



10618466



08012.003622/2019-81



**MINISTÉRIO DA JUSTIÇA E SEGURANÇA PÚBLICA
SECRETARIA NACIONAL DO CONSUMIDOR
COORDENAÇÃO DE CONSUMO SEGURO E SAÚDE**

Nota Técnica n.º 610/2019/CCSS/CGCTSA/DPDC/SENACON/MJ

PROCESSO Nº 08012.003622/2019-81

ASSUNTO: Dispõe acerca de produtos proibidos e produtos piratas que geram risco à vida, saúde e segurança dos consumidores e sobre a atuação da Secretaria Nacional do Consumidor no âmbito do consumo seguro e demais providências.

1. CONTEXTUALIZAÇÃO

1.1. O combate ao comércio ilícito de produtos falsificados é uma realidade desafiadora no atual cenário econômico mundial globalizado e impulsionado pela inovação e pela constante evolução tecnológica. A consequência de mais fácil constatação deste tipo de comércio é o impacto negativo nas vendas e nos lucros das empresas afetadas, além de efeitos adversos mais amplos da economia, advindos do comércio informal[1]. No entanto, outro efeito mais devastador passa, por vezes, despercebido pelas autoridades reguladoras e dos próprios consumidores brasileiros.

1.2. Os produtos originais (aqueles manufaturados diretamente pela empresa desenvolvedora e detentora das patentes, ou através de fabricantes industriais autorizados e homologados pela empresa detentora da marca para produzi-los), são desenvolvidos e produzidos com projetos e processos que observam e respeitam técnicas sofisticadas para assegurar seu desempenho e garantir a compatibilidade, a interoperabilidade com outros sistemas e produtos originais. Ademais, a conformidade com as normas de regulamentação vigentes da indústria e dos serviços para os quais são destinados, garantindo a preservação da vida, saúde e segurança dos seus consumidores e terceiros, bem como dos níveis de desempenho operacional.

1.3. Assim, por não passarem por processos de controle de qualidade efetivos e robustos exigidos pela legislação, e por não seguirem as regras estabelecidas pelos órgãos reguladores, os produtos pirateados impõe aos seus consumidores um risco à sua vida, saúde e segurança – além dos problemas associados ao emprego, sonegação fiscal e associação com criminalidade organizada. Assim, o impacto econômico ao país passa a ser o menor dos problemas, uma vez que esses produtos piratas possuem, antes de tudo isso, o potencial de causar danos físicos ou morais ao consumidor, podendo levar à letalidade.

1.4. Ademais, com a popularização das plataformas de comércio eletrônico e com o surgimento de novos meios de comunicação, a comercialização desses tipos de produto foi modernizada. Conforme exposto por Bruno Miragem, em um curto espaço de tempo o avanço tecnológico reflete diretamente no modo como os consumidores adquirem ou utilizam alguns produtos e serviços, sendo exemplo disso a oferta e a venda de uma diversidade cada vez maior de produtos, seja diretamente pelo fornecedor ou por meio de grandes varejistas virtuais[2].

1.5. Essas externalidades econômicas são positivas ao consumidor, ao tornar o consumo mais cômodo, informacional e seguro, melhorando também a interatividade entre fornecedores e consumidores (diminuição de preços e redução de assimetrias informais e de custos de transação no jargão econômico).

1.6. No entanto, também existem externalidades negativas ao mercado. Atualmente, é possível encontrar uma infinidade de produtos ilegais em diversos sites e redes sociais legalmente estabelecidas, sendo muitas vezes comercializados como se legais fossem ou sem o devido cuidado da parte dos intermediadores digitais, potencializando o risco ao consumidor e aumentando o dano não só físico como também psíquico e econômico.

1.7. Assim, diante desse cenário e considerando as atribuições desta Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon) em prevenir, apurar e reprimir infrações às normas de defesa do consumidor, em especial àquelas que possuem potencial em causar danos físico ou moral ao consumidor, a presente Nota Técnica visa estabelecer o entendimento da Senacon quanto à distribuição e comercialização de produtos ilegais ou falsificados, além de dar outros andamentos com o objetivo de evitar potenciais danos físicos, psíquicos e econômicos ao consumidor, diante do pilar de gestão do atual Ministério da Justiça e Segurança Pública de tornar a segurança do consumidor prioridade nacional.

2. VOLUME E ESCOPO DA INDÚSTRIA DE FALSIFICAÇÃO

2.1. Segundo dados apresentados pela Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), o comércio internacional de produtos falsificados e pirateados é significativo, podendo chegar à US\$ 461 bilhões de dólares, o que representa até 2,5% do comércio mundial.[3]

2.2. Já em âmbito nacional, segundo dados do Fórum Nacional Contra a Pirataria e a Ilegalidade, em 2018, o Brasil perdeu, aproximadamente, R\$155,5 bilhões de reais[4] como resultado do comércio de produtos piratas e ilegais. Além disso, anualmente, o Brasil perde 58 mil postos de trabalho por causa da pirataria, segundo a mesma fonte.

2.3. Além dos números acima encontrados, o Brasil perde, ainda, com o risco que esse tipo de produto impõe ao consumidor brasileiro. São perdas incalculáveis que impactam a economia pessoal do consumidor, sua vida, saúde e segurança, além dos cofres públicos que desembolsam dinheiro a cada atendimento feito pelo Sistema Único de Saúde e deixam de arrecadar com a comercialização de produtos ilegais e falsificados.

3. O COMANDO CONSTITUCIONAL PARA PROTEÇÃO DO DIREITO À VIDA

3.1. A Constituição Federal de 1988, não trouxe a previsão literal explícita acerca do direito à saúde e à segurança do consumidor. No entanto, estes direitos podem ser previstos implicitamente no rol de direitos individuais previstos no artigo 5º, que considera como direitos fundamentais o direito à vida, à saúde e à segurança do cidadão brasileiro ou estrangeiro em território nacional, além de decorrem da própria previsão dos direitos do consumidor previstos no inciso XX do art. 5º e também art. 170.

3.2. O direito à vida é o primeiro de todos os direitos, aquele em que o Estado deve resguardar com a máxima força que possui um pressuposto elementar, o alicerce que sustenta os demais direitos. Conforme expõe Paulo Gustavo Gonet Branco, não há sentido na proclamação dos outros direitos sem que o da vida seja o primeiro a ser assegurado, uma vez que o usufruto dos demais depende da vida do indivíduo[5].

3.3. A Constituição Federal impõe a todos e em especial aos poderes públicos, seja federal, estadual ou municipal, o dever de zelar pela vida. O direito à vida é um direito nato, que se adquire com o nascimento, sendo, desta forma, intransmissível, irrenunciável e indisponível[6].

3.4. Observa-se, assim, que há amparo constitucional no direito à saúde e à segurança dos consumidores, como um dos direitos fundamentais instituídos. Este amparo não encontra respaldo tão somente do comando Constitucional que ordenou o estado a proteção aos consumidores frente às relações de consumo. É mais intrínseco ao ordenamento jurídico. A ordem constitucional para que o Estado garanta a segurança física dos consumidores advém, antes de qualquer coisa, do direito à vida, que é o mais fundamental de todos os direitos.

3.5. Sendo assim, o fornecedor, como destinatário do dever de zelar pela vida deve resguardar toda a sociedade da inserção de produtos e serviços que possam trazer qualquer tipo de ameaça a integridade do consumidor. Ao Estado, além do dever de zelar pela vida dos indivíduos, cabe também o dever de proteção e de promoção à vida e aos direitos dos consumidores editando leis que os

resguardem e promovam ações que resultem no aumento da eficiência da sua atuação na proteção à vida do consumidor.

4. PRODUTOS FALSIFICADOS E ILEGAIS E O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

4.1. O artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor (CDC) estabelece os direitos básicos dos consumidores. Logo no seu inciso I, o artigo expõe como direito básico para o CDC "*a proteção da vida, saúde e segurança contra riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos*". Ligado diretamente ao direito fundamental previsto no artigo 5º da Constituição Federal, o direito à vida previsto no CDC constitui, dentre os direitos básicos dos consumidores, o que possui o caráter mais essencial de todos[7]. Sem a proteção desse direito, não se justifica o esforço de proteger os demais, uma vez que sem vida não há direitos a serem protegidos.

4.2. Esse direito protege não somente os consumidores, mas também os terceiros não envolvidos em relação de consumo, por terem direito a não serem expostos a riscos que lhe possam atingir fisicamente. Sendo assim, os fornecedores ficam proibidos de inserirem produtos e serviços que tenham potencial para trazer riscos à vida, saúde e segurança dos consumidores.

4.3. Já artigo 8º do CDC determina que os produtos e serviços inseridos no mercado de consumo não deverão apresentar riscos à saúde ou segurança dos consumidores. No entanto, isso não significa a ausência de produtos considerados perigosos. A regra ora em comento disciplina a periculosidade inerente, que é aquela indissociável do produto ou serviço.

4.4. Diferentemente da periculosidade adquirida, que surge ao longo do processo de consumo, a inerente não induz o produto ou serviço ao defeito, desde que todas as informações necessárias para mitigação da ocorrência do risco acompanhem o produto comercializado ou o serviço prestado.

4.5. No caso dos produtos falsificados ou ilegais, a sua periculosidade é classificada como adquirida, induzindo o produto ao defeito e impondo o consumidor a um risco não esperado e não informado. Esses tipos de produto não são submetidos ao eficiente controle de qualidade das autoridades públicas, apresentando padrão inferior, suficiente para ocasionar riscos e potenciais danos à vida, saúde e segurança dos consumidores. Ademais, de acordo com o artigo 18 do CDC, estes produtos já nascem classificados como impróprios para o consumo, proibidos de serem comercializados no mercado brasileiro.

4.6. Outrossim, em se falando de responsabilidade pelo fato do produto, verifica-se a existência de rol restrito de sujeitos responsáveis. Segundo Claudia Lima Marques, em se tratando da ocorrência de um acidente de consumo deve-se imputar a responsabilidade objetiva àqueles que poderiam ter evitado o defeito[8]. Ademais, os demais integrantes da cadeia responderão subsidiariamente quando o produto vendido ao consumidor não tiver informação ou a informação não for suficiente para identificar quem produziu, fabricou, construiu ou importou, como é o caso dos tipos de produtos aqui debatidos.

4.7. Assim, verifica-se que o próprio Código de Defesa do Consumidor, já na sua promulgação, prevê a proibição do fornecimento de produtos falsificados e ilegais, uma vez que tais bens de consumo, por não atenderem à padrões mínimos de segurança impostos pelos órgãos reguladores, apresentam riscos ao consumidor com potencial de causar danos físicos, psíquicos e econômicos àqueles que os consumirem.

5. O FORNECIMENTO DE PRODUTOS FALSIFICADOS E ILEGAIS: CDC VS. MARCO CIVIL DA INTERNET

5.1. Cumpre ressaltar que, dentre o conjunto de normas legais aplicáveis ao ambiente virtual, encontra-se incluído o CDC. Conforme disposto no artigo 3º, §2º, o Código é aplicável aos serviços fornecidos no mercado de consumo, desde que mediante remuneração, incluindo as ocorridas na internet, mesmo as que não acarretem ônus ao usuário.

5.2. Conforme interpretação majoritária da jurisprudência, os serviços gratuitos ao consumidor podem ser considerados remunerados já que o fornecedor obtém vantagem financeira de forma indireta. Aplicado ao ambiente da internet, este entendimento permanece ao passo que, embora aparentem ser gratuitos, os serviços fornecidos são remunerados por meio de propaganda e da comercialização dos dados de navegação.[9]

5.3. A Lei n. 12.965/2014, popularmente conhecida como Marco Civil da Internet, é o diploma legal que regula a utilização da internet no Brasil. Seu objetivo é o de estabelecer princípios, garantias, direito e deveres no ambiente virtual, além de criar diretrizes para atuação do poder público e gerar segurança jurídica. Ele foi concebido para regular o acesso à rede mundial de computadores, indubitavelmente fonte de acesso a informação e divulgação de opinião, mas que recentemente se tornou também fonte de negócios e tecnologias disruptivas que substituem formas antigas de comercialização de produtos e serviços.

5.4. Ainda, o mesmo MCI resguarda a defesa do consumidor como uma de suas premissas no art. 1º, inciso V, colocando-o, juntamente com a livre iniciativa e a livre concorrência como um dos seus fundamentos. Seguindo, em seu artigo 2º, a Lei elenca os princípios do uso da internet no país que deverão ser observados. Dentre eles, o legislador fez questão de destacar o fundamento principal da MCI, a Liberdade de Expressão, também considerada como direito fundamental pela Constituição Federal Brasileira.

5.5. Assim, toda ação que atente à liberdade de expressão acarretará uma violação à legislação, devendo esse pilar e direito fundamental constitucional prevalecer quando não colidir com outro direito fundamental ou alguma regra jurídica substancialmente relevante^[10], como as atinentes à defesa do consumidor, que possuem guarida constitucional, máxime ao tratar da sua vida e de sua saúde – que numa ponderação estarão sempre em status superior quando não colidam com questões não relacionadas a presente Nota Técnica como por exemplo restrições orçamentárias.

5.6. Vale lembrar que qualquer princípio, por natureza, não é absoluto, possuindo os seus limites que não poderão ser ultrapassados. O mesmo se aplica aos direitos fundamentais que não podem ser utilizados como subterfúgio para práticas ilícitas ou como justificativa para o afastamento ou diminuição da responsabilidade civil ou penal^[11]. A Constituição autoriza a imposição de limites aos direitos fundamentais quando necessários à conformação com outros direitos fundamentais igualmente protegidos^[12].

5.7. Os direitos e garantias fundamentais estipulados pela CF não são ilimitados e seus limites são impostos pelos demais direitos igualmente celebrados pela carta magna, conforme rege o Princípio da Relatividade. Os direitos fundamentais existem para reduzir a ação do Estado aos limites impostos pela Constituição, sem, contudo, desconhecer a subordinação do indivíduo ao Estado, como garantia de que operem dentro dos limites impostos pela legislação, não sendo admitido o uso de nenhum direito fundamental para a prática de ilícitos^[13].

5.8. Ademais, a jurisprudência do Supremo Tribunal Federal guarda entendimento de que, em caso de colisões entre direitos fundamentais, o direito à vida e à saúde sempre prevalecerão.

5.9. Outro direito fundamental é o de livre iniciativa, que significa o direito dos agentes econômicos de, dentro de limites legais, entrar, permanecer e sair do mercado, entendido esse como um espaço público de negociação de bens e serviços entre consumidores e fornecedores. O mercado, do ponto de vista jurídico e econômico, significa, portanto, tanto um espaço físico (como um shopping, uma feira) como eletrônico (como um marketplace). Esse direito fundamental econômico nada tem a ver com um direito de liberdade de expressão, que afeta a liberdade de pensamento religioso, filosófico, político e mesmo econômico. Naturalmente, a liberdade de pensamento antecede qualquer direito econômico, posto que o agir no mercado pressupõe a liberdade de pensar e se expressar. Mas são direitos que não se confundem, tanto que certos países tidos como capitalistas de estado, garantem-se certos direitos econômicos sem a garantia de liberdade de pensamento.

5.10. Justamente o comércio eletrônico liderado pelas grandes empresas de tecnologia e pelos marketplaces surge em virtude desse direito fundamental à livre iniciativa (não de liberdade de expressão) e se consolida após a aprovação do MCI. Segundo dados divulgados pela Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABCOMM) o volume de transações financeiras deu um salto 74%, passando de R\$ 39.5 bilhões em 2014 para R\$ 68.8 bilhões em 2018. A previsão da Associação é de que, em 2023, as vendas on line alcancem o patamar de R\$ 159.7 bilhões.^[14]

5.11. A bem da verdade, o MCI surge num contexto de manifestações populares em 2013, nas quais a população brasileira, por meio das chamadas “jornadas” de junho de 2013, alertaram os

governantes sobre a necessidade de maior participação da sociedade na formulação de políticas públicas. Outro fator preponderante para o prosseguimento do MCI foram as revelações feitas por Edward Snowden sobre programas de espionagem governamentais, em especial os voltados aos integrantes do governo brasileiro.

5.12. Assim, como resposta ao movimento popular e aos escândalos envolvendo o aumento da vigilância de espionagem praticada por outros países, o MCI foi escolhido como uma parte da reação nacional aos fatos ocorrido àquela época, e não para regular o comércio eletrônico, o qual, por sua vez, foi objeto de Decreto específico^[15].

5.13. Ademais, não se pode confundir um provedor de conteúdo de internet concebido para garantir a liberdade de expressão com marketplaces concebidos para comprar e vender bens em ambientes virtuais. Dessa forma, empresas que intermediam operações de mercado não podem escudar-se, portanto, em dispositivos concebidos para garantir a liberdade de expressão e serem utilizados por fornecedores que atuam na cadeia de fornecimento de bens e serviços no mercado.

5.14. Nem se diga que publicidade, que é consectário da livre iniciativa e reflexo de uma liberdade econômica, confunde-se com liberdade de expressão. Tanto é verdade, que a Lei da Liberdade Econômica trata do tema da publicidade e o limita apenas pela CF e pela legislação federal em vigor, no caso, o CDC, colocado como direito essencial para o desenvolvimento e crescimento econômico do país.

5.15. Por essa simples razão, empresas quando intermediam a compra e venda de produtos e serviços atuam na mesma tarefa de fornecedores em uma cadeia de bens e serviços e como tal devem tomar todos os cuidados exigidos pela legislação de consumo, especialmente o CDC e o Decreto n. 7.962, de 15 de março de 2013 de comércio eletrônico.

5.16. Assim, no caso do oferecimento ou mesmo da manutenção de anúncios de produtos falsificados ou ilegais, o que se verifica é o choque do direito fundamental à livre iniciativa, incorretamente aduzido diversas vezes pelas plataformas de MarketPlace como se liberdade de expressão fosse (quando não o é, uma vez que estão garantindo a intermediação de bens e serviços oferecendo segurança aos consumidores), e o direito fundamental à defesa do consumidor e mesmo à vida, uma vez que este tipo de produto sempre imporá um risco à vida, à saúde e à segurança daqueles que os consomem, sendo papel do Estado coibir que tais práticas ocorram.

5.17. E mesmo que não se tratasse de uma ponderação constitucional, que a rigor só cabe ser feita pelo Poder Judiciário, a verdade é que se trata de uma simples interpretação legal de aplicação de dispositivos do CDC, garantidos pelo próprio MCI, o qual, como visto, deve ser aplicação restrita em casos de marketplaces e genericamente em todos os casos em que um provedor de internet deixa apenas de veicular opiniões e passa a intermediar, direta ou indiretamente, a venda de bens e serviços, oferecendo credibilidade ou mesmo informações obtidas (no mais das vezes gratuitamente) com dados dos usuários dessas plataformas digitais.

5.18. De igual importância ao já exposto anteriormente, cumpre-nos analisar a responsabilidade civil nos termos do artigo 19 do MIC que, em sumas palavras, rege que o provedor poderá ser responsabilizado por danos decorrente de conteúdo gerado por terceiros se, após ciência por ordem judicial específica, se quedar passivo quanto à retirada do material do conteúdo ilegal ou danoso à terceiros.

5.19. Pela crua leitura do dispositivo, retira-se o entendimento de que os provedores de internet apenas serão responsabilizados civilmente pelos danos ocorridos caso permaneçam passivos à notificação judicial específica. No entanto, este entendimento se afasta da real intenção do MIC.

5.20. De fato, os provedores apenas serão responsabilizados pelos danos conforme o entendimento acima, mas a legislação não impede que eles possam determinar requisitos para a retirada de conteúdo que não atendam aos seus termos de uso^[16]. Ademais, tomado conhecimento da existência de conteúdo ilícito em suas plataformas, pode o provedor promover a retirada com o objetivo de, no caso de produtos proibidos e piratas, resguardar o princípio da dignidade da pessoa humana, o direito fundamental à vida e à saúde e o direito básico do consumidor à vida, saúde e segurança.

5.21. Portanto, a comercialização de produtos ilegais e falsificados é, de pronto, proibida pelo CDC que, desde sua promulgação, entende que este tipo de bem possui potencial de causar dano físico, psíquico e econômico àqueles que o consomem por apresentarem periculosidade adquirida pela ausência do atendimento à padrões mínimos, independentemente do ambiente físico ou digital que atuam, o devido cuidado prévio com produtos e serviços que direta ou indiretamente intermediam.

5.22. Assim, considerando o princípio da dignidade da pessoa humana, os direitos fundamentais constitucionalmente estabelecidos e os direitos básicos dos consumidores, verifica-se que recai aos provedores a obrigação de adotar, em seus termos de uso, políticas empresarias ou outros regramentos, meios que coíbam a comercialização de produtos ilegais ou pirateados, uma vez que estes possuem grande potencial de atentar contra a incolumidade física e psíquica dos consumidores.

6. CONCLUSÃO

6.1. Diante do exposto, resta claro que produtos ilegais e falsificados, à luz do Código de Defesa do Consumidor e da própria Constituição Federal, são proibidos de serem comercializados, inclusive em plataformas de comércio eletrônico, sem prejuízo de possível responsabilidade imposta pelo CDC seja pela ausência de registro adequado de vendedores que não permitam consumidores identificá-los, seja pela ausência de informação sobre esses vendedores ou mesmo sobre os limites de responsabilidade da plataforma pelos atos de terceiros.

6.2. Ademais, o próprio CDC, ao estipular a proteção da vida, saúde e segurança como um dos direitos básicos dos consumidores, exige que medidas de prevenção e cuidado estejam disponíveis no momento dos fatos, sem prejuízo de eventual responsabilidade objetiva e/ou solidária.

6.3. Dessa forma, em respeito ao direito fundamental à vida e ao CDC, as plataformas de comércio eletrônico não podem se furtar da responsabilidade de comercializarem estes tipos de produto, alegando a impossibilidade de retirada dos anúncios em respeito à liberdade de expressão, pois disso não se trata, mas sim do exercício da liberdade econômica, que com ele não se confunde.

6.4. Assim, devem os provedores estabelecerem critérios claros em seus termos de uso, políticas empresarias ou outros regramentos que coíbam a comercialização de produtos ilegais ou pirateados, resguardando a vida, saúde e segurança dos consumidores de suas plataformas.

6.5. Por fim, a Coordenação de Consumo Seguro e Saúde sugere os seguintes andamentos:

a) abertura de prazo de 30 dias para que as plataformas de comércio eletrônico, incluindo as baseadas em redes sociais, apresentem as suas políticas empresariais ou qualquer outro regramento que visa inibir a comercialização de produtos falsificados e ilegais em seus ambientes;

b) encaminhamento da presente nota à Comissão de Estudos Permanentes de Acidentes de Consumo (CEPAC) para que, em conjunto com o Conselho Nacional de Combate à Pirataria (CNCP), institua o Grupo de Estudos Temático de Combate à Pirataria, com o objetivo de, juntamente com representantes da Comissão, do Conselho, do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, do mercado e provedores, estabeleçam diretrizes mínimas a serem seguidas pelas plataformas de comércio eletrônico que coíbam a comercialização de produtos falsificados e ilegais em seus ambientes, sem prejuízo da instalação de processos administrativos sancionadores em casos de danos gerados aos consumidores;

c) encaminhamento da presente nota ao Sistema Nacional de Defesa do Consumidor para que avalie a viabilidade de criação de grupos regionais de combate à comercialização de produtos falsificados e ilegais em feiras populares e em sites de comércio eletrônico.

À consideração superior.

NICOLAS ERIC MATOSO MEDEIROS DE SOUZA

Coordenador de Consumo Seguro e Saúde

De acordo. Ao gabinete do Secretário Nacional do Consumidor.

FERNANDA VILELA OLIVEIRA

Coordenadora Geral de Consultoria Técnica e Sanções Administrativas, Substituta

De acordo. À Coordenação de Consumo Seguro e Saúde para providências.

FERNANDO BOARATO MENEGUIN

Secretário Nacional do Consumidor, Substituto

[1] OECD/EUIPO (2019), Trends in Trade in Counterfeit and Pirated Goods, Illicit Trade, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/g2g9f533-en>.

[2] MIRAGEM, Bruno. Novo Paradigma Tecnológico, Mercado de Consumo Digital e o Direito do Consumidor. Revista de Direito do Consumidor, Ano 2019, n. 125, Editora Revista dos Tribunais, Rio de Janeiro.

[3] OECD/EUIPO (2019), Trends in Trade in Counterfeit and Pirated Goods, Illicit Trade, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/g2g9f533-en>.

[4] US\$48 bilhões de dólares, considerando a comercialização do Dólar à R\$ 3,24 em dezembro de 2018;

[5] Mendes, Gilmar Ferreira; Coelho, Branco, Paulo Gustavo Gonet; Curso de Direito Constitucional. 9ª Ed – São Paulo. Editora Saraiva, 2014. P. 255-256,

[6] ROBERTO, Luciana Mendes Pereira. O Direito à Vida. Disponível em: <http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/15479-15480-1-PB.pdf>.

[7] MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor. 5ª Ed. – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014. P.197.

[8] MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor. 9. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019, p. 721.

[9] MENDES, Laura. O diálogo entre o Marco Civil da Internet e o Código de Defesa do Consumidor. Revista do Direito do Consumidor, Ano 2016, volume 106, Foz do Iguaçu.

[10] Jesus, Damásio de Marco Civil da Internet: comentários à Lei n. 12.965, de 23 de abril de 2014. – São Paulo: Saraiva, 2014. p. 19.

[11] Alexandre de Moraes ... [et al.], Constituição Federal Comentada, organização Equipe Forense, 1. ed. - Rio de Janeiro, Forense, 2018. p. 43.

[12] Ação Direta de Inconstitucionalidade ADI 4066/DF. Relatora: Rosa Weber. DJ 24.08.2017.

[13] Branco, Paulo Gustavo Gonet, et al. Curso de Direito Constitucional. 6ª edição – São Paulo: Saraiva, 2014. p. 230 – 231.

[14] Associação Brasileira de Comércio Eletrônico. Números do e-commerce no Brasil. <https://abcomm.org/noticias/crescimento-do-e-commerce-no-brasil/>

[15] Decreto n. 7.962, de 15 de março de 2013, que 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.

[16] Souza, Carlos Affonso. Marco Civil da Internet: construção e aplicação, Juiz de Fora: Editar Editora Associada Ltda, 2016.



Documento assinado eletronicamente por **FERNANDO BOARATO MENEGUIN, Secretário(a) Nacional do Consumidor - Substituto(a)**, em 26/12/2019, às 16:32, conforme o § 1º do art. 6º e art. 10 do Decreto nº 8.539/2015.



Documento assinado eletronicamente por **NICOLAS ERIC MATOSO MEDEIROS DE SOUZA, Coordenador(a) de Consumo Seguro e Saúde**, em 26/12/2019, às 16:37, conforme o § 1º do art. 6º e art. 10 do Decreto nº 8.539/2015.



Documento assinado eletronicamente por **FERNANDA VILELA OLIVEIRA, Coordenador(a)-Geral de Consultoria Técnica e Sanções Administrativas - Substituto(a)**, em 26/12/2019, às 16:42, conforme o § 1º do art. 6º e art. 10 do Decreto nº 8.539/2015.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <http://sei.autentica.mj.gov.br> informando o código verificador **10618466** e o código CRC **BCE5418D**
O trâmite deste documento pode ser acompanhado pelo site <http://www.justica.gov.br/aceso-a-sistemas/protocolo> e tem validade de prova de registro de protocolo no Ministério da Justiça e Segurança Pública.