internet
TCP - Protocolo de Controle de Transmissão
RFC - Pedido de Comentário
ECA - Estatuto da Criança e do Adolescente
SAL-MJ - Secretaria de Assuntos Legislativos do Ministério da Justiça
CRFB - Constituição da República Federativa do Brasil
B2C - Business to Consumer
B2B - Business to Business
B2G - Business to Government
B2I - Business to Institutions
B2E - Business to Employee
CtoC - Consumer to Consumer
OtoO - On-line to Off-line
BtoN - Business to Network
CDC - Código de Defesa do Consumidor
LGPD - Lei Geral de Proteção de Dados
P.U. - Parágrafo Único
TJDFT - Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios
LINDB - Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro
SAC - Serviço de Atendimento ao Consumidor

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1. INTRODUÇÃO..... | 11 |
| 2. ORIGEM E DESENVOLVIMENTO DA INTERNET..... | 12 |
| 2.1. O INÍCIO..... | 12 |
| 2.2. A INCLUSÃO DA INTERNET NO BRASIL..... | 14 |
| 2.3. DEFINIÇÃO DE INTERNET..... | 17 |
| 2.4. AGENCIADORES DE INTERNET..... | 19 |
| 2.4.1. PROVEDORES E SUAS ESPÉCIES..... | 19 |
| 2.4.2. SITES ELETRÔNICOS..... | 20 |
| 2.4.3. INTERNAUTAS..... | 21 |
| 2.5. MARCO CIVIL DA INTERNET..... | 21 |
| 2.5.1. O PROJETO INICIAL..... | 22 |
| 2.5.2. FUNDAMENTOS, PRINCÍPIOS E CONCEITOS..... | 23 |
| 3. MERCADO DIGITAL..... | 26 |
| 3.1. DEFINIÇÃO DE COMÉRCIO ELETRÔNICO..... | 26 |
| 3.2. COMO NASCEU O E-COMMERCE..... | 27 |
| 3.3. CLASSIFICAÇÃO DE E-COMMERCE..... | 29 |
| 3.4. LEGISLAÇÃO APLICÁVEL..... | 30 |
| 4. RELAÇÕES DE CONSUMO..... | 34 |
| 4.1. RESPONSABILIDADE CIVIL E SUAS ESPÉCIES..... | 35 |
| 4.2. RESPONSABILIDADE CIVIL PARA O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR..... | 37 |
| 4.2.1. RESPONSABILIDADE OBJETIVA..... | 38 |
| 4.2.2. RESPONSABILIDADE PELO FATO OU VÍCIO..... | 38 |
| 4.3. RESPONSABILIDADE CIVIL NO E-COMMERCE..... | 40 |
| 4.3.1. SUPORTE AO CLIENTE E DIREITO DE ARREPENDIMENTO..... | 43 |
| 5. CONCLUSÃO..... | 45 |
| 6. REFERÊNCIAS..... | 46 |

1. INTRODUÇÃO

Atualmente a internet é uma ferramenta mundialmente importante na vida das pessoas, e embora ela seja uma ferramenta bem recente e que a cada dia está em constante desenvolvimento, se expandiu aceleradamente durante a pandemia de covid-19 onde o contato físico humano teve que ser suspenso.

O comércio eletrônico também denominado de *e-commerce*, foi e ainda é uma excelente opção para os lojistas. Muitos deles sobrevivem exclusivamente com as vendas realizadas através da internet. Assim, para expor seus produtos e/ou serviços os comerciantes utilizam de grandes plataformas digitais que são chamados de intermediadores.

Esses sites intermediadores são popularmente conhecidos e bastante divulgados assim, podem chegar ao alcance nacional e até mesmo internacional fazendo com que seu estoque possa ser vendido rapidamente. Com relação aos serviços existem também os intermediadores de viagens entre turistas e hotéis por exemplo.

Em regra, as relações de consumo são regulamentadas pelo Código de Defesa do Consumidor, porém, novas situações foram surgindo, sendo necessário regimentar os direitos e deveres de ambas as partes e dos intermediadores no meio eletrônico. Uma vez que o consumidor possa ser induzido ao erro por falta de informações descritas aos adquirir algo bem como, uma possível exposição dos seus dados pessoais torna o consumidor a parte mais frágil dessa relação consumerista.

Com isso, este trabalho monográfico tem como objetivo estudar como surgiu e a evolução histórica da internet assim como a evolução e o surgimento do *e-commerce*, sua classificação além de analisar a aplicação do ordenamento jurídico brasileiro vigente e discorrer sobre a responsabilidade civil dos fornecedores e intermediadores na internet.

Para melhor compreensão e interpretação das normas vigentes faz-se necessário percorrer todo o contexto histórico até os dias atuais. Definir juntamente com as normas o que é produto, o que é consumidor, o que é fornecedor para compreender a responsabilidade civil e suas espécies.

Logo é necessário discorrer a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor, do Código Civil, da Constituição Federal, e das normas que surgiram com a chegada da internet, como o Marco Civil da Internet e Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, além da doutrina e da jurisprudência como faremos no capítulo a seguir.

2. ORIGEM E DESENVOLVIMENTO DA INTERNET

Atualmente a internet é uma ferramenta mundialmente importante, tanto para comunicação quanto para armazenamento. Seja para descontração, para estudo ou trabalho, o fato é que a internet revolucionou os últimos tempos nos trazendo muitas facilidades e está presente em grande parte de tudo que utilizamos.

Mas, a internet que conhecemos hoje surgiu num contexto de guerra e passou por muitos aprimoramentos para então vir a se tornar o principal meio de comunicação global. Vamos conhecer sua origem e seu desenvolvimento até os dias atuais.

2.1. O INÍCIO

Inicialmente a internet surgiu em 1969 em meio a necessidade que os membros do Departamento de Defesa dos Estados Unidos tiveram em conectar estrategicamente as bases das Forças Armadas a centros de pesquisas durante a guerra.

Diante deste cenário, seria fundamental que a invenção fosse capaz não apenas de se comunicar, mas, também de armazenar dados e que esses não fossem danificados com ataques e bombardeamentos visto que, historicamente a comunicabilidade era essencial tanto para a vitória quanto para a derrota.

Desta forma, a divisão de Departamento de Defesa denominada de Advanced Research Projects Agency (Arpa) desenvolveu uma estrutura de cabos subterrânea qualificada para processar grandes quantidades de dados. Esta rede que sustentava o sistema de comunicação foi nomeada de ARPANET, e seu acesso era exclusivo a pesquisadores e militares.

O projeto em si não obteve grandes resultados para a guerra fria, porém, algo extraordinário aconteceu quando a comunicação a distância foi bem sucedida através dos investimentos feitos pela Arpa:

A rede funcionou pela primeira vez em 1972, interligando quatro computadores em locais distintos, todos na costa oeste dos EUA: Universidade da Califórnia em Los Angeles (UCLA), Instituto de Pesquisas de Stanford, Universidade da Califórnia em Santa Bárbara e Universidade de Utah, em Nevada. Os cientistas responsáveis pela façanha enviaram da UCLA uma mensagem de saudação como o

texto: "Você está recebendo isto?". Minutos depois, as respostas positivas ("Sim!") das outras três localidades mostravam que a experiência fora bem-sucedida: era possível se comunicar à distância enviando informações de um computador para outro através dos cabos subterrâneos que formavam a infraestrutura de telecomunicações americana. (VIEIRA, 2003, p.5)

O experimento deste primeiro contato dos computadores localizados nas universidades americanas foi positivo, comprovando que a troca de informações à distância era viável logo, foram aumentando a quantidade de computadores distribuídos, chegando a cem computadores e conseqüentemente o feito deixou o âmbito acadêmico para maravilhar o planeta.

O governo estadunidense assumiu o comando desses computadores dispersos em 1973 nomeando o matemático e docente da Universidade de Stanford Vinton Cerf, que se juntou ao engenheiro Robert Kahn para aperfeiçoar o desempenho da Arpanet. Juntos eles desenvolveram um dispositivo que possibilitou dois computadores se conectarem na rede e dialogar no mesmo idioma.

Cerf e Kahn foram ainda mais longe quando conseguiram viabilizar que mais de dois computadores conectados dialogassem entre si no mesmo idioma, esse dispositivo de comunicação foi nomeado de protocolo TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) e se estabeleceu como alicerce da internet. Este protocolo possibilitou a interconexão de diversas redes em diversos computadores de forma eficaz, constituindo assim uma estrutura essencial para a internet marcando oficialmente o seu início.

O passo seguinte deu-se em 1973, com a invenção dos protocolos TCP/IP (sigla para Transmission Control Protocol/Internet Protocol), anunciados em artigo escrito por Vicent Cerf e Robert Kahn em 1974. Esses protocolos viabilizaram o que se se conhece como "arquitetura aberta de comunicação em rede" e permitem a interconexão entre redes de computadores de diversas tecnologias, onde quer que estejam localizados. Novos trabalhos para o Pentágono estenderam o conceito de pacotes para redes de rádio terrestre e satelital, que foram interconectadas à ARPANET em 1983, o que marcou o início da Internet. (KNIGHT, 2014, p.19)

Além do matemático e do engenheiro, outros cientistas também ajudaram a desenvolver a ARPANET que posteriormente se tornou a internet conforme os pontos de conexão iam se expandindo nos anos seguintes.

A ARPANET foi vinculada à uma outra rede universitária em 1986 chamada NSFNET (National Science Foundation Network) e posteriormente desativada em 1990. Também no ano de 1990 novos fornecedores surgiram para disponibilizar a conexão à internet assim, o acesso a ela que antes era exclusivo entre os militares e os estudiosos alcançou coletivamente os habitantes que já podiam usufruir de um sistema de comunicação mais descomplicado.

Em 1995 os pesquisadores perceberam que poderiam utilizar perfeitamente a conexão desses fornecedores comerciais pois, atendiam suas necessidades assim como a rede NSFNET, resultando no seu desligamento.

No ano seguinte surgiu uma nova rede nomeada de Abilene que funcionava com mais agilidade do que a internet dos fornecedores comerciais, porém seu uso era restrito para fins acadêmicos.

Um importante desenvolvimento ocorreu em 1989 por meio de Tim Berners-Lee em uma organização na Europa, Organização Europeia para Pesquisa Nuclear (CERN):

Tim Berners-Lee propunha adotar o uso de hipertexto distribuído, que seria um conjunto de documentos armazenados em diferentes locais interligados entre si por meio de ponteiros não hierárquicos que os vinculasse uns aos outros. Esses documentos poderiam, assim, ser recuperados usando um aplicativo de navegação, o que abriria a Internet ao uso em massa. Isto é, ele inventou uma implementação na Internet do conceito hipertexto, que se tornou a World Wide Web. (KNIGHT, 2014, p.20)

Basicamente ele incorporou a navegação na web o Hypertext Markup Language que conhecemos por HTML, facilitando a comunicabilidade e acesso através de um código básico WWW.

Em 1993 foi criado o Mosaic, concebido por Marc Andreessen e sua equipe no Centro Nacional para Aplicações de Supercomputação (National Center for Supercomputing Applications - NCSA), inaugurando a navegação online de ampla divulgação, o Mosaic fez com que a Web se expandisse.

A partir dele tudo foi se modificando e facilitando no aspecto visual substituindo os tradicionais textos em verde e possibilitando o compartilhamento não só desses textos e documentos, mas também de imagens, áudios e gráficos em sites dinâmicos, parecidos com páginas de revistas expostas ali na tela do computador. Essa grande conquista fez com que a internet ampliasse em escala mundial.

2.2. A INCLUSÃO DA INTERNET NO BRASIL

A internet alcançou o território brasileiro em 1988 e assim como nos Estados Unidos primeiro foi utilizada e após aprimorada no âmbito acadêmico. A primeira tentativa conectou a Fermi National Accelerator Laboratory (Fermilab) à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) onde os professores da USP se dedicaram para estabelecer a conexão aqui no Brasil:

A façanha coube aos professores Oscar Sala e Flávio Fava de Moraes, da Universidade de São Paulo (USP), que tocaram o projeto em

conjunto e inauguraram a conexão oficialmente no ano seguinte. (VIEIRA, 2003, p.8)

Assim como a FAPESP outras instituições dos Estados Unidos também estabeleceram conexão com a internet por meio de link com a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e o Laboratório Nacional de Computação Científica (LNCC) Petrópolis/RJ, naquela mesma época.

A rede logo se expandiu assim, o governo brasileiro elaborou em 1992 através do Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT) a Rede Nacional de Pesquisa (RNP) que liderada pelo cientista Tadao Takahashi desenvolveu uma estrutura de fios imensa para sustentar a conexão global. Essa grande estrutura capaz de ligar vários pontos e obter link internacional foi nomeada de espinha dorsal, mas também conhecida por *backbone*.

Para fazer com que o *backbone* da rede pudesse chegar até as faculdades, órgãos públicos e institutos de pesquisa foi necessário ampliar os locais de comunicação por meio das principais cidades brasileira então, o governo firmou contrato com a Embratel adquirindo a estrutura necessária para comunicação de dados.

Nessa época os computadores das instituições tinham maior potencial do que os outros computadores, por conta disso, as instituições conseguiam enviar dados e realizar tarefas de forma remota o que estimulou o aumento no uso da internet.

A liberação do uso da internet para a população se deu a partir de 1994 e foi chamada de Internet comercial, logo a Internet acadêmica foi ficando ultrapassada e a estrutura da RNP já não era a única, resultando em novos *backbones* privados junto a rede que reproduziam uma estrutura parecida.

Os primeiros usuários da Internet comercial tinham ao seu dispor, basicamente, os mesmos serviços voltados a mensagens da Internet acadêmica e os sítios comerciais de notícias e de comércio eletrônico que começavam a surgir. A luta, naquele momento, dava-se na retaguarda do serviço, para decidir quem iria prover a infraestrutura da Internet no Brasil e quem iria prover o acesso à rede. (LINS, 2013, p.25)

Para obter acesso a rede comercial, era necessário utilizar um modem a um provedor através da linha telefônica recebendo informações no computador particular que conduziria ao tráfego na internet. Inicialmente apenas uma empresa de grupo estatal chamada Embratel estabelecia a estrutura para prover a internet nacionalmente.

Rapidamente o acesso à internet aumentou, o que acarretou em cobrança de tarifas referente a conexão na rede designada de sumidouro de tráfego:

Ou seja: passaram a aplicar regras de interconexão estabelecidas especificamente para o tráfego de voz ao tráfego de dados (Internet). É justamente essa "distorção" gerada na forma de pagamento das

tarifas de interconexão que tem sido denominada de "sumidouro de tráfego". (SANTANA, 2004, p.7)

O tráfego de telefonemas normalmente era equilibrado e a restituição costumava ser baixa, então a operadora cobrava essa tarifa de interconexão apenas de quem originou o telefonema uma vez que ela suportava o encargo operacional. Ao contrário do tráfego de dados que mesmo sendo utilizado através da linha de telefone transcendia o uso da rede pois aumentava o recebimento de dados de seu utilitário fazendo-se necessário a cobrança dessa conexão.

Em 1996 o Brasil iniciava seu acesso em banda larga, porém com a desestatização e a divisão da telefonia em 1998 a utilização da internet se tornou precária pois os usuários aproveitavam a madrugada para efetuar longas sessões e se beneficiavam de tarifas menores já que a cobrança era gerada por tempo de chamada e não por recebimento de dados, isso fez com que as operadoras ficassem no vermelho. Através disso nasceu os provedores de Internet grátis que atuavam em favor das operadoras e não requeriam encargos dos usuários.

Assim as operadoras que possuíam o provedor de internet grátis recebiam muitas ligações de usuários de outras operadoras, ocasionando cobranças que resultava em receita através de créditos que se acumulavam para a operadora relacionada ao provedor. O provedor recebia uma parcela dessa receita adquirida pela interconexão chamada de comissão por tráfego e além dela o provedor poderia embolsar através de divulgação e negociação online por meio de seus portais.

O Brasil ainda utiliza o provedor de acesso mesmo não sendo necessário pois, é um dispositivo de seguridade para a internet que coleta informações de tráfego e conexão além de atender o usuário e gerar cobrança do serviço. As operadoras fizeram um aporte de capital nos maiores provedores, isso fez com que além de receber ganhos auxiliou nos custos referentes a ampliação das estruturas.

Logo a banda larga impulsionou a transferência de arquivos de um usuário para o outro fazendo com que essa troca, primariamente, fosse o recurso mais utilizado. Em 1999 surgiu o Napster, website que permitia a troca particular de material *peer-to-peer*, focado em obter arquivos musicais em MP3, porém, o mesmo ficou disponível por apenas três anos, sendo encerrado judicialmente incriminado por violar direitos autorais.

Nos serviços peer-to-peer, o processamento é compartilhado entre os usuários. Se, por exemplo, o usuário "A" solicitar ao provedor o download de um arquivo, irá recebê-lo diretamente. Já o usuário "B" que vier a solicitar esse mesmo arquivo poderá recebê-lo em parte do provedor original, em parte do usuário "A". O processo é automático. Usuários, portanto, são eventualmente prestadores de serviço, sem sabê-lo. (LINS, 2013, p.34)

Cada pessoa que o utiliza se conecta com um banco de dados em rede de compartilhamento assim, quanto mais solicitações são feitas, mais eficiente pode se tornar esse sistema já que outras pessoas compartilham a responsabilidade de distribuir esses arquivos, esse método de compartilhamento *peer-to-peer* é representado por um protocolo chamado *bit-torrent*.

Para que a internet finalmente se consolidasse universalmente do modo com o qual estamos habituados hoje em dia, a web atravessou pelo último marco importante: o aparelho celular. Essa inovação nos trouxe potentes tecnologias assim como as oferecidas pelos computadores. Desde a origem dos *smartphones* o acesso à internet era o principal recurso almejado pelos consumidores o que fez aumentar e melhorar a cada dia a capacidade dos aparelhos, obrigando as operadoras de telefonia móvel a disponibilização para tráfego de dados de forma gradual.

O primeiro aparelho de fácil acessibilidade à internet foi disponibilizado em 2001 pela Palm e depois disso passou-se a modernizar e aumentar cada vez mais os atributos oferecidos pelos *smartphones*, ampliando gradualmente a navegação na internet. O crescimento e utilização do telefone celular inseriu a web na palma de nossas mãos.

2.3. DEFINIÇÃO DE INTERNET

Além de definir a internet estruturalmente como uma rede de computadores conectadas globalmente, podemos defini-la também em seus principais aspectos que a integram através do *software* e do *hardware*, é o que entende James F. Kurose:

Primeiro podemos descrever detalhadamente os aspectos principais da Internet, ou seja, os componentes de software e hardware básicos que a formam. Segundo, podemos descrever a Internet em termos de uma infraestrutura de redes que fornece serviços para aplicações distribuídas. (KUROSE, 2021, p.00)

Atualmente, não só computadores e celulares têm acesso à internet, mas, diversos outros itens têm sido conectados nos últimos tempos como tablets, videogames, TVs, relógios, eletrodomésticos, sistemas etc. O que faz a expressão "rede de computadores" ficar ultrapassada, já que esses itens estão sendo habitualmente conectados à internet, sendo chamados de sistemas finais ou de hospedeiros.

Os hospedeiros são interligados nos comutadores de pacotes e enlaces de comunicação assim, diversos tipos de enlaces transportam informações em taxa que é chamada de taxa de transmissão onde é quantificada em segundos por *bits*. O hospedeiro que envia informações a outro hospedeiro divide esses dados

acrescentando *bytes* por segmento e enfim os dados resultantes também chamados de pacotes são remetidos pela rede ao destino final onde vão sendo remontados em dados genuínos.

Na internet é utilizado dois principais comutadores de pacotes chamados de switches e roteadores que basicamente encaminham pacotes a destinos finais, porém existem outras espécies menos utilizadas. Os roteadores são usados na rede internamente já os switches usados nas redes locais, assim uma série de enlaces e comutação de pacotes se movimenta entre o remetente para o receptor, esse caminho é conhecido de rota por entre a rede.

Os hospedeiros obtêm acesso à internet através dos Provedores de Serviço de Internet (ISP) sendo eles ISP residencial ou empresarial que oferece conexão sem fio em diversos locais e ISP de dado móvel que oferece a conexão a dispositivos e celulares.

Cada ISP é uma rede de nós de comutação e enlaces de comunicação. ISPs oferecem aos sistemas finais uma variedade de tipos de acesso à rede, incluindo acesso residencial de banda larga como modem a cabo ou DSL (do inglês digital subscriber line - linha digital de assinante), acesso por LAN de alta velocidade e acesso sem fio móvel. Os ISPs também fornecem acesso a provedores de conteúdo, conectando servidores diretamente à Internet. (KUROSE, 2021, p.00)

A web prioriza a ligação entre os hospedeiros sendo assim, os provedores que dão acesso a esses sistemas são interligados também. Além disso, os ISPs de baixa categoria são interligados através de ISPs nacional e estrangeiro de alto padrão e este é composto por roteadores ágeis interligados com enlaces de comunicação de fibra ótica de grande agilidade.

Tantos os ISPs de baixa ou alta categoria são administrados de forma autônoma operando através do protocolo IP sujeitando-se as normas de designação e encaminhamento.

Como mencionado, os protocolos são utilizados por diversos elementos que compõem a web, sendo eles os responsáveis por comandar os dados que são recebidos e os que são enviados. Os dois principais protocolos utilizados são: o IP - Protocolo da Internet e o TCP - Protocolo de Controle de Transmissão.

O protocolo IP especifica o formato dos pacotes que são enviados e recebidos entre os roteadores e sistemas finais. Os principais protocolos da Internet são conhecidos como TCP/IP. (KUROSE, 2021, p.00)

Esses protocolos são tão importantes que permitem a criação de itens e sistemas para que atuem entre si assim, a definição desses protocolos IP, TCP, SMTP (e-mail) e HTTP (internet) são feitas através dos RFC - Pedido de Comentário que são documentos uniformizados. Atualmente são utilizados mais de 9.000 RFCs.

2.4. AGENCIADORES DE INTERNET

Para que possamos compreender totalmente a estrutura e a funcionalidade da internet se faz necessário averiguar os elementos que compõem os agenciadores de internet. Analisaremos a seguir o provedor, o site e o usuário.

2.4.1. PROVEDORES E SUAS ESPÉCIES

Os provedores são basicamente os prestadores de serviço ao usuário final sendo eles especificamente de: *backbone*, acesso, correio eletrônico, conteúdo e hospedagem.

Provedor de backbone é o que detém as estruturas de rede, capaz de possibilitar o tráfego de informações; provedor de acesso é o fornecedor de serviços que possibilita o acesso de seus usuários à internet; provedor de correio eletrônico é o que fornece serviço de envio, recebimento e armazenamento de mensagens eletrônicas; provedor de conteúdo é o que disponibiliza e armazena, em seus servidores, informações criadas por terceiros ou meios próprios (alguns chamam impropriamente de provedor de informação o responsável pela criação dessas informações, sendo melhor denominá-los apenas autores da informação); e, por fim, provedor de hospedagem é o que permite o armazenamento de sites, blogs, redes sociais etc., com seus textos, imagens, sons e informações em geral. (TEIXEIRA, 2020, p.00)

É possível que a empresa que opera como provedor consiga executar mais de uma espécie de provedores mencionada acima. Existe ainda o provedor que intermedia a comunicação entre o provedor de acesso ao usuário viabilizando a autenticação entre ambos chamados de provedor intermediário.

Os provedores de acesso e intermediário desempenham funções diferentes e apesar do segundo poder ser substituível, ele confere a possibilidade de o usuário utilizar ou não o serviço disponibilizado pelo provedor de acesso. Geralmente o intermediário concede ainda outros diversos serviços ao seu usuário podendo obter por exemplo uma conta de e-mail assim como o Hotmail. Assim como seu nome, o de hospedagem hospeda sites e etc.

O provedor de *backbone* é uma grande estrutura de cabos que liga redes locais, nacionais, internacionais e intercontinentais entre si com imensa celeridade. É através dela que os dados circulam pelos roteadores e após encaminhados aos computadores. Assim, o provedor de *backbone* também consegue executar como provedor de conexão reciprocamente.

Através de contrato oneroso os provedores de hospedagem e de correio eletrônico fazem uso da estruturação de *backbones*. Assim também os provedores de conteúdo e de acesso se utilizam dos *backbones*.

É importante ressaltar que a Lei nº 12.965/2013 especifica as categorias de provedores a partir do artigo 9º:

Conforme o texto da lei, o provedor de conexão é uma categoria que corresponde ao provedor de acesso; já a categoria do provedor de aplicações de internet contempla os provedores de correio eletrônico, hospedagem e conteúdo. (TEIXEIRA, 2020, p.00)

O usuário pode se conectar à internet de várias formas por cabo, satélite, fibra ótica e etc. O mesmo utiliza a rede através da disponibilização do provedor de acesso(conexão) por meio de um programa. Essa conexão é feita através de computadores conectados à rede permitindo acesso aos usuários mediante modem.

O provedor de conteúdo (serviços) é o que disponibiliza obter produtos e serviços, físico e digitais. Normalmente a disponibilização ou armazenagem de redes sociais são feitos pelo provedor de conteúdo. Frequentemente um só fornecedor é capaz de oferecer acesso e conteúdo, por isso o correto é chamá-lo de provedor de internet.

2.4.2. SITES ELETRÔNICOS

Os sites ou sítios eletrônicos é o agrupamento de fotos e textos disponibilizadas virtualmente e seu acesso é realizado através do endereço eletrônico. Podendo ou não ter fins lucrativos assim, quem o possui pode ser tanto pessoa jurídica quanto física. A identificação do endereço eletrônico dos sites na rede é o nome de domínio.

No Brasil, os registros dos nomes de domínio são feitos diretamente no site www.registro.br. O Registro.br é órgão responsável pelo registro e manutenção dos nomes de domínio com a uma extensão ".br" sendo um departamento do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR - (NIC.br). (TEIXEIRA, 2020, p.00)

Basicamente o domínio está ligado ao endereço de IP de um computador, assim, ao pesquisar por uma página está sendo rastreado um endereço de computador, portanto, o domínio auxilia na busca e identificação de grupos de computadores sem ter que utilizar os números.

Assim, podem existir três tipos de sites: os que exibem fotos e informações de pessoas, produtos e/ou serviços chamado de "meramente passivos", os que além de exibir os itens listados anteriormente, permitem receber convites para aquisição de serviços e/ou produtos chamado de "canalizadores de mensagens", e por último os que executam procedimentos importantes onde o mesmo consegue interagir com o usuário, confirmar pedidos, mostrar quantidade disponível em estoque, comunicar a data de chegada, recolher o valor a pagar

através de identificação numérica de cartões crédito/débito ou emissão de duplicata que é chamado de sites "inteligentes".

É inegável que essas transações no meio virtual têm se tornado cada vez mais frequente fazendo com que o meio jurídico atualize e discipline o comércio eletrônico nesses sites o que analisaremos mais à frente.

2.4.3. INTERNAUTAS

Internauta ou usuário é o indivíduo que utiliza o meio virtual, podendo ser tanto pessoa física utilizada por ela própria quanto jurídica representada por um funcionário da empresa.

O usuário da internet pode utilizá-la, entre outras coisas: 1) como ferramenta de pesquisa (nos mais variados temas); 2) como forma de comunicação, por exemplo, por meio de e-mail e chats (salas de bate-papo) de conversas instantâneas; 3) como um método de aquisição de bens e serviços, considerando que muitas empresas usam esse recurso para disponibilizar seus produtos e serviços. (TEIXEIRA, 2020, p.00)

Portanto usuário é todo aquele que usufrui das diversas ferramentas disponibilizadas pela internet através de uma conexão feita por meio dos provedores.

Embora o indivíduo que navega pela web seja nomeado de usuário, o mesmo também pode ser classificado como consumidor quando este compra produtos e faz uso de serviços como usuário final assim como prevê o artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor, que aprofundaremos adiante.

Por conseguinte, a internet realmente entrou para nossas vidas e hoje seu uso é o principal meio de comunicação mundial.

2.5. MARCO CIVIL DA INTERNET

Para assegurar a liberdade bem como, os direitos fundamentais de cada indivíduo no espaço virtual, a Constituição Federal Brasileira dispõe vários dispositivos e princípios garantindo a utilização tecnológica por cada habitante. Além dela, outras normas regulam o comportamento cibernético como O Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), o Código Penal, o Código de Processo Penal etc.

Todavia, uma vez que o estudo está focado no Comércio Eletrônico, faz-se necessário enfatizar o Código de Defesa do Consumidor e discorrer sobre a Lei

nº12.965/2014 nomeada de Marco Civil da Internet pois, ambas asseguram direitos e deveres nas relações de consumo digital.

Assim, em 23 de abril de 2014 foi estabelecida a Lei nº12.965/2014 batizada de Marco Civil da Internet com intuito de definir garantias, princípios, direitos e deveres para utilização da internet brasileira. Os procedimentos e conceitos estabeleceram o fim da inexistência da legislação no meio virtual.

A situação pré-Marco Civil era de completa ausência de regulamentação civil da internet no país. Ao contrário do que alguns entusiastas libertários poderiam achar, a ausência de leis nesse âmbito não representa a vitória da liberdade e do laissez-faire. Ao contrário, gera uma grande insegurança jurídica. Uma das razões é que juízes e tribunais, sem um padrão legal para a tomada de decisões sobre a rede, acabam decidindo de acordo com regras muitas vezes criadas ad hoc, ou de acordo com as suas próprias convicções, resultando em inúmeras decisões judiciais contraditórias. (LEMOS, 2014, p.10 apud BARRETO, 2016, p.7)

Embora o Marco Civil primeiramente visa garantir os direitos civis, a aplicabilidade do Código Penal e Código de Processo Penal será necessária quanto à obtenção de evidências de modo que esclareça a autoria e materialidade delitiva. Ressaltando que os delitos cometidos na internet realmente ocorrem e afligem cada vez mais quem utiliza a internet, com isso se tornou necessário regulamentar esses ciberdelitos para conseguir identificar e responsabilizar o infrator. Para melhor compreensão, analisaremos as novidades estabelecidas pelo Marco Civil da Internet a seguir.

2.5.1. O PROJETO INICIAL

Inicialmente, a proposta foi criada pela Fundação Getúlio Vargas juntamente com a Secretaria de Assuntos Legislativos do Ministério da Justiça (SAL-MJ), seu intuito não era de restringir a liberdade, mas sim, de garantir direitos.

A plataforma digital criada para debater iniciativas que levaram à criação do Marco Civil foi hospedada em <<http://culturadigital.br/marco-civil/>>, onde foram promovidos vários debates e acrescentadas várias contribuições em duas fases: na primeira, foram debatidas ideias com fulcro em um texto preliminar produzido pelo Ministério da Justiça; já na segunda, discutiu-se com base na minuta de um projeto de lei. (BARRETO, 2016, p.9)

Essa ação ocasionou em muitos comentários que ajudaram a aprimorar o texto do Marco Civil considerando manifestações do Twitter e Identi.ca. Nomeada de Projeto de Lei nº 126 de 2011, a ideia foi enviada para a Câmara dos Deputados pelo relator deputado Alessandro Molon por meio da Mensagem nº 326 de 2011.

Destaque-se que a participação popular também foi possível nessa fase através do e-Democracia, disponibilizado em <www.edemocracia.camara.gov.br>. (BARRETO, 2016, p.9)

Na Câmara já estava em discussão o Projeto de Lei nº 84/99 responsável pela identificação dos delitos virtuais assim, ambas foram discutidas paralelamente apesar de as discussões do Marco Civil terem se ocasionado primeiro pois este também pautava princípios, deveres e direitos do *user*.

A questão da imparcialidade da rede e a obrigação das empresas de hospedarem os *data centers* (centros de processamento de dados) foi um momento de discussão controverso pois, havia a necessidade de garantia de que esses dados fossem armazenados no Brasil.

O Poder Executivo pediu que o projeto de lei fosse inserido no sistema de urgência em 12 de setembro de 2013 que por meio da Mensagem nº 391 de 2013 conferiu o limite de 45 dias para que a Câmara dos Deputados pudesse apreciá-la. Em seguida ao ser encaminhada ao Senado, o Marco Civil foi aprovado por consenso.

Era preciso debater um pouco mais sobre o projeto, porém, a aprovação precisava ser feita a tempo do Encontro Global Multissetorial sobre o Futuro da Governança da Internet - NET Mundial no dia 23 de abril de 2014 pois, o objetivo governamental era sancioná-la em sua abertura. Assim, depois de 60 dias de *vacatio legis*, o Marco Civil da Internet entrou em vigor em 23 de junho de 2014.

2.5.2. FUNDAMENTOS, PRINCÍPIOS E CONCEITOS

Os artigos 5º e 220 da Constituição Federal serviram de base para a elaboração e fundamentação do Marco Civil:

A inspiração na formulação de tais fundamentos veio do texto constitucional, colocando-se como ideias centrais a preservação e o respeito à liberdade de expressão (arts. 5º e 220, CRFB/1988), elencando-se, ainda, como fundamentais:

- o reconhecimento da escala mundial da rede;*
- os direitos humanos, o desenvolvimento da personalidade e o exercício da cidadania em meios digitais;*
- a pluralidade e a diversidade;*
- a abertura e a colaboração;*
- a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e*
- a finalidade social da rede.*

(BARRETO, 2016, p.10)

Distingue-se que o texto favoreceu fundamentos democráticos, objetivando a proteção do usuário no meio digital, incentivando que a internet seja utilizada de modo social e responsável.

Alguns indivíduos pensam que podem fazer qualquer coisa na internet pelo fato de estarem longe de seu receptor, dissimulando um personagem para poder agir criminalmente. A utilização em detrimento de outros, acaba por corromper o conceito da internet como um instrumento tecnológico benéfico.

Ao promover ofensas em redes sociais em razão de religião ou revender passagens adquiridas com cartões clonados, viola os fundamentos e deturpa o propósito social da internet.

O artigo 3º do Marco Civil dispõe sobre os princípios:

Os princípios estão expressos no Art. 3º do Marco Civil da Internet, não excluindo outros princípios decorrentes do regime democrático:

→ Garantia da liberdade de expressão, comunicação e manifestação de pensamento, nos termos da Constituição Federal.

→ Proteção da privacidade.

→ Proteção dos dados pessoais, na forma da lei.

→ Preservação e garantia da neutralidade de rede^{1º}.

→ Preservação da estabilidade, segurança e funcionalidade da rede, por meio de medidas técnicas compatíveis com os padrões internacionais e pelo estímulo ao uso de boas práticas.

→ Responsabilização dos agentes de acordo com suas atividades, nos termos da lei.

→ Preservação da natureza participativa da rede.

→ Liberdade dos modelos de negócios promovidos na internet, desde que não conflitem com os demais princípios estabelecidos nesta Lei.

(BARRETO, 2016, p.11)

De novo, o cuidado com a proteção do usuário é proferido a fim de garantir voz na web, proteção da privacidade e intimidade e também garantindo acesso de qualidade e seguro. O Marco Civil em si já é um exemplo da colaboração popular.

O artigo 5º do Marco Civil da Internet discorre e esclarece acerca dos conceitos de: I - internet; II - terminal; III - endereço de protocolo de internet; IV - administrador de sistema autônomo; V - conexão de internet; VI - registro de conexão; VII - aplicações de internet; e VIII - registros de acesso a aplicações de internet.

*Art. 5º Para os efeitos desta Lei, considera-se:
I - internet: o sistema constituído do conjunto de protocolos lógicos, estruturado em escala mundial para uso público e irrestrito, com a finalidade de possibilitar a comunicação de dados entre terminais por meio de diferentes redes;*

II - terminal: o computador ou qualquer dispositivo que se conecte à internet;

III - endereço de protocolo de internet (endereço IP): o código atribuído a um terminal de uma rede para permitir sua identificação, definido segundo parâmetros internacionais;

IV - administrador de sistema autônomo: a pessoa física ou jurídica que administra blocos de endereço IP específicos e o respectivo sistema autônomo de roteamento, devidamente cadastrada no ente nacional responsável pelo registro e distribuição de endereços IP geograficamente referentes ao País;

V - conexão de internet: a habilitação de um terminal para envio e recebimento de pacotes de dados pela internet, mediante a atribuição ou autenticação de um endereço IP;

VI - registro de conexão: o conjunto de informações referentes à data e hora de início e término de uma conexão à internet, sua duração e o endereço IP utilizado pelo terminal para o envio e o recebimento de pacotes de dados;

VII - aplicações de internet: o conjunto de funcionalidades que podem ser acessadas por meio de um terminal conectado à internet; e

VIII - registros de acesso a aplicações de internet: o conjunto de informações referentes à data e hora de uso de uma determinada aplicação de internet a partir de um determinado endereço IP.

Esta norma trouxe conceitos essenciais, inserindo no mundo do direito vocabulários que eram limitados a outras áreas.

Com a conceituação trazida pelo Marco Civil da Internet é possível padronizar ofícios, petições, representações, mandados judiciais, etc., bem como compreender de forma mais cristalina a dinâmica do ambiente virtual, em seus termos gerais. (BARRETO, 2016, p.12)

Ou seja, os termos utilizados no meio digital foram melhor definidos a partir do Marco Civil da Internet.

3. MERCADO DIGITAL

Agora que já sabemos como nasceu a internet e como ela opera, faz-se necessário nos aprofundarmos no comércio eletrônico. Como visto anteriormente, a criação dos sites possibilitou a exibição e divulgação de fotos e informações de pessoas, produtos e serviços.

E então, através dos sites inteligentes é possível executar diversos procedimentos importantes que auxiliam na efetuação de compra e venda no meio digital, assim, o usuário que utiliza a internet para obter algo passa também a ser considerado consumidor.

3.1. DEFINIÇÃO DE COMÉRCIO ELETRÔNICO

A internet nos trouxe essa facilidade, com uma simples pesquisa diversos anúncios similares nos são oferecidos, e assim podemos analisar e comparar preços, material, vendedor, entregador e escolher aquele que mais nos agrada. Logo, a ampliação do *e-commerce* no Brasil e no mundo se deu pela crescente utilização ao acesso da internet.

A grande expansão da internet nos últimos anos foi crucial para o crescimento do comércio eletrônico no Brasil e no mundo. Conforme a pesquisa do e-Bit, o crescimento do comércio eletrônico varejista no Brasil subiu de R\$ 0,5 bilhão, em 2001, para R\$ 35,8 bilhões, em 2014 (com a estimativa de 43 bilhões para 2015). Essas compras pela internet foram efetuadas por 60 milhões de brasileiros tidos como consumidores on-line. Isso significa dizer que parte dos internautas tem receio de comprar pela internet; além do mais, quanto maior o número de pessoas tendo acesso à internet e maior o nível de confiança no comércio eletrônico, maior será a tendência de o e-commerce no Brasil alcançar números bem maiores. (TEIXEIRA, 2015, p.0)

Conforme o *e-commerce* vai se expandindo, o consumidor online vai adquirindo confiança para efetuar suas compras e adquirir serviços através da internet.

Entendemos por comércio os estabelecimentos físicos que visam vender, comprar e até mesmo trocar mercadorias com intuito de obter lucro. Assim, o comércio eletrônico ou *e-commerce* é simplesmente a negociação dessas mercadorias ou serviços celebrados no espaço virtual.

O argentino Ricardo Luis Lorenzetti afirma que comércio eletrônico consiste em "toda atividade que tenha por objeto a troca de bens físicos ou digitais por meios eletrônicos". (TEIXEIRA, 2015, p.0)

Não podemos nos esquecer que enquanto a internet ainda engatinhava, existia a possibilidade de as vendas serem realizadas através dos telefones fixos e propagandas na televisão.

Cláudia Lima Marques pondera que comércio eletrônico seria o comércio "clássico", hoje realizado por meio de contratação à distância. Alcança os contratos celebrados pela internet, por telefones fixos e celulares, pela televisão a cabo etc. De forma estrita, o comércio eletrônico é uma maneira de contratação não presencial ou à distância para a aquisição de produtos e serviços por meio eletrônico. Já de forma ampla, o comércio eletrônico envolveria qualquer tratativa ou troca de informações objetivando negócios, aí incluídos os dados transmitidos prévia e posteriormente à venda ou à contratação, bem como o envio de bens materiais e imateriais, os serviços de busca e link's, a publicidade, os meios de pagamento, entre outros. (TEIXEIRA, 2015, p.0)

Atualmente o uso da internet nos celulares facilitou tanto nas compras como na divulgação, porém, é importante destacar que o comércio eletrônico engloba todas essas modalidades de admissão de bens e serviços.

3.2. COMO NASCEU O E-COMMERCE

O comércio eletrônico nasceu por volta de 1980 por meio de grandes empresas industriais e varejistas que já concretizavam vendas pelo meio eletrônico através de tecnologias próprias. Essas transações foram migrando conforme o avanço e desenvolvimento da internet.

A web possibilitou as empresas planificar técnicas de publicidade e com isso, as empresas desenvolveram com o auxílio da tecnologia um modelo de negócios altamente eficaz chamado de *e-business*. Assim são denominadas suas espécies:

Estavam lançadas as bases para o e-commerce - operações de compra e venda de produtos e de serviços pela Internet - e suas derivações atuais, tais como: m-commerce (mobile commerce - comércio por meio de dispositivos móveis), t-commerce (television commerce - comércio por meio da televisão), o social commerce (comércio com influência das redes sociais), entre outras. (TURCHI, 2023, p.0)

Pode-se dizer que o comércio eletrônico avançou ainda mais com o surgimento de alguns sites de venda, é o caso da Amazon, um dos sites pioneiros de grande relevância que se originou em 1994 por meio de Jeff Bezos que inicialmente era voltado para a venda de livros no qual ele mesmo respondia os interessados via e-mail. Logicamente o site percorreu um longo caminho passando por altos e baixos para então se tornar o que hoje conhecemos, porém, a ideia

descomplicada de Bezos se tornou posteriormente o meio de negociação mais utilizado.

Bezos queria usar a tecnologia para fornecer um ótimo atendimento ao cliente. Essa filosofia resultou naquilo que talvez seja o mais famoso, e infame, programa de software patenteado pela Amazon, conhecido como o "One-Click ordering" (ou "o pedido de Um Clique"). (BRANDT, 2011, p.0)

Este sistema foi desenvolvido por Peri Hartman, o programador da Amazon que seguiu exatamente a ideia descomplicada de apenas um clique. O pedido de patente foi intitulado "*Método e sistema de fazer um pedido de compra pela rede de comunicações*" e o fluxograma da patente o explicava simplesmente para "*Habilitar encomenda com uma única ação*".

Na verdade, a ideia é simples. O requerimento da patente, de 19 páginas, é composto principalmente de diagramas do fluxograma para mostrar a sequência de eventos que permitem aos consumidores fazerem o pedido com um só clique: memorizar a identificação e os meios de pagamento dos compradores quando eles fazem o primeiro pedido, inseri-los no sistema e, da próxima vez que procurarem um livro, mostrar o botão de encomenda com um clique nas páginas dos compradores. (BRANDT, 2011, p.0)

O que fez a Amazon se destacar foi justamente a simplicidade em que buscavam alcançar uma vez que os sistemas muito complexos deixavam as pessoas com receio naquele início de lançamento dos computadores. Além disso, Bezos tinha como objetivo que as pessoas pudessem ser atraídas por boas experiências. A mente talentosa e a persistência foram o caminho para o sucesso.

Aqui no Brasil o *e-commerce* tem se consolidado ano após ano e o setor líder em vendas, de moda e acessórios vem comprovando a segurança que o consumidor tem tido ao efetuar suas compras pois, geralmente no vestuário as pessoas querem experimentá-lo antes de definitivamente comprar o item. Isso evidencia a importância do marketing para o sucesso na comercialização online:

Que é a necessidade de grande investimento em marketing para que os negócios on-line tenham maior sucesso, como bem demonstram dois grandes players desse segmento, Netshoes e Dafiti, que costumam fazer intensas campanhas de divulgação dos seus produtos. (TURCHI, 2023, p.0)

Outro setor que também chama a atenção pelo seu crescimento é o de Saúde, Cosméticos e Perfumaria. Geralmente a razão da compra de remédios pela internet é meramente pelo preço baixo já que a própria internet oferece essa comparação de valores. O crescimento do setor de Casa e Decoração juntamente dos setores mencionados anteriormente evidenciam o aumento da audiência feminina virtual com o passar dos anos.

Até 2011 os homens eram maioria, mas nos anos seguintes as mulheres praticamente empataram com o público masculino em participação no volume do e-commerce. Ao tornar a compra de roupas,

acessórios, sapatos e outros itens de moda, higiene e beleza um hábito, que cresce a cada dia entre pessoas de todas as classes sociais, houve o aumento da participação do público feminino, com aproximadamente 51,6% do total, a maioria no consumo desses setores. Em 2016, o número de e-consumidores únicos (que fizeram ao menos um pedido através da Internet) foi de 47,93 milhões de e-consumidores, segundo a Ebit. (TURCHI, 2023, p.0)

Além disso, o acesso contínuo de e-consumidores de famílias denominadas como "baixa renda", cooperaram e ainda cooperam para a evolução e consolidação do e-commerce nacional. Uma série de eventos foram fundamentais nessa evolução como o aumento da capacidade de compra dessas famílias, a reabilitação do crédito oferecido ao consumidor estimulando a inserção de classes C, D e E para obter itens a longo prazo financeiramente e a facilitação do acesso à web.

Como já dito anteriormente, a confiança em realizar compras on-line também foi importante à medida que se aperfeiçoava as operações e conseqüentemente aumentava a utilização dos negócios financeiros. O surgimento de novos players e a solidificação dos já existentes também contribuíram para a ampliação cotidiana de oferta de itens fortalecendo ainda mais o e-commerce.

A adaptação de datas comemorativas também ajudara o e-commerce a atingir resultados inesperados. O Dia do Consumidor comemorado no dia 15 de março aqui no Brasil vem se sobressaindo em grande volume comparado ao dia normal de venda. Outra data de sucesso é o Black Friday, com grandiosos descontos as promoções feitas no final de novembro vêm se tornando popular entre as lojas brasileiras. Além disso, a aquisição de itens em sites internacionais tem se tornado cada vez mais comum, dentre eles os sites chineses são os que mais se destacam.

As vendas realizadas por mobile commerce tem experimentado um crescimento acelerado mostrando que a sua concretização já é realidade e não apenas uma onda passageira. O desenvolvimento excepcional deste meio é por si só um indício de sua solidificação através da criação de tecnologias e aplicativos voltadas a esse ramo comercial, o que permanecerá nos anos seguintes.

Para reforçar essa conclusão, a categoria com maior participação de compras realizadas por meio de smartphones foi Alimentos e Bebidas (8,4%), que, apesar de não representar uma categoria expressiva em volume de pedidos, possui uma parcela significativa de share de vendas de mobile, devido ao investimento em sites responsivos e otimizados nos últimos anos. (TURCHI, 2023, p.0)

3.3. CLASSIFICAÇÃO DE E-COMMERCE

Já vimos que o mercado digital não é composto apenas pelo e-commerce em si,

mas, também por suas derivações como m-commerce, t-commerce, social commerce etc. Além disso, o e-commerce é constituído ainda pelas categorias a seguir:

→ **B2C - Business to Consumer:** são as operações realizadas de empresa para com o consumidor, é como as vendas de lojas varejistas por meio de folhetos só que exibida na internet como loja virtual.

→ **B2B - Business to Business:** são as operações realizadas de empresa para empresa, é como os atacados que repassam mercadorias para lojas de varejo.

→ **B2G - Business to Government:** são as operações on-line realizadas entre empresa pública e privada.

→ **B2I - Business to Institutions:** são as operações realizadas eletronicamente entre instituições, associações e empresas.

→ **B2E - Business to Employee:** são as operações realizadas de empresa para com seu empregado.

→ **E-Procurement:** são as operações realizadas pela empresa para abastecer materiais como os de escritório, limpeza etc.

→ **CtoC - Consumer to Consumer:** são as operações realizadas entre consumidores através de sites e/ou aplicativos como Mercado Livre e OLX.

Com a influência e consolidação das mídias sociais apareceu o termo BtoN utilizado inicialmente pela Harvard Business Review em 2011. Constituído por:

→ **OtoO - On-line to Off-line:** são as operações realizadas on-line, mas usadas off-line.

→ **BtoN - Business to Network:** utiliza o entrosamento entre empresas e redes de contato para atingir metas comerciais. Este formato de negócio acredita que o consumidor é capaz de elogiar ou difamar a empresa baseada na sua própria experiência e com isso, admitem a influência do consumidor sobretudo na internet. Ainda assim, esse termo é pouco utilizado.

3.4. LEGISLAÇÃO APLICÁVEL

O alicerce do Direito Digital é fundamentado na liberdade de expressão conforme descrito no artigo 220 da Constituição Federal:

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

Porém, o Marco Civil da Internet é indispensável quando se trata da preservação da privacidade dos consumidores online, na garantia de acesso à informação e no princípio da boa-fé, promovendo a ética nas interações digitais.

Os direitos e as garantias dos usuários estão expressamente descritos em seu inciso XIII do artigo 7º disponibilizando a aplicação da norma consumerista quando a relação de consumo for feita pela internet:

Art. 7º O acesso à internet é essencial ao exercício da cidadania, e ao usuário são assegurados os seguintes direitos: XIII - aplicação das normas de proteção e defesa do consumidor nas relações de consumo realizadas na internet.

Embora a referida norma não se limite apenas ao ramo comercial, mas abrange todas as interações na web, sua aplicação nas relações de consumo é fundamental:

Leitura atenta ao Marco Civil da Internet nos leva à conclusão de que esse diploma legal não se refere expressamente ao e-commerce, todavia, considerando que o objetivo dessa lei é regulamentar todos os fenômenos que ocorrem por intermédio da internet, não podemos negar, como bem explica Teixeira (2015, p. 82) que "entretanto, suas regras e princípios têm implicação direta em tudo o que ocorre na internet em âmbito brasileiro, inclusive o e-commerce, enquanto operações envolvendo a produção e a circulação de bens e serviços". (BAGGIO, 2022).

No artigo 3º do Marco Civil então podemos encontrar todas as instruções a ser seguidas na utilização da internet brasileira:

Art. 3º A disciplina do uso da internet no Brasil tem os seguintes princípios: I - garantia da liberdade de expressão, comunicação e manifestação de pensamento, nos termos da Constituição Federal; II - proteção da privacidade; III - proteção dos dados pessoais, na forma da lei; IV - preservação e garantia da neutralidade de rede; V - preservação da estabilidade, segurança e funcionalidade da rede, por meio de medidas técnicas compatíveis com os padrões internacionais e pelo estímulo ao uso de boas práticas; VI - responsabilização dos agentes de acordo com suas atividades, nos termos da lei; VII - preservação da natureza participativa da rede; VIII - liberdade dos modelos de negócios promovidos na internet, desde que não conflitem com os demais princípios estabelecidos nesta Lei. Parágrafo único. Os princípios expressos nesta Lei não excluem outros previstos no ordenamento jurídico pátrio relacionados à matéria ou nos tratados internacionais em que a República Federativa do Brasil seja parte.

Existe o Projeto de Lei nº 281/2012 no qual já foi aprovado pelo Senado Federal com o propósito de aprimorar o Código de Defesa do Consumidor e especificar as relações de consumo digital, porém, o projeto ainda está em andamento:

Apesar de sua importância, até a produção desta obra, em sua redação original, o projeto não saiu do papel. Todavia, é preciso salientar que muitos dos temas abordados pelo projeto tornaram-se objeto de outras normas, como é o caso do direito de arrependimento previsto no Decreto n. 7.962/2013, no Marco Civil da Internet (Lei n. 12.965/2014) e na Lei Geral de Proteção de Dados (Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018 - Brasil, 2018). (BAGGIO, 2022).

Aqui no Brasil, os incisos X, XI e XII do art. 5º da Constituição Federal asseguram como princípio constitucional a proteção da privacidade. Atualmente, existe uma grande preocupação com relação ao uso dos dados dos usuários e por isso, a proteção à privacidade é um direito indispensável. Com a utilização das redes sociais e a expansão do *e-commerce*, o fluxo de informações das pessoas se tornou algo almejado por empresas.

Todavia, como afirmam Maria Eugenia Finkelstein e Claudio Finkelstein (2020, p. 290),

É nosso entendimento que a comercialização dos dados coletados pelos sites para outros fins, para empresas comerciais ou de prestação de serviços não coligadas à empresa que os coletou, merece maior atuação do Direito em defesa dos usuários e de sua privacidade. Este tipo de comércio é um claro caso de violação de privacidade, que caracteriza uma não observância aos direitos e garantias fundamentais da pessoa. Neste sentido e em resposta a esta necessidade, veio a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). (BAGGIO, 2022).

A LGPD ou Lei Geral de Proteção de Dados determina como os dados pessoais devem ser tratados, assim como especificado:

Art. 3º Esta Lei aplica-se a qualquer operação de tratamento realizada por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, independentemente do meio, do país de sua sede ou do país onde estejam localizados os dados, desde que: I - a operação de tratamento seja realizada no território nacional; II - a atividade de tratamento tenha por objetivo a oferta ou o fornecimento de bens ou serviços ou o tratamento de dados de indivíduos localizados no território nacional; ou III - os dados pessoais objeto do tratamento tenham sido coletados no território nacional.

Os dados pessoais são divididos em: dado pessoal, dado pessoal sensível e dado anonimizado conforme descrito:

Art. 5º Para os fins desta Lei, considera-se: I - dado pessoal: informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável; II - dado pessoal sensível: dado pessoal sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural; III - dado anonimizado: dado relativo a titular que não possa ser identificado, considerando a utilização de meios técnicos razoáveis e disponíveis na ocasião de seu tratamento;

Nesse sentido há o princípio da finalidade e especificação no qual é determinado que qualquer ação relacionada para uso desses dados é obrigatória que o

proprietário do mesmo seja cientificado sobre a finalidade e especificação da finalidade:

O tratamento de dados precisa ter uma finalidade, ou seja, um resultado único, específico e legítimo que deve ser alcançado por tal tratamento. O princípio serve não apenas para delimitar o objetivo final do tratamento, mas para tornar previsível o que ele espera, inviabilizando tratamento posterior desvinculado com a finalidade original. Exemplos de violação ao princípio da finalidade: i) informar que a coleta de dados servirá para faturamento de produto ou serviço, mas utilizar os dados para campanhas de marketing; ii) informar que o compartilhamento de dados se dará com a empresa X, mas compartilhar os mesmo com a empresa Y, iii) informar que os dados não serão copiados, mas realizar cópias destes. (COTS; OLIVEIRA, 2019, p.77, apud RIBEIRO, 2023, p.24).

Os requisitos para o tratamento de dados pessoais estão descritos a partir do artigo 7º da LGPD.

4. RELAÇÕES DE CONSUMO

Compreendemos como sendo as relações de consumo, aquelas em que é composta por três sujeitos: um fornecedor, o produto e um consumidor. Ou seja, a relação de consumo só existirá se esses trios estiverem relacionados entre si. Assim, o Código de Defesa do Consumidor será aplicado quando demonstrada a relação dos três sujeitos e se a mesma não ficar comprovada aplica-se o Código Civil.

A Constituição Federal assegura como um direito importante a proteção do consumidor, como assim descreve o inciso XXXII do artigo 5º:

Art. 5º: XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

O próprio Código de Defesa do Consumidor descreve o conceito material de consumidor:

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Além disso, também descreve como consumidores semelhantes o coletivo de pessoas:

Art. 2º § Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

As vítimas que obtiveram danos:

Art. 17. Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento.

E ainda as pessoas expostas as práticas comerciais:

Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

Embora a norma tenha previsto essas possibilidades, há um longo debate entre doutrina e jurisprudência para limitar a aplicação da mesma se, quem adquire algo é pessoa jurídica. Pois, o caput do art. 2º do CDC define o consumidor de forma literal onde o bem adquirido não será repassado no mercado de consumo.

O conceito de fornecedor também é descrito pelo CDC:

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.

Assim, um contrato celebrado por dois consumidores amadores não terá as garantias asseguradas pelo CDC.

Por fim, o conceito de produto e serviço descrito nos parágrafos do Art. 3º:

§ 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.

Embora a norma caracterize como "mediante remuneração", pode ocorrer que não haja o pagamento do bem e mesmo assim o CDC vai assegurar as suas garantias, como nas amostras grátis por exemplo.

4.1. RESPONSABILIDADE CIVIL E SUAS ESPÉCIES

A responsabilidade civil tem por objetivo garantir a restauração do dano causado, porém seu conceito pode ter diferentes pontos de vista:

Para Sílvio de Salvo Venosa "Em princípio, toda atividade que acarrete prejuízo gera responsabilidade ou dever de indenizar." (2021. p, 357). Com o objetivo de "(...) restaurar um equilíbrio patrimonial e moral do violado." (VENOSA, 2021, p. 357, apud CRUZ, 2021, p. 43)

Assim, qualquer ato que causar dano deve obrigatoriamente ser reparado.

Para Patrícia Peck Pinheiros "Para o Direito, um dos principais pressupostos da responsabilidade civil é a existência de nexos causal entre o ato e o dano por ele produzido. Muito mais importante que o ato ilícito que causou o dano é o fato de que esse dano deve ser ressarcido" (2021 p. 181, apud CRUZ, 2021, p. 44)

Para Tarcísio Teixeira responsabilidade provém "(...) a necessidade de alguém ser responsabilizado por atos que causaram algum tipo de dano. Trata-se de uma imposição da sociedade pela qual seus integrantes têm o dever de responder por seus atos. Dano é uma lesão a um bem jurídico de natureza patrimonial ou moral." (2021 p. 46, apud CRUZ, 2021, p. 44)

Além de assegurar a reparação do dano, a responsabilidade civil também impõe a necessidade do cumprimento de pena para quem cometeu ato ilícito, a fim de que haja a restauração do equilíbrio entre ambos. Assim está disposto no Código Civil:

Art. 186. Aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito.

Também se encontra descrito detalhadamente na parte especial da legislação, "Da Responsabilidade Civil" a partir do artigo 927 e seguintes:

Art. 927. Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo.

A Responsabilidade Civil é dividida por objetiva e subjetiva em razão da culpa ou contratual e extracontratual em razão da natureza. Na responsabilidade civil objetiva é dispensada a comprovação da culpa, contrariando a responsabilidade civil subjetiva onde a mesma deve ser demonstrada. Além disso, a responsabilidade que deve reparar o dano é sucessiva pois, provem do descumprimento de um dever originário disposto na obrigação do respeito no direito de outrem.

A primeira delas é que, classicamente, a responsabilidade civil é a matéria que cuida da tutela jurídica civil dos danos causados-sofridos em sociedade. Trata, assim, da reparação destes danos. Atualmente, soma-se a essa função tradicional a preocupação com a prevenção de danos e gestão dos riscos. A reparação é um dos muitos efeitos da responsabilidade civil (SCHREIBER, 2018, p. 614, apud BOLESINA, 2019).

De outro lado, conduta ilícita, obrigação, dever, responsabilidade civil e reparação são conceitos que se inter-relacionam constantemente, todavia, não por isso, são sinônimos. Na verdade, são elos parcialmente autônomos que, quando encadeados (pois, sim, eles podem não se encadear?), dão a impressão de serem a mesma coisa (FARIAS; ROSENVALD, 2017, p. 691, apud BOLESINA, 2019).

Em síntese, a Conduta Ilícita é adverso ao Direito que se constitui na transgressão de uma obrigação jurídica por meio de um sujeito imputável. Já a Obrigação é o vínculo jurídico no qual as partes estão unidas a um dever. Esse Dever Jurídico é o instrumento pelo qual é imposto pela norma ou contrato que algo seja feito e/ou deixe de fazer. Basicamente, a Responsabilidade Civil é a imputação legal das pessoas sejam elas naturais ou jurídicas que causem danos assim, o dever de reparar o dano causado que é sucessivo se dá em razão do ato danoso de um dever ou direito que é a obrigação. Reparação é o recurso utilizado para restituir o dano em que se está responsável podendo ser a compensação ou uma tutela específica.

Nesta obrigação deve haver os sujeitos, quem sofre o dano e quem vai repará-lo, o objeto, que é a obrigação de reparar e o vínculo que é composto pelo vínculo dos indivíduos podendo ser objetiva ou subjetiva.

A responsabilidade civil se desdobra em contratual e extracontratual. A primeira é caracterizada em virtude do dano provocado no qual está descrito em contrato ou negócio jurídico unilateral, conforme os requisitos necessários descritos nos artigos 389 a 480 do Código Civil. Enquanto que a segunda é baseada em obrigações previstas pela legislação, não é o descumprimento contratual, mas, a violação do Direito.

A responsabilidade civil extracontratual se subdivide em subjetiva e objetiva. A subjetiva é estabelecida pela culpa, conduta ilícita, dano e nexa causal conforme disposto nos artigos 927 e 186 do Código Civil. Já a objetiva é estabelecida pelo

risco da atividade normalmente desenvolvida ou previsão legal, dano e nexos causal conforme disposto nos artigos 927, P.U. e 187 do Código Civil.

4.2. RESPONSABILIDADE CIVIL PARA O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

O consumidor é o elo frágil nessa relação contratual conforme esclarece Cavalhieri Filho:

o Código de Defesa do Consumidor, Lei n. 8.078/1990, é aplicável aos consumidores e fornecedores que participam da relação jurídica de consumo, direcionando sua tutela para o elo mais fraco da relação, ou seja, o consumidor, que, em todo, é a parte considerada frágil por não ver o produto ou serviço fisicamente. (FILHO, 2011, p.39). (BAGGIO, 2022).

Ainda que o Código de Defesa do Consumidor seja aplicado nas relações de consumo desde 1990, o Decreto nº 7.962 foi editado em 2013 para regulamentar detalhadamente sobre os contratos celebrados eletronicamente. Em seu artigo 1º é tratados alguns pontos importantes como: as informações referentes aos produtos e/ou serviços oferecidos e evidencia o direito de arrependimento:

Art. 1º Este Decreto regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para 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.

Já o artigo 2º especifica as informações obrigatórias que devem ser disponibilizadas:

Art. 2º Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para oferta ou conclusão de contrato de consumo devem disponibilizar, em local de destaque e de 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.

4.2.1. RESPONSABILIDADE OBJETIVA

Não podemos nos esquecer que o Código de Defesa do Consumidor também

determina sobre a responsabilidade objetiva tanto do fornecedor quanto do fabricante, conforme disposto nos artigos 12 e 14:

Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, 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.

Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

A desigualdade entre o fornecedor e o consumidor, torna o segundo vulnerável uma vez que informações incompletas podem induzi-los ao erro. Além disso, ultimamente as publicidades tem se baseado em gatilhos mentais para conseguir assim atingir o seu alvo.

A jurisprudência do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios (TJDFT) estabeleceu:

[...] 2. Em relação à incidência do Código de Defesa do Consumidor, a jurisprudência do c. Superior Tribunal de Justiça tem mitigado os rigores da Teoria Finalista, para abarcar no conceito de consumidor a pessoa física e jurídica que, embora não seja tecnicamente a destinatária final do produto ou serviço, se apresenta em situação de vulnerabilidade em relação ao fornecedor. 3. Verificada a vulnerabilidade técnica da pessoa jurídica perante a fornecedora dos sistemas de tecnologia, deve o caso ser analisado à luz das normas consumeristas. [...]

(TJDFT, Acórdão 1332192, 07384824020198070001, Relator: ROBSON TEIXEIRA DE FREITAS, Oitava Turma Cível, data de julgamento: 8/4/2021, publicado no DJe: 22/4/2021.)

Ou seja, independentemente de ser o destinatário final ou não, o consumidor tanto como a pessoa física quanto a jurídica é vulnerável em relação ao fornecedor.

4.2.2. RESPONSABILIDADE PELO FATO OU VÍCIO

As responsabilidades referentes ao fato do produto ou serviço estão regulamentadas entre os artigos 12 a 17 do CDC. Existirá o fato do produto ou serviço quando o bem defeituoso atinge a condição financeira e a condição física ou psíquica do consumidor. Podendo ainda ser o consumidor do art. 2º quanto os terceiros atingidos conforme descrito no art. 17.

Deve-se atentar ao prazo prescricional de 5 anos para arguir em juízo, a contar do conhecimento da autoria e do dano conforme disposto no art. 27:

Art. 27. Prescreve em cinco anos a pretensão à reparação pelos danos causados por fato do produto ou do serviço prevista na Seção II deste Capítulo, iniciando-se a contagem do prazo a partir do conhecimento do dano e de sua autoria.

Vale ressaltar que no descumprimento contratual embora não haja ofensa à condição física ou psíquica, não é uma regra, mas pode acarretar em danos morais.

As responsabilidades referentes ao vício do produto ou serviço acontece quando o bem defeituoso atinge apenas a condição financeira, está relacionado apenas ao consumo. O prazo decadencial está disposto no art. 26:

Art. 26. O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em: I - trinta dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos não duráveis; II - noventa dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos duráveis. § 1º Inicia-se a contagem do prazo decadencial a partir da entrega efetiva do produto ou do término da execução dos serviços. § 2º Obstat a decadência: I - a reclamação comprovadamente formulada pelo consumidor perante o fornecedor de produtos e serviços até a resposta negativa correspondente, que deve ser transmitida de forma inequívoca; II - (Vetado). III - a instauração de inquérito civil, até seu encerramento. § 3º Tratando-se de vício oculto, o prazo decadencial inicia-se no momento em que ficar evidenciado o defeito.

Quanto ao sujeito responsável pelo fato do produto ou serviço, quando descrito como fornecedor, o CDC determina que serão responsabilizados pelo dano causado todo aquele que contribuir para o mesmo, assim, a responsabilização é solidária. Já na expressão sujeito o CDC determina que a responsabilidade é de alguém específico, assim, somente esta será responsabilizada. A solidariedade está descrita no artigo 12 do CDC conforme já vimos anteriormente.

A responsabilidade civil do comerciante é restrita a características próprias, por isso, o mesmo não se encontra no artigo 12, mas sim descrito detalhadamente no artigo 13:

Art. 13. O comerciante é igualmente responsável, nos termos do artigo anterior, quando: I - o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador não puderem ser identificados; II - o produto for fornecido sem identificação clara do seu fabricante, produtor, construtor ou importador; III - não conservar adequadamente os produtos perecíveis. Parágrafo Único. Aquele que efetivar o pagamento ao prejudicado poderá exercer o direito de regresso contra os demais responsáveis, segundo sua participação na causação do evento danoso.

Assim, o comerciante será solidariamente responsabilizado somente nas hipóteses descritas acima.

Quanto ao sujeito responsável pelo vício do produto ou serviço, o CDC não diferencia o comerciante do fornecedor e por isso, ambos serão solidariamente responsáveis.

4.3. RESPONSABILIDADE CIVIL NO E-COMMERCE

Os sites intermediadores são os responsáveis por eventuais compras mal sucedidas, uma vez que o consumidor ao adquirir um produto através da internet, muitas das vezes, confia naquele que vai intermediar esta operação. Além disso, as informações oferecidas em suas páginas tanto com relação ao produto como as informações referentes ao vendedor trazem a segurança de que o item escolhido é o que o consumidor buscava assim, os intermediadores responderão sim por possíveis falhas.

O entendimento da jurisprudência do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios (TJDFT) referente a este assunto foi:

[...] 3. Suscita preliminar de ilegitimidade passiva, sob a alegação de que não é a responsável pelos fatos relacionados à prestação de serviços de venda e entrega do produto adquirido, funcionando apenas como uma "vitrine" para a comercialização via internet. Rejeita-se a preliminar adquirida, uma vez que todos aqueles que participam da cadeia de consumo, auferindo vantagem econômica ou de qualquer outra natureza, devem responder solidariamente aos prejuízos causados (art. 3º, §2º e art. 7º, parágrafo único, CDC). Preliminar de ilegitimidade passiva rejeitada. 4. Nas razões recursais, alega ausência de responsabilidade por eventual dano, ante a inexistência de relação jurídica com o autor/recorrido, sendo descabida a entrega de um produto, cujo pagamento foi feito a terceiros. Sustenta ter agido com boa-fé, cumprindo com rigor o que lhe cabia e prestando o atendimento necessário. Afirma que o produto foi adquirido mediante erro sistêmico grosseiro (oferta com preço vil - R\$ 3.149,00), tendo em vista que custa o dobro do valor veiculado, motivo pelo qual a compra foi cancelada. Assevera que o demandante tem acesso à internet, sendo capaz de verificar os valores dos produtos anunciados no mercado. Por fim, aduz que a obrigação de cumprir a oferta tornará o contrato excessivamente oneroso, causando o enriquecimento sem causa. Pugna pelo provimento do recurso para reformar a sentença, a fim de julgar totalmente improcedentes os pedidos iniciais. 5. A relação jurídica estabelecida entre as partes é de natureza consumerista, haja vista as partes estarem inseridas nos conceitos de fornecedor e consumidor previstos no Código de Defesa do Consumidor. Aplicam-se ao caso em comento as regras de proteção do consumidor, inclusive as pertinentes à responsabilidade objetiva na prestação dos serviços. 6. O art. 30 do CDC estabelece que toda informação ou publicidade veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação, com relação a produtos e serviços oferecidos, obriga o fornecedor a cumprir a oferta nos termos do anúncio. 7. Não se verifica, na hipótese, a existência de preço vil, uma vez que a oferta do computador foi veiculada durante a semana da "Black Friday", caracterizada pela realização de vendas com descontos muito superiores aos praticados normalmente no mercado. 8. Nesse cenário, não é razoável exigir do consumidor que este seja capaz de identificar a existência de um erro sistêmico ao adquirir um

produto com redução de 50% do seu valor, tampouco que confira os preços anunciados por outros estabelecimentos comerciais para verificar se o valor ofertado é compatível, visto que é obrigação do fornecedor oferecer o produto com o preço correto. 9. Trata-se, portanto, de responsabilidade fundada no risco-proveito da atividade econômica desenvolvida que não pode ser afastada em razão de erro sistêmico, em evidente situação de fortuito interno, devendo a empresa ré/recorrida manter a oferta do produto nos termos anunciado. (TJDFT, Acórdão 1356449, 07000684220218070020, Relator: CARLOS ALBERTO MARTINS FILHO, Terceira Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, data de julgamento: 21/7/2021, publicado no DJe: 28/7/2021.)

Como podemos observar, o intermediador não é apenas uma vitrine para comercialização de produtos através da internet e deve sim ser responsabilizado solidariamente aos prejuízos causados embora, o pagamento seja realizado a terceiros. A relação entre as partes é consumerista e assegurada pelo Código de Defesa do Consumidor pois, o artigo 30 estabelece que qualquer publicidade em qualquer meio de comunicação obriga o fornecedor a cumprir com a oferta. Além disso, a oferta veiculada foi feita na semana da Black Friday não podendo o consumidor distinguir o valor promocional com o valor correto do item no mercado. É obrigação do fornecedor descrever as informações e valores corretos.

Podemos analisar mais um exemplo do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios (TJDFT):

[...] 3. A atuação da empresa ré na intermediação da reserva on line de hospedagens no país e no exterior, disponibilizando espaço virtual ao hotel prestador de serviços e aproximando este dos tomadores de serviço, coloca-a na condição jurídica de solidária e responsável pela reparação de danos decorrentes na falha da prestação de serviços. PRELIMINAR DE ILEGITIMIDADE PASSIVA REJEITADA. 4. Nos termos do art. 186 do Código Civil ?aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito?. [...] (TJDFT, Acórdão 1356529, 07027727020218070006, Relator: ASIEL HENRIQUE DE SOUSA, Terceira Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, data de julgamento: 21/7/2021, publicado no PJe: 17/8/2021.)

Está claro que o site intermediador é um fornecedor solidariamente responsável e que comete ato ilícito violando o direito de outrem por ação ou omissão.

O artigo 25 do CDC assegura ainda que, o fornecedor intermediador também não pode estipular uma cláusula contratual que o remova sua obrigação:

Art. 25. É vedada a estipulação contratual de cláusula que impossibilite, exonere ou atenua a obrigação de indenizar prevista nesta e nas seções anteriores.

Sendo assim, a falha no fornecimento do serviço é a violação da segurança do consumidor que está assegurada no artigo 14 do CDC. O vício referente ao

serviço oferecido pelo intermediador é incontestável pois, o mesmo é quem monitora o cadastro dos vendedores e as políticas referente sua utilização.

Vale frisar que o Marco Civil da Internet retirou a responsabilidade dos provedores de conexão conforme descrito em seu artigo 18:

Art. 18. O provedor de conexão à internet não será responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros.

E o artigo seguinte traz a responsabilização subsidiária em casos de omissão conforme o *caput*:

Art. 19. Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, o provedor de aplicações de internet somente poderá ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros se, após ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente, ressalvadas as disposições legais em contrário.

Assim como a responsabilização subsidiária em casos de caráter sexual conforme o *caput* do artigo 21:

Art. 21. O provedor de aplicações de internet que disponibilize conteúdo gerado por terceiros será responsabilizado subsidiariamente pela violação da intimidade decorrente da divulgação, sem autorização de seus participantes, de imagens, de vídeos ou de outros materiais contendo cenas de nudez ou de atos sexuais de caráter privado quando, após o recebimento de notificação pelo participante ou seu representante legal, deixar de promover, de forma diligente, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço, a indisponibilização desse conteúdo.

Parágrafo único. A notificação prevista no caput deverá conter, sob pena de nulidade, elementos que permitam a identificação específica do material apontado como violador da intimidade do participante e a verificação da legitimidade para apresentação do pedido.

Patrícia Peck Pinheiros entende:

Houve a criação de um desequilíbrio no tratamento que foi dado à questão da responsabilidade civil de provedores em geral, deixando o usuário muito mais desprotegido em termos de sua imagem, honra e reputação nos meios digitais. (PINHEIROS, 2021, p.181, apud CRUZ, 2021, p. 55).

O CDC será aplicado na relação *business to consumer* referente a responsabilidade do site intermediador para com o consumidor, pois o intermediador é um comerciante.

Não podemos nos esquecer de que os contratos virtuais também podem ser celebrados internacionalmente assim, a Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro (LINDB), assegura que deverá ser utilizada a norma do país que se constituírem observando os requisitos dos parágrafos a seguir:

Art. 9º Para qualificar e reger as obrigações, aplicar-se-á a lei do país em que se constituírem. § 1º Destinando-se a obrigação a ser executada no Brasil e dependendo de forma essencial, será esta observada, admitidas as peculiaridades da lei estrangeira quanto aos requisitos extrínsecos do ato. § 2º A obrigação resultante do contrato reputa-se constituída no lugar em que residir o proponente.

Pode-se ainda optar pela aplicação da Convenção de Viena sobre o Direito dos Tratados. O decreto legislativo nº 538/2012 ratificado pelo Congresso e que vigora desde 2014 assegura os princípios do Direito Civil Brasileiro:

Em se tratando de relações firmadas entre partes com sede em países distintos, caberá observar, também no ambiente eletrônico, as disposições constantes na Convenção de Viena sobre Compra e Venda Internacional de Mercadorias (CISG). (TEIXEIRA, 2021, p.11)

Mesmo que a Convenção no primeiro momento garanta sua aplicação apenas para os contratos celebrados entre os comerciantes, a mesma ainda poderá ser utilizada em relações consumeristas:

Fernando Kuyven e Francisco Augusto Pignatta (2015, p. 66-67) entendem que o juiz poderá aplicar a CISG sob o argumento de que com a sua entrada em vigor no Brasil, há um novo e específico regime jurídico aplicado aos contratos de compra e venda internacional de mercadorias. Além disso, de acordo com o princípio da lex posterior derogat priori, caberá ao juiz afastar a aplicação do CDC e presar pela Convenção de Viena. (TEIXEIRA, 2021, p.18)

O aplicador da norma é quem definirá quando existir confronto entre os regulamentos se atentando na estrutura hierárquica conforme cada caso, uma vez que as normas brasileiras asseguram sempre a proteção ao consumidor.

4.3.1. SUPORTE AO CLIENTE E DIREITO DE ARREPENDIMENTO

O Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013, que regulamenta o CDC também assegura que o atendimento ao consumidor deve estar sempre disponível e ser de fácil entendimento ao consumidor tanto para sanar dúvidas como para resolver conflitos conforme descrito pelo art. 4º:

Art. 4º Para garantir o atendimento facilitado ao consumidor no comércio eletrônico, 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. Parágrafo único. A manifestação do fornecedor às demandas previstas no inciso V do caput será encaminhada em até cinco dias ao consumidor.

O suporte descrito também é conhecido como Serviço de Atendimento ao Consumidor ou SAC. Além disso, a Lei do E-commerce também reforça o que o CDC já garante em seu artigo 49 que é a possibilidade de arrependimento:

Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 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.

Parágrafo único. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.

Com isso, o consumidor pode devolver o item adquirido sem qualquer cobrança conforme também descreve o artigo 5º da Lei do E-commerce:

Art. 5º O fornecedor deve informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados e eficazes para o exercício do direito de arrependimento pelo consumidor. § 1º O consumidor poderá exercer seu direito de arrependimento pela mesma ferramenta utilizada para a contratação, sem prejuízo de outros meios disponibilizados. § 2º O exercício do direito de arrependimento implica a rescisão dos contratos acessórios, sem qualquer ônus para o consumidor. § 3º 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: 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. § 4º O fornecedor deve enviar ao consumidor confirmação imediata do recebimento da manifestação de arrependimento.

É direito do consumidor se arrepender da compra e devolvê-la sem nenhum prejuízo.

5. CONCLUSÃO

Com a solidificação do e-commerce no Brasil, percebemos que as normas não só precisam como têm evoluído constantemente conforme vão surgindo novas situações na sociedade. É fundamental que o ordenamento jurídico se ajuste e acompanhe essas mudanças uma vez que o mundo estará cada vez mais digital assim como conseguimos observar no desenrolar deste trabalho.

O *e-commerce* em si modificou completamente o meio pelo qual o e-consumidor pode adquirir os produtos e serviços que deseja e, uma vez que o mesmo é a parte mais frágil da relação consumerista, fica evidente a necessidade de amparar os seus direitos diante desta nova realidade. A confiança em que o comprador tem de depositar no fornecedor e site intermediador sobre sua licitude e de que receberá seu item sem defeito ou vícios por meio das informações obteve, traz ainda a questão da responsabilidade civil e da reparação pelo insucesso da compra.

Nosso Código de Defesa do Consumidor reforça ainda mais essa vulnerabilidade do consumidor para com o fornecedor e o intermediador que responderão por possíveis falhas havendo nexos causal. Além disso, conforme já analisado, o entendimento jurisprudencial referente a este tema é pacífico pois a publicidade em qualquer meio de comunicação obriga o fornecedor a cumprir com a oferta conforme estabelecido pelo CDC.

A retirada da responsabilidade dos provedores de conexão estabelecido pelo Marco Civil da Internet resultou em um desequilíbrio que deixou o usuário ainda mais exposto. As práticas de mercado direcionaram a elaboração do Decreto nº 7.962/2013 também conhecido como Lei do *e-commerce* cujo objetivo é atualizar e regulamentar o Código de Defesa do Consumidor sobre contratação no *e-commerce* assim, a norma passou a ser apta para regular esse meio. A lei garantiu que o SAC e o atendimento ao consumidor devem estar sempre disponíveis e de fácil entendimento ao consumidor além de assegurar sobre a possibilidade de arrependimento.

Outra norma que também foi desenvolvida a partir da urgência em proteger os dados pessoais é a Lei Geral de Proteção de Dados. A Lei do *e-commerce* e a LGPD demonstram a evolução do direito do consumidor diante dos dilemas apresentados pelo comércio online nacional e internacional. Além disso, essas leis representam uma constante tentativa em equilibrar a relação entre vendedores e compradores, assegurando a proteção e o respeito aos direitos dos consumidores.

Ainda assim, a amplitude do assunto permite uma longa exploração referente a responsabilidade na proteção dos dados do e-consumidor. A violação da

privacidade desses dados merece avançar com mais intervenções do Direito para amparar os usuários consumidores.

6. REFERÊNCIAS

BAGGIO, Andreza Cristina. **E-commerce: o avanço tecnológico e as relações consumidor-fornecedor**. 1ª Edição. Curitiba: Inter Saberes, 2022. Disponível em: <[E-commerce:: o avanço tecnológico e as relações consumidor-fornecedor - Andreza Cristina Baggio - Google Livros](#)>. Acesso em: 14 ago. 2024.

BARRETO, Alesandro Gonçalves. **Manual de Investigação Cibernética: à luz do Marco Civil da Internet**. Rio de Janeiro: Brasport, 2016. Disponível em: <[Manual de Investigação Cibernética: à luz do Marco Civil da Internet - Alesandro Gonçalves Barreto, Beatriz Silveira Brasil - Google Livros](#)>. Acesso em: 14 ago. 2024.

BOLESINA, Iuri. **Responsabilidade Civil**. Editora Deviant, 2019. Disponível em: <[Responsabilidade Civil - Kindle \(amazon.com.br\)](#)>. Acesso em: 14 ago. 2024.

BRANDT, Richard L. **Nos Bastidores da Amazon**. Tradução da edição. São Paulo: Saraiva, 2011. Disponível em: <[NOS BASTIDORES DA AMAZON - Richard L Brandt - Google Livros](#)>. Acesso em: 14 ago. 2024.

BRASIL. Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942. **Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro**. Disponível em: <[Del4657compilado \(planalto.gov.br\)](#)>. Acesso em: 14 ago. 2024.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidente da República. Disponível em: <[Constituição \(planalto.gov.br\)](#)>. Acesso em: 14 ago. 2024.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Institui o **Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: <[L8078compilado \(planalto.gov.br\)](#)>. Acesso em: 14 ago. 2024.

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o **Código Civil**. Disponível em: <[L10406compilada \(planalto.gov.br\)](#)>. Acesso em: 14 ago. 2024.

BRASIL. Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013. Regulamenta o **Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: <[Decreto nº 7962 \(planalto.gov.br\)](#)>. Acesso em: 14 ago. 2024.

BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Institui o **Marco Civil da Internet**. Disponível em: <[L12965 \(planalto.gov.br\)](#)>. Acesso em: 14 ago. 2024.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)**. Disponível em: <>[L13709 \(planalto.gov.br\)](https://www.planalto.gov.br). Acesso em: 14 ago. 2024.

CRUZ, A. **Responsabilidade Civil nas compras realizadas por Meio Digital**. Trabalho de Graduação (Curso de Direito) - Universidade Presbiteriana Mackenzie de São Paulo. São Paulo, p. 68. 2021. Disponível em: <[content \(mackenzie.br\)](https://content.mackenzie.br)>. Acesso em: 14 ago. 2024.

KNIGHT, Peter T. **A Internet no Brasil**. Prefácio de Vint Cerf. Disponível em: <[A Internet no Brasil: Origens, Estratégia, Desenvolvimento e Governança - Peter T. Knight - Google Livros](#)> Acesso em: 14 ago. 2024.

KUROSE, James F, Keith W. Ross. **Rede de Computadores e a Internet**. 8ª Edição. Bookman Editora. 2021. Disponível em: <[Redes de computadores e a Internet \(coedição Bookman e Pearson\) - James F. Kurose, Keith W. Ross - Google Livros](#)>. Acesso em: 14 ago. 2024.

LAW, Central. **O que é relação de consumo, seus elementos e como funciona no CDC**. In: Jusbrasil, 2019. Disponível em: <[O que é relação de consumo, seus elementos e como funciona no CDC | Jusbrasil](#)>. Acesso em: 14 ago. 2024

LINS, Bernardo Felipe Estellita. **A Evolução da Internet: uma perspectiva histórica**. Disponível em: <[Aslegis48 art01 hist internet \(belins.eng.br\)](#)> Acesso em: 14 ago. 2024.

NOGUEIRA, Mariana G. **Responsabilidade Civil: o que é e quais os tipos?**. In: Jusbrasil, 2020. Disponível em: <[Responsabilidade Civil: o que é e quais os tipos? | Jusbrasil](#)>. Acesso em: 14 ago. 2024

RIBEIRO, A. **Responsabilidade Civil no Código de Defesa do Consumidor e Proteção de Dados Pessoais: o Direito à Privacidade na Lei nº 13.709/2018**. Monografia de Graduação (Curso de Direito) - Centro Universitário de Lavras (Unilavras). Lavras, p.51. 2023. Disponível em: <[content \(unilavras.edu.br\)](https://content.unilavras.edu.br)>. Acesso em: 14 ago. 2024.

SANTANA, C. S. de, & Celli Júnior, U. (2004). **Telecomunicações no Brasil: balanço e perspectivas**. Revista de Direito Administrativo, 238, 1-16. Disponível em: <<http://doi.org/10.12660/rda.v238.2004.44050>>. Acesso em: 14 ago. 2024.

TEIXEIRA, Tarcísio; SABO, Isabela Cristina. **A Convenção de Viena sobre Contratos de Compra e Venda Internacional: implicações no comércio eletrônico brasileiro**. *Scientia Iuris*, Londrina, v.20, n.2, p.177-202, jul. 2016. DOI: 10.5433/2178-8189.2016v20n2p182. ISSN: 2178-8189. Disponível em: <[Vista do A Convenção de Viena sobre Contratos de Compra e Venda](#)>

[Internacional: implicações no comércio eletrônico brasileiro \(uel.br\)](#)>. Acesso em: 14 ago. 2024.

TEIXEIRA, Tarcísio. **Comércio Eletrônico: conforme o Marco Civil da Internet e a regulamentação do e-commerce no Brasil**. 0ª ed. São Paulo: Saraiva, 2015. Disponível em: <[Comércio eletrônico - Conforme o Marco Civil da Internet e a regulamentação ... - TARCISIO TEIXEIRA - Google Livros](#)>. Acesso em: 14 ago. 2024.

TEIXEIRA, Tarcísio. **Direito Digital e Processo Eletrônico**. 5ª ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020. Disponível em: <[Direito Digital e Processo Eletrônico - TARCISIO TEIXEIRA - Google Livros](#) >. Acesso em: 14 ago. 2024.

Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. **Acórdão 1332192, 07384824020198070001**, Relator: ROBSON TEIXEIRA DE FREITAS, Oitava Turma Cível, data de julgamento: 8/4/2021, publicado no DJe: 22/4/2021. Disponível em: <[SISTJWEB \(tjdft.jus.br\)](#)>. Acesso em: 14 ago. 2024.

Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. **Acórdão 1356449, 07000684220218070020**, Relator: CARLOS ALBERTO MARTINS FILHO, Terceira Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, data de julgamento: 21/7/2021, publicado no DJe: 28/7/2021. Disponível em: <[SISTJWEB \(tjdft.jus.br\)](#)>. Acesso em: 14 ago. 2024.

Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. **Acórdão 1356529, 07027727020218070006**, Relator: ASIEL HENRIQUE DE SOUSA, Terceira Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, data de julgamento: 21/7/2021, publicado no PJe: 17/8/2021. Disponível em: <[SISTJWEB \(tjdft.jus.br\)](#)>. Acesso em: 14 ago. 2024.

TURCHI, Sandra R. **Estratégias de Marketing Digital e E-commerce**. 2ª Edição. São Paulo: Atlas. 2023. Disponível em: <[Estratégia de Marketing Digital e E-Commerce - Kindle \(amazon.com.br\)](#)>. Acesso em: 14 ago. 2024.

VIEIRA, Eduardo. **Os Bastidores da Internet no Brasil**. 1ª edição. Barueri. Editora Manole Ltda, 2003. Disponível em: <[Os bastidores da Internet no Brasil - Eduardo Vieira - Google Livros](#)>. Acesso em: 14 ago. 2024.

