

DIREITO DO CONSUMIDOR NO MEIO ELETRÔNICO

Eric Massayoshi Yamane Okawachi ¹

Erick dos Santos Silva ²

Maria Fernanda Bezerra de Freitas Moura ³

Maria Rita Melo Santos ⁴

Pedro Filipe Oliveira Rodrigues ⁵

Simone Santos Silva ⁶

Tatiana Guimarães Ferreira das Neves ⁷

Vinícius Neto Azevedo ⁸

Yuri Neto Azevedo ⁹

Preâmbulo

A presente pesquisa disserta sobre o tema de direito do consumidor no meio digital, apontando os principais pontos mais relevantes, para o dia a dia do usuário que opta pela relação de consumo por vias online. A pesquisa teórica foi realizada com o objetivo de embasar a atividade extensionista que será realizada no âmbito da disciplina "Direito Digital", sob a orientação do Prof. Henrique Savonitti Miranda.

É de suma importância a conscientização dos consumidores sobre as melhores formas de garantir uma relação saudável com as compras online, sobre a

1 Graduando (a) em *Direito* pelo Centro Universitário UniProcessus

2 Graduando (a) em *Direito* pelo Centro Universitário UniProcessus.

3 Graduando (a) em *Direito* pelo Centro Universitário UniProcessus

4 Graduando (a) em *Direito* pelo Centro Universitário UniProcessus

5 Graduando (a) em *Direito* pelo Centro Universitário UniProcessus

6 Graduando (a) em *Direito* pelo Centro Universitário UniProcessus

7 Graduando (a) em *Direito* pelo Centro Universitário UniProcessus

8 Graduando (a) em *Direito* pelo Centro Universitário UniProcessus

9 Graduando (a) em *Direito* pelo Centro Universitário UniProcessus

importância de identificação do que é publicidade e como buscar o cumprimento de seus direitos, sendo o primeiro passo, conhecê-los

1. INTRODUÇÃO

Proteger os direitos dos consumidores é essencial para garantir que nossas compras sejam justas e transparentes. À medida que cada vez mais pessoas fazem compras online e fora das lojas físicas tradicionais, é crucial conhecer os direitos que temos como consumidores. Desde a possibilidade de cancelar uma compra em até sete dias, caso não estejamos satisfeitos, até a importância de receber informações claras sobre preços e prazos de entrega, entender esses direitos ajuda a tornar nossas experiências de compra mais seguras e satisfatórias. Este texto oferece um guia prático para te ajudar a navegar por essas questões e garantir que você saiba exatamente o que fazer para proteger seus interesses nas transações comerciais.

2. DESENVOLVIMENTO DO TEMA PESQUISADO

O termo "consumerismo" vem do inglês "*consumerism*" e se refere ao movimento social iniciado nos EUA na década de 1960. Esse movimento surgiu como uma reação contra práticas abusivas de marketing, propaganda e a comercialização de produtos e serviços, buscando garantir qualidade e confiabilidade. A mensagem do presidente Kennedy no discurso a declaração dos direitos do consumidor, ajudou a impulsionar movimentos sociais mais expressivos globalizando o movimento do consumerismo, estabelecendo um novo padrão para os direitos dos consumidores. (SILVA, 2023, p.34-35)

A Lei nº 8.078/90 Código de Defesa do Consumidor (CDC), norteado pela constituição federal de 1988, vigora desde 11 de março de 1991, estabelecendo uma perspectiva de regulamentação das relações consumeristas é um marco quanto à inovação e resgate da cidadania. (TJDFT, 2016, p.1) O CDC, é uma lei que estabelece as normas de proteção e defesa do consumidor permitindo interpretação em casos específicos. (BRASIL, 1990)

A Constituição de 1988, prevê em diversos dispositivos a tutela estatal ao consumidor, como por exemplo, no artigo 5º, inciso XXXII; 24º, inciso XIII; 150º, 39 parágrafo 5º; e 170º, inciso V da CF/88, e no ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT) o artigo 48 reconhece a proteção ao consumidor como um direito fundamental. (SILVA, 2023, p.38-39)

2.1 Consumidor

O Código de Defesa do Consumidor, parte de uma interpretação dinâmica para caracterizar o consumidor, elencando aqueles que são considerados consumidores.

O artigo 2 do CDC estabelece que a definição de consumidor podendo ser tanto pessoa física quanto pessoa jurídica, que tenha como ânimo, o interesse de adquirir produtos ou contratar serviços de um fornecedor, com intenção de ser para uso próprio, sem intenção de futura revenda do que foi adquirido. (Brasil, 1990)

Ainda no Artigo 2 do CDC, em seu parágrafo Único equipara ao consumidor a coletividade de pessoas, que mesmo que não sejam destinatárias finais, estão expostas. Conforme os seguintes termos: *“Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.”* (Brasil, 1990)

Já no artigo 17 do CDC, estabelece que são equiparáveis ao consumidor, todas as vítimas do evento. Ou seja, caso a pessoa venha a sofrer danos causados por um serviço ou bem defeituoso, estarão protegidas pela proteção do código de defesa do consumidor. (BRASIL, 1990)

2.2 Direito de arrependimento

O artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor ensina que, se for feita compra fora do estabelecimento físico da loja, como pela internet, telefone ou em casa, o consumidor tem o direito de desistir da compra em até sete dias, esse período começa a contar a partir do momento em que o consumidor recebe o

produto ou assina o contrato, e é conhecido como "período de reflexão". Ademais, não é necessário justificar o motivo do arrependimento, devido a proteção do consumidor de realizar compras impulsivas ou tomar decisões precipitadas, isso se dá especialmente no meio eletrônico, pois não há contato direto entre o produto e o consumidor no momento em que é efetuada a compra do bem. Se o consumidor decidir cancelar a compra, deve formalizar o pedido de cancelamento e solicitar a devolução de qualquer valor pago.(ACS, 2014, p.1)

*“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.** (Brasil, 1990).*

O artigo 49, Parágrafo único, do Código de Defesa do Consumidor estabelece que direito de arrependimento também garante que você receberá de volta todo o valor investido na compra do bem, corrigido monetariamente, incluindo os custos com o envio do produto de volta, se existirem. Se não for possível entrar em contato com o fornecedor para cancelar a compra, é possível entrar em contato com a agência que ficou responsável pela transação entre o consumidor e a empresa, a fim de solicitar o estorno do valor pago. (ACS, 2014, p.1)

Art. 49. (...)

*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.** (Brasil, 1990).*

Cabe salientar que quanto à desistência de compras feitas em estabelecimentos físicos, não há disposição legal sobre o prazo que deverá se dar a devolução, exceto se o bem for defeituoso. (ACS, 2014, p.1)

2.3 Informação adequada e clara ao consumidor

No comércio eletrônico, é crucial que as informações sobre produtos e serviços sejam claras. O site de compra deve incluir dados completos para localizar o fornecedor, como o nome empresarial, CNPJ e endereço. Além disso, deve descrever detalhadamente as características do produto ou serviço, incluindo possíveis riscos à saúde e à segurança. Para que seja feita uma escolha livre, é de suma importância que a informação esteja correta, pois, com essa confirmação, o

consumidor decidirá sobre sua escolha e agirá com plena consciência sobre o que está sendo comprado e sobre os riscos inerentes. Se essa informação não for correta e clara, o direito da informação adequada está violada. Conforme estabelece o artigo 6 do CDC

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

(...)

*III - a **informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços**, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;* (Brasil, 1990).

O fornecedor deve oferecer informações o suficiente que tragam liberdade de escolha ao consumidor, tendo em vista a vasta gama de opções de bens a serem oferecidos no mercado online, e que possam, prevenir o consumidor sobre a periculosidade do produto que está sendo adquirido. O fornecedor deve, também, fornecer informações ao consumidor sobre a cadeia de produção, ou seja, tudo o que foi feito até o bem chegar nas mãos do consumidor.

2.4 Responsabilidade do fornecedor

Conforme estabelece o Código de Defesa do Consumidor, a responsabilidade do fornecedor será objetiva, conforme o artigo 12 e 14, o que significa que se ocorrer dano ao produto, cabe o consumidor demonstrar o defeito do produto ou serviço, o devido prejuízo ocorrido: (TJDFT, 2024, p.1)

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. (Brasil, 1990)

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. (Brasil, 1990)

2.5 Preço do produto

Sobre o preço, a informação quanto a oferta e a apresentação ao consumidor deve ser clara, precisa e que seja de fácil visualização, ainda deve conter, valor a ser pago a vista, o preço total a prazo com o número de parcelas, periodicidade e valor das prestações, além de todos os custos adicionais, como seguro, entrega e juros ou encargos financeiros.

O preço deve refletir todos os custos adicionais, como encargos e despesas de remessa. Por fim, o site deve informar claramente as condições da oferta, opções de pagamento, disponibilidade e prazos de entrega ou execução, bem como informações relacionadas aos riscos à saúde e segurança dos consumidores.

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores. (Brasil, 1990)

A ausência dessas informações é considerada crime, punida com pena de detenção de três meses a um ano e multa, além de incorrer nas mesmas penas quem patrocinar a oferta, conforme estabelece o artigo 66 do CDC

Art. 66. Fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço ou garantia de produtos ou serviços:

Pena - Detenção de três meses a um ano e multa.

§ 1º Incorrerá nas mesmas penas quem patrocinar a oferta.(Brasil, 1990).

2.6 Prazos de entrega

Os prazos de entrega dos produtos são de grande preocupação por parte dos consumidores, pois é recorrente os atrasos por parte do fornecedor. Entretanto, não existe norma legal que estabeleça prazo para conclusão da entrega, existindo apenas um prazo fornecido pelo fornecedor para que seja adimplido a entrega. Com esse prazo estipulado, o fornecedor fica obrigado a cumprir a entrega dentro desse

prazo a partir do momento da compra ou contratação do serviço. (REDAÇÃO, 2021, p.1)

Caso não seja cumprido o prazo estabelecido, considera-se que houve quebra do prazo fornecido, levando o consumidor a ter que recorrer por outro meio. Nesse sentido, o consumidor deve entrar em contato com o Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC) da empresa a fim de pedir reembolso do valor pago ou que seja solucionado a não entrega do produto ou serviço. (REDAÇÃO, 2021, p.1)

Se o fornecedor, recusar o cumprimento do estabelecido, o consumidor poderá de acordo com artigo 35 do CDC:

Art. 35. Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha:

I - exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;

II - aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;

III - rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos. (Brasil, 1990)

O atraso na entrega, pode gerar indenização a título de danos morais a depender da necessidade real sobre o bem, ou seja, aqueles que a demora da entrega gera complicações a vida do consumidor, como por exemplo uma geladeira, tem gerado posição majoritária para que ocorra a condenação por danos morais, cabe mencionar, que esse posicionamento, na maior parte das vezes é de atrasos superiores a 30 dias. (Morozeski, 2016, p.1)

Assim é o entendimento o Egrégio Tribunal do Rio Grande do Sul:

Ementa: RECURSO INOMINADO. CONSUMIDOR. **AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE FAZER C/C INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. COMPRA DE ELETRODOMÉSTICO. REFRIGERADOR. ENTREGA EFETUADA COM ATRASO. DANOS MORAIS CONFIGURADOS EM CONCRETO. BEM ESSENCIAL. QUANTUM MANTIDO. (...) EMBORA A DEMORA NA ENTREGA DE PRODUTO NÃO CONFIGURE DANO MORAL, por se caracterizar como inadimplemento contratual, no CASO CONCRETO, por se tratar de um REFRIGERADOR, BEM ESSENCIAL, resta verificada a ofensa aos direitos de personalidade da parte autora, sendo cabível a condenação da parte ré ao pagamento de indenização por danos morais. O quantum indenizatório merece ser mantido em R\$1.000,00. (Recurso Cível Nº 71005171822,... Primeira Turma Recursal Cível, Turmas Recursais, Relator: Fabiana Zilles, Julgado em 23/04/2015). (Rio Grande do Sul, 2015).**

2.7 Atendimento facilitado

Quando um fornecedor oferecer um produto ou serviço pela internet, ele tem que fornecer um resumo do contrato com destaque para as cláusulas principais, especialmente as que limitam os direitos do consumidor; Permitir que o consumidor identifique e corrija erros antes de finalizar o contrato; Confirmar imediatamente o recebimento da aceitação da oferta; Disponibilizar o contrato completo para que o consumidor possa imprimir ou salvar; oferecer um serviço online eficiente para esclarecer dúvidas, atender reclamações e processar pedidos de suspensão ou cancelamento, com uma resposta em até cinco dias; usar mecanismos de segurança eficazes para pagamentos e proteção de dados.(ALMEIDA, 2013, p.1)

2.8 Reparação de vício

O Código de Defesa do Consumidor garante ao consumidor final que em caso de produto que apresente vício ou defeito que lhe deixe impróprio/inadequado ao seu uso fim, ou que ainda diminua seu valor, em 30 dias se o produto não for durável (ex: alimentos) e em 90 dias, se o produto for durável (ex: Motocicleta) o vício deve ser integralmente reparado ou que seja trocado, caso seja descumprido o código prevê 3 opções do consumidor: (MELO, 2020, p.1)

§ 1º Não sendo o vício sanado no prazo máximo de trinta dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;

II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III - o abatimento proporcional do preço. (Brasil, 1990).

2.9 Sites de Compras coletivas

Sites de compras coletivas oferecem produtos e serviços de vários estabelecimentos e podem exigir um número mínimo de compradores para concluir a oferta. Entre as formas de compra coletiva estão o “F-COMMERCE” (compras realizadas pelo facebook), “M-COMMERCE” (compras realizadas pelo telefone

celular), “T-COMMERCE” (compras realizadas pela televisão), Clubes de Compras, Leilão Virtual e “CROWDFUNDING”. (ALMEIDA, 2013, p.1)

Para essas compras, o fornecedor deve, além dos direitos já citados: Informar claramente se a compra depende de condições como um número mínimo de compradores ou um prazo específico; não cobrar nada se as condições estabelecidas não forem atendidas; identificar claramente o fornecedor e o site responsável, pois ambos devem resolver problemas; garantir que o uso de cupons não resulte em tratamento diferenciado ou obrigue o pagamento de gorjeta; destacar qualquer necessidade de agendamento para o uso do serviço adquirido. (ALMEIDA, 2013, p.1)

2.10 Garantias

Quanto às garantias dos consumidores, temos a Garantia Legal, contratual e a estendida.

1. **Garantia Legal:** Esta garantia está prevista no Código de Defesa do Consumidor. A Garantia Legal cobre defeitos ou problemas sem custo adicional ao consumidor, podendo o consumidor optar pela troca do produto ou ressarcimento do valor pago. (Alves, 2022, p. 1)

- **Duração:** Para produtos e serviços não duráveis (como alimentos, roupas ou serviços de lavanderia), a garantia é de 30 dias. Para produtos duráveis (como carros, eletrodomésticos e eletrônicos), a garantia é de 90 dias. (Melo, 2018, p.1)
- **Contagem do Prazo:** Se o defeito for visível, o prazo começa na entrega do produto ou conclusão do serviço. Se o defeito for oculto, o prazo começa a partir do momento em que o consumidor descobre o problema. (Alves, 2022, p. 1)

2. **Garantia Contratual:** Para os bens duráveis, é concedida a garantia pelo prazo de um ano pelo fabricante. Durante esse um ano, o consumidor deve formalizar a reclamação para os produtos comprados que apresentem defeitos. Esta garantia é opcional e oferecida além da Garantia Legal, conforme acordado entre o fornecedor e o consumidor. (ALVES, 2022, p. 1)

3. **Garantia Estendida:** Esta garantia é paga pelo consumidor e serve para ampliar o prazo de cobertura além da Garantia Legal ou Contratual. Funciona como um seguro e pode oferecer indenização em dinheiro ou substituição do produto se não for possível consertá-lo.

- **Observação:** A contratação da garantia estendida não pode ser obrigatória, portanto, se o fornecedor fizer condição de venda de produto por meio da aquisição da garantia estendida é configurada uma venda casada, caso de vedação legal, art. 39, I do CDC. (Melo, 2018, p.1)

2.11 Segurança e Proteção de Dados nas relações de consumo

No atual cenário de relações de consumo eletrônico é de grande importância medidas rígidas com finalidade de garantir as informações pessoais e financeiras dos consumidores seguras, para tanto foi instituído no Brasil em 2018, a Lei 13.709 - Lei geral de Proteção de Dados (LGPD).

Essa lei visa proteger os dados diretos dos usuários de qualquer informação que possa identificar a pessoa, como seu nome, endereço, e-mail, etnia, opiniões políticas, etc.

O consumidor que se utiliza do meio eletrônico para fazer compras se expõe, quase por inteiro, durante o preenchimento de dados para realizar a compra, e isso deve acender um alerta sobre os perigos desses dados sensíveis oferecidos a esses fornecedores. Qualquer violação a LGPD prevê sanções como advertências, multas, suspensões e proibições. (“ANPD publicado em 2023, regulamento de aplicação de sanções administrativas — Autoridade Nacional de Proteção de Dados”)

2.12 Publicidade não sinalizada usando influenciadores digitais

Influenciadores digitais devem identificar claramente o conteúdo publicitário, um princípio seguido por criadores respeitosos com seu público, que preferem evitar propaganda disfarçada.

A publicidade deve ser clara e com fácil distinção, pois é isso que estabelece o artigo 36 do CDC, devendo todas publicidades serem claramente identificadas como tal. Ainda assim, é proibida qualquer publicidade enganosa ou abusiva, ou seja, será enganosa qualquer tipo de informação de caráter publicitário, que inteiramente ou parcialmente seja falsa, por ação ou omissão, que seja capaz de induzir o consumidor a erro no que diz respeito às características, qualidades, quantidade, propriedades, origem, etc. (ACS, 2015, p.1)

É considerada abusiva a publicidade que incentiva à violência, induza o consumidor ao medo ou superstição, e principalmente se aproveita da falta do discernimento das crianças. As práticas abusivas e enganosas são explicadas no artigo 37 do CDC. (ACS, 2015, p.1)

Não identificar o conteúdo como publicitário não é apenas uma questão ética, mas pode acarretar problemas com o CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária) e implicações legais por violar o Código de Defesa do Consumidor.

O conar estabeleceu regras que devem ser seguidas por agências e anunciantes que realizarem trabalhos de marketing de influência, entre elas temos, a identificação explícita do conteúdo publicitário por meio de expressões linguísticas que caracterizam a publicidade; a forma, sendo recomendável o uso dos mecanismos de identificação das próprias plataformas; e que os produtos recebidos por empresas não configuram anúncio, não possuindo natureza comercial. (Meio & Mensagem, 2022, p.1)

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por fim, cabe destacar os principais pontos sobre as relações de consumo no meio eletrônico, sendo a transparência e clareza do fornecedor, pois o mesmo deve

sempre ser claro sobre o produto fornecido, não omitindo informações que possam induzir ao erro.

Ofensas ao que é exigido pelo CDC sempre serão passíveis de ajuizamento de processos, a fim de reparar o dano causado, é de suma importância que o consumidor esteja de olho com os perigos de golpes na hora da compra, para tanto, deve-se atentar a algumas dicas.

3.1 Dicas na hora de comprar

Buscar saber quem é o fornecedor: É sempre possível verificar o histórico do fornecedor, assim, é possível evitar confusão com atrasos na entrega ou até mesmo golpes na hora da compra;

Publicidade enganosa: Analisar com rigor sobre a publicidade, se é transmitida informações duvidosas, confusas sobre o produto ou ainda um preço fora do comum.

Verificar a segurança do site: É sempre possível verificar o endereço do site, que deve conter em sua URL o termo “https://”, o que significa que a conexão será segura.

Avaliações de outros consumidores: A avaliação de outros consumidores é de suma importância, pois demonstra o compromisso do fornecedor com seus consumidores. Uma nota baixa na avaliação já é um sinal de risco sobre o que é fornecido e deve se levar em consideração na hora de efetuar a compra.

Métodos de pagamento seguros: Deve ser utilizado métodos de pagamento com garantia de estorno caso seja necessário. De preferência Cartões de crédito, que oferecem proteção contra fraudes, e sempre evitar translações indiretas, como por exemplo PIX para particular.

Orientação ao Consumidor: Primeiro, tente resolver o problema diretamente com o fornecedor. Se não resolver, procure o PROCON. Se ainda assim não obtiver sucesso, consulte um advogado para orientações e possível ação judicial.

REFERÊNCIAS

1 BARBOSA, Oriana Piske de A.; FARIA, Cláudio Nunes; SILVA, Cristiano Alves. **25 anos do Código de Proteção e Defesa do Consumidor**. TJDFT. Acesso em: 12 out. 2024. Disponível em:

<<https://www.tjdft.jus.br/institucional/imprensa/campanhas-e-produtos/artigos-discursos-e-entrevistas/artigos/2016-1/25-anos-do-codigo-de-protecao-e-defesa-do-consumidor-oriana-piske-claudio-nunes-faria-e-cristiano-alves-da-silva>>.

2 AUTORIDADE NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS. **ANPD publica regulamento de dosimetria**. Acesso em: 05 set. 2024. Disponível em:

<https://www.gov.br/anpd/pt-br/assuntos/noticias/anpd-publica-regulamento-de-dosimetria>.

3 BRASIL. Lei Nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências**. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 1990

4 MELO, Nehemias Domingos de. **A garantia legal, contratual e estendida no CDC: prescrição e decadência**. Acesso em: 05 set. 2024. Disponível em:

<[https://www.jusbrasil.com.br/artigos/a-garantia-legal-contratual-e-estendida-no-cdc-prescricao-e-decadencia/1150266504#:~:text=A%20garantia%20legal%20estabelecida%20no%20C%C3%B3digo%20de,passa%20a%20ser%20de%2090%20\(noventa\)%20dias](https://www.jusbrasil.com.br/artigos/a-garantia-legal-contratual-e-estendida-no-cdc-prescricao-e-decadencia/1150266504#:~:text=A%20garantia%20legal%20estabelecida%20no%20C%C3%B3digo%20de,passa%20a%20ser%20de%2090%20(noventa)%20dias)>.

5 Morozeski, Rafael. **Atraso na entrega de produto: prática abusiva**. JUSBRASIL. Acesso em: 05 set. 2024. Disponível em:

<<https://www.jusbrasil.com.br/artigos/atraso-na-entrega-de-produto-pratica-abusiva/434918434>>.

6 JUSBRASIL. **Os direitos do consumidor na troca ou devolução de produtos**.

Acesso em: 05 set. 2024. Disponível em:

<https://www.jusbrasil.com.br/artigos/os-direitos-do-consumidor-na-troca-ou-devolucao-de-produtos/670325274#:~:text=O%20artigo%2018%20do%20CDC,prazo%20m%C3%A1ximo%20de%2030%20dias>. .

7 MARTINS, Humberto. **O dever de informar e o direito à informação (I — a perspectiva do Direito do Consumidor)**. 2020. Acesso em: 05 set. 2024.

Disponível em:

<https://www.tjdft.jus.br/institucional/imprensa/campanhas-e-produtos/direito-facil/edicao-semanal/direito-ao-arrependimento-de-compra>.

8 REDAÇÃO. **Prazo de entrega atrasou? Saiba o que fazer. seu direito**. Acesso em: 05 set. 2024. Disponível em:

<<https://seudreito.proteste.org.br/prazo-de-entrega-o-que-fazer-quando-atrasa/#:~:text=O%20CDC%20n%C3%A3o%20estipula%20um,os%20produtos%20cheguem%20ao%20consumidor>>

9 ALVES, VALDISE. **ENTENDA OS DIFERENTES TIPOS DE GARANTIAS ASSEGURADAS PELO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**. ASCOM PROCON

Acesso em: 05 set. 2024. Disponível em:

<https://www.procon.al.gov.br/noticia/22-randomicas/255-entenda-os-diferentes-tipos-de-garantias-asseguradas-pelo-codigo-de-defesa-do-consumidor#:~:text=Vale%20ressaltar%20que%20o%20CDC,de%20problemas%20de%20f%C3%A1cil%20identifica%C3%A7%C3%A3o..>

10 ACS. **Direito ao arrependimento de compra**. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL E DOS TERRITÓRIOS. Acesso em: 05 set. 2024. Disponível em: <<https://www.tjdft.jus.br/institucional/imprensa/campanhas-e-produtos/direito-facil/edicao-semanal/direito-ao-arrependimento-de-compra>>

11 ACS. **Propaganda enganosa ou abusiva**. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL E DOS TERRITÓRIOS. Acesso em: 05 set. 2024. Disponível em: <<https://www.tjdft.jus.br/institucional/imprensa/campanhas-e-produtos/direito-facil/edicao-semanal/propaganda-enganosa-ou-abusiva>>.

12 TJDF. **Responsabilidade objetiva do fornecedor**. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL E DOS TERRITÓRIOS. Acesso em: 05 set. 2024.

Disponível em:

<<https://www.tjdft.jus.br/consultas/jurisprudencia/jurisprudencia-em-temas/cdc-na-visao-do-tjdft-1/responsabilidade-civil-no-cdc/responsabilidade-objetiva-do-fornecedor#:~:text=De%20acordo%20com%20o%20C%C3%B3digo%20de%20Defesa,a%20terceiros%20independentemente%20da%20exist%C3%Aancia%20de%20culpa>>.

13 ALMEIDA. **Compras pela internet: conheça os seus direitos.** JUSBRASIL.

Acesso em: 05 set. 2024. Disponível

em:<<https://www.jusbrasil.com.br/artigos/compras-pela-internet-conheca-os-seus-direitos/115412766>>.

14 MEIO & MENSAGEM. **O Código de ética publicitária do Conar para influenciadores.** MEIOEMENSAGEM. Acesso em: 05 set. 2024. Disponível

em:<<https://www.meioemensagem.com.br/comunicacao/o-codigo-de-etica-publicitaria-do-conar-para-influenciadores>>
