

Nelson Rosenvald
Cristiano Chaves de Farias
Felipe Braga Netto

Curso de **DIREITO** **CIVIL**

Responsabilidade
Civil

13^a
Edição

REVISTA
ATUALIZADA
AMPLIADA



2026

CAPÍTULO VI

Responsabilidade Civil Digital

Sumário • 1. Os breves (e espantosos) passos da internet; 2. Rumo a uma sociedade sem papel? A progressiva desmaterialização dos bens na sociedade da informação; 2.1 Os múltiplos e simultâneos focos de emissão da informação: mudanças no perfil social do ser humano; 3. O mundo digital como um mundo fundamentalmente colaborativo; 3.1 Características colaborativas do universo digital: da Wikipedia ao *crowdfunding*; 4. Uma multiplicidade crescente de negócios jurídicos praticados via internet; 4.1 Pensando o CDC para o comércio eletrônico; 4.2 O olhar jurisprudencial brasileiro para a internet; 4.3 O novo comércio eletrônico na atualização do CDC; 5. O mundo virtual e seus danos (bastante reais); 5.1 O *cyberbullying*; 6. Responsabilidade civil dos provedores: especificidades; 6.1 Dever de retirada imediata do conteúdo ofensivo e questões conexas; 6.2 Dever de guarda dos dados identificadores dos usuários e questões probatórias conexas; 6.3 Responsabilidade dos provedores de pesquisa virtual pelos resultados das buscas; 7. Marco Civil da Internet – 8. A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei n. 13.709/2018) – 9. Algumas questões sobre a Inteligência Artificial e os algoritmos.

“A relação entre um escritor e o espírito de sua época é de infinita delicadeza, e a fortuna de suas obras depende de um bom arranjo entre os dois.”

(Virginia Woolf)

1. OS BREVES (E ESPANTOSOS) PASSOS DA INTERNET

A internet – que surgiu como uma forma de interligação, de modo descentralizado, dos computadores militares americanos – passou a ser utilizada comercialmente nos Estados Unidos em 1987. Foi então que ganhou essa denominação, internet.¹ No Brasil, a internet chegou em meados da década de noventa (em 1995, especificamente, é publicada uma norma do Ministério das Comunicações que marca esse início). A internet, sob o prisma técnico, é a conexão entre protocolos, conhecidos como IPs (*internet protocols*).² Esse IP, uma espécie de endereço digital, permite que as investigações descubram (ou tentem descobrir) de onde partiram certas postagens na rede. Há, ainda, os nomes de domínio (*domain name system*), que são os endereços que digitamos para chegar aos *sites*, complementados pelas respectivas terminações (*top level domains*), que são os finais dos endereços, após o ponto (ou o último ponto, se houver mais de um: *.com*, *.gov*, *.jus*). Nós nos deslocamos pela internet usando navegadores (*browsers*). Não por acaso, usamos o verbo *navegar*.

Serviços bancários, turismo, modos de deslocamento na cidade, compras em geral, música, cultura, educação, quase todas as áreas das relações sociais parecem ter sofrido fortes mudanças com o efetivo ingresso da internet em nossas vidas. Até a nossa língua sente esse impacto (*tweetar*, por exemplo, virou verbo, é usado diariamente como tal).³ Os *blogs* são vigorosos meios de difusão de ideias, de reunir, digitalmente, pessoas com finalidades e interesses comuns (culinária, cinema, literatura, dietas etc.). O chamado *e-learning*, o aprendizado pelo mundo digital, faz progressivas conquistas. Seja através de cursos formais, reconhecidos pelo MEC, seja através de práticas inovadoras, como a de professores que postam no Youtube aulas de conteúdo variado, marcadas pelo didatismo e pela qualidade (o matemático americano Salman Khan é talvez o maior fenômeno educacional da internet. Também no Brasil o fenômeno é expressivo. Há aulas de matemática, postadas gratuitamente no Youtube por jovens professores brasileiros, que já tiveram mais de 42 milhões de acessos).

1. PINHEIRO, Patrícia Peck. *Direito digital*. São Paulo: Saraiva, 2013, p. 62.

2. O Marco Civil da internet – Lei nº 12.965/2014 – precisou, no art. 5º, algumas denominações: “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 à 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 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”

3. O Twitter, a propósito, teve valor de mercado estimado em 18 bilhões de dólares, ao lançar as ações na bolsa de Nova York em 8.11.2013.

Usufruímos, hoje, da chamada “memória social”, que é aquela acessada instantaneamente por meio da tecnologia. Segundo Clive Thompson, “as ferramentas tecnológicas não nos isolam, é o oposto. Temos nos tornado pensadores mais sociais. Temos mais oportunidades de dividir o que pensamos o tempo todo”.⁴ Enfim, trata-se, sem exagero, de um mundo novo. Um admirável mundo novo, com o qual estamos aprendendo a lidar – menos, ressalte-se, os que já nasceram ou cresceram nesse mundo novo, esses lidam com desconcertante naturalidade com o mundo digital que é, afinal de contas, o mundo deles.⁵

Talvez nem possamos mais dizer que a internet é uma rede mundial de computadores. Os computadores, hoje, são só apenas mais um modo de conexão. Ninguém imaginava, há poucos anos – num capítulo que tratasse da responsabilidade civil digital – que o computador pudesse estar em plano secundário. É o que parece ocorrer atualmente. Celulares e *tablets* assumem funções que antes eram só dos computadores. Em 2013 – pela primeira vez no Brasil – o número de *tablets* vendidos superou o de computadores.⁶ Temos, atualmente, e cada vez mais, celulares, televisores, carros, casas e eletrodomésticos conectados à internet. Muitos de nós não podem sequer conceber a ideia de ficar dias – horas ou minutos, no caso dos mais ávidos – desconectados. Alguns, com evidente exagero, comparam o vício digital a certas drogas, como o *crack*.

Chegamos, hoje, à banda larga (*broadband*). Já conhecemos, há décadas, os *softwares* livres (podemos até dizer, com certo exagero, que já estão no museu das ideias). As empresas progressivamente investem em segurança da informação e buscam tecnologias para a gestão digital de documentos. São comuns – nas empresas e nos entes públicos – os chamados arquivos de rede, arquivos compartilhados por segmentos de pessoas mais ou menos específicos. Podemos, aliás, hoje trabalhar seja na sede da empresa ou em lugares remotos (até mesmo em casa).⁷ A tecnologia atual propicia que isso ocorra sem dificuldades.

A própria administração pública progressivamente se vale do universo digital para suas ações. Exemplo disso é o pregão eletrônico, bastante usado pela administração para a aquisição de bens e serviços comuns.⁸ O Brasil, aliás, tem se tornado referência mundial em certos setores da administração pública, como ocorre com a

4. *Folha de S. Paulo*, 4 nov. 2013, p. F6. Ver, também, do mesmo autor, *Smarter than you think*, Penguin.

5. Fala-se, a propósito, com propriedade, de *nativos digitais*. São aqueles que estão em contato com a internet desde que nasceram, ao contrário daqueles que tiveram que se adaptar a ela (PRENSKY, Marc. *Digital natives, digital immigrants. From on the Horizon*, NCB University Press, v. 9, n. 5, Oct. 2001).

6. Em agosto de 2013, 627 mil *tablets* foram vendidos no Brasil. Foi a primeira vez que a venda desses aparelhos ultrapassou a venda de *laptops* no país.

7. A Lei nº 12.551/2011 prevê, a propósito, no seu art. 1º: “Não se distingue entre o trabalho realizado no estabelecimento do empregador, o executado no domicílio do empregado e o realizado a distância, desde que estejam caracterizados os pressupostos da relação de emprego. Parágrafo único. Os meios telemáticos e informatizados de comando, controle e supervisão se equiparam, para fins de subordinação jurídica, aos meios pessoais e diretos de comando, controle e supervisão do trabalho alheio.”

8. O Decreto nº 5.450/2005 estatui, em seu art. 2º: “O pregão, na forma eletrônica, como modalidade de licitação do tipo menor preço, realizar-se-á quando a disputa pelo fornecimento de bens ou serviços comuns for feita à distância em sessão pública, por meio de sistema que promova a comunicação pela internet.”

urna eletrônica. Chegam ao TSE pedidos semanais de informação sobre a sistemática da urna eletrônica, com o intuito de adotá-la em outros países. A biometria – seja em questões de identificação do eleitor, seja do usuário de serviços privados de saúde – parece representar forte tendência. Também em relação ao imposto de renda, migramos quase que integralmente para o mundo digital.

Quando perdemos nossos celulares, é como se perdêssemos parte de nossa identidade, pois muito do que é nosso lá está: fotos, vídeos, contatos, redes sociais etc. De posse desses dados, não é difícil para o falsário se fazer passar pela vítima, com danos potencialmente imensos. Há outros aspectos negativos, ou pelo menos desconfortáveis para muitos de nós: a possibilidade de ser localizado a qualquer momento, seja por questões pessoais, seja por questões profissionais.

Virou rotina para quase todos nós a interação digital ao vivo em reuniões, aulas e audiências judiciais etc. Inúmeras plataformas hoje oferecem esses serviços – que com a pandemia adquiriu ares de essencialidade, sobretudo para eventos profissionais (não por acaso as ações do Zoom dispararam na bolsa americana). Esse fenômeno tem repercussão jurídica, alterando o conceito de presença. Hoje podemos estar diante dos outros ainda que não estejamos fisicamente diante deles. O “estar diante” assume outros significados e outras formas em nossos dias. A presença não precisa mais ser física, no sentido tradicional (ver Lei n. 14.010/2020, arts. 5º e 12 que, embora transitório, marca essa linha de tendência). A *presença digital também é presença* – e cada vez mais o será. Aliás, nas relações de família, a doutrina tem enfatizado a importância dessas tecnologias (literalmente na palma da mão) para permitir o contato, por som e imagem, a qualquer distância, pelo tempo que desejarmos, sem muitos custos. Assim, por exemplo, o direito fundamental à convivência entre filhos e pais pode ser exercido mesmo que um deles habite fisicamente em outro lugar, fortalecendo a afetividade.

A internet é, por excelência, transnacional. Com o passar do tempo, superada a euforia das décadas iniciais, haverá natural depuração de práticas inadequadas e ganharemos em maturidade e em modos de detecção de fraudes. Na internet, além da privacidade, outro bem jurídico muito propício a sofrer ataques é o direito autorais. As possibilidades de copiar e mesmo alterar a produção alheia são vastas. Sem falar na já clássica alteração na atribuição da autoria dos textos, com a mudança do autor, geralmente atribuindo a escritores mais famosos textos que não são deles.⁹ A sociedade da informação valoriza o conhecimento. Não há conhecimento sem produção séria de conteúdo. Tudo isso aponta para o desafio de conciliar democratização progressiva com o resguardo dos direitos autorais.

Certos *sites* de busca, como o Google, tornaram-se impérios bilionários. Nós nos tornamos dependentes desses mecanismos, e é raro que passemos uma semana ou mesmo um dia sem utilizá-los. Há, na expansão desses serviços, aspectos positivos

9. São muitos os exemplos possíveis, sendo comum a atribuição a Luis Fernando Veríssimo, por exemplo, de textos que ele esclarece que não escreveu. Fiquemos com um exemplo que conhecemos mais de perto, a crônica: *Sotaque mineiro: é imoral, ilegal ou engorda*, atribuída – frequente e equivocadamente – a Drummond.

– como a comodidade que nos propicia e mesmo, em certo sentido, a democratização das informações – e negativos – como a privacidade dos nossos dados, e mesmo a seleção, que nem sempre percebemos, entre aquilo que é mostrado e aquilo que é ocultado, ou mesmo a ordem das exibições (exibir na página 100 equivale praticamente a não exibir). Certos países, de orientação totalitária, censuram os serviços de busca, ou criam serviços de busca próprios, que só mostram aquilo que os governos acham conveniente mostrar.

Cabe ainda uma observação. As modificações trazidas pela sociedade digital são tão iconoclastas que já se cogita – em acaloradas discussões na União Europeia, sobretudo a partir da Resolução do Parlamento Europeu, de 16 de fevereiro de 2017, que contém recomendações sobre disposições de Direito Civil sobre Robótica – da atribuição de personalidade civil a máquinas dotadas de inteligência artificial (lembrando que o conceito de personalidade jurídica não se restringe à pessoa humana, indo além, bastando lembrar das pessoas jurídicas). Trata-se da chamada *e-personality*. A resolução citada menciona, entre outros pontos: “Considerando que, em última instância, a autonomia dos robôs suscita a questão da sua natureza à luz das categorias jurídicas existentes, ou se deve ser criada uma nova categoria, com características e implicações próprias”. Trata-se de discussão que certamente atravessará as próximas décadas. Em visão mais ampla, como lembra Luís Roberto Barroso, a “conjugação da tecnologia da informação, da inteligência artificial e da biotecnologia produzirá impacto cada vez maior sobre os comportamentos individuais, os relacionamentos humanos e o mercado de trabalho, desafiando soluções em múltiplas dimensões”¹⁰.

2. RUMO A UMA SOCIEDADE SEM PAPEL? A PROGRESSIVA DESMATERIALIZAÇÃO DOS BENS NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

Vivemos numa sociedade em que os bens físicos perdem muito da primazia que tiveram nos séculos passados. Há uma clara desmaterialização dos bens. Paralelamente, os serviços ganham intensa, e progressiva, relevância econômica. Nossas profissões surgem a cada dia – ligadas, por exemplo, à culinária, à moda e, sobretudo, ao mundo digital – e muitas delas são financeiramente mais atrativas do que aquelas convencionais. Talvez não exageráramos se disséssemos que muitos pais, hoje, não conseguem compreender bem o trabalho dos filhos (gerente de mídias sociais, por exemplo). Enfim, podemos dizer, em autêntico truísmo, que o mundo mudou, está mudando.¹¹

10. BARROSO, Luís Roberto. *Sem data venia*. Rio de Janeiro: História Real, 2020, p. 78.

11. Nesse sentido, em arguta observação histórica, percebeu-se que “muitos pesquisadores acham difícil acreditar que as tecnologias digitais possam gerar mudanças na subjetividade dos indivíduos contemporâneos. Entretanto, há o reconhecimento de que a organização subjetiva característica do século XIX até aproximadamente a primeira metade do século XX emergiu como resultado das mudanças desencadeadas pela Revolução Industrial; mudanças que se refletiram com o surgimento dos centros urbanos e com as transformações nos modos e hábitos de agir e de ser de seus cidadãos” (ALVES, George e Souza. As tecnologias digitais e seus modos de subjetivação do indivíduo contemporâneo. In: AFFORNALLI, Maria Cecília; GABARDO, Emerson (Coord.). *Direito, informação e cultura*. Belo Horizonte: Fórum, 2012. p. 213-229, p. 214).

A tecnologia reduz custos operacionais dos deslocamentos, interliga pessoas e comunidades, diminui o uso de papel e a necessidade de estocagem física de documentos. As gerações que cresceram e foram educadas longe do mundo digital não se sentem confortáveis com essa “fuga do papel”, digamos assim (*paperless society*). Há, nessas pessoas, um apego, até emocional, ao papel, ao documento escrito (como se isso as deixasse mais seguras). Mas a desmaterialização é uma tendência irreversível, gostemos ou não.

Nesse contexto, conforme frisamos, nota-se uma progressiva desmaterialização dos bens. Não só a forma de aquisição é digital (pedimos, por exemplo, *Uber* e alimentos pela internet), como os próprios serviços se desmaterializam (pensemos, por exemplo, num *e-book*. Não há bem físico palpável, nos moldes do mundo físico-convencional físico-convencional).

Não é exagero afirmar que vivemos na era da informação. Se os instrumentos técnicos (*smartphones, tablets* etc.) que propiciam o compartilhamento das informações se renovam e se sucedem em pouco tempo, com a mais recente tecnologia substituindo as que pensávamos serem as últimas novidades, há, em tudo isso, uma permanência: a intensa e irreversível troca – quase imediata – de informações. Esse intercâmbio de informações, sem precedentes na história humana mudou, de muitos modos, o perfil da nossa sociedade. Mudamos muito, talvez ainda nem tenhamos percebido o quanto mudamos. A mudança não é só no instrumento, na forma. A forma, no caso, confunde-se com o conteúdo, alterando comportamentos e relações humanas. As empresas privadas, os governos, as pessoas em geral, mostram-se sensíveis em relação ao que é dito sobre elas nas redes sociais, porque são elas, as redes sociais, até mais do que os veículos convencionais, que parecem formar a convicção social sobre determinados temas.

A rede social é, hoje, o que era a praça pública no passado. É nela que ocorrem os debates públicos. Existem visões divergentes, discussões emocionadas, imensa capacidade de mobilizar os outros. Ainda que o debate nem sempre vá pelo melhor caminho, a jurisprudência deve evitar impor efeito silenciador (*chilling effect*) através de indenizações, desestimulando a participação cívica e as críticas – ainda que severas e até injustas – a agentes públicos. Aliás, cabe mencionar que a competência para julgamento de ação de indenização por danos morais, decorrente de ofensas proferidas em rede social, é do foro do domicílio da vítima, em razão da ampla divulgação do ato ilícito (STJ, REsp 2.032.427, Rel. Min. Carlos Ferreira, 4ª T, DJe 04/05/2023).

Delegamos, de certa forma, para a tecnologia, muitas tarefas que antes eram nossas. Poucos de nós, por exemplo, hoje, lembram-se de números de telefones, sequer de pessoas muito próximas. Se tudo isso traz benefícios, traz, por outro lado, uma ampliação muito óbvia dos riscos. Fraudes, ataques anônimos, violações de direitos autorais, ameaças digitais. Tudo isso vem conectado com uma ampliação dos danos indenizáveis, reformulando alguns dos pressupostos clássicos da responsabilidade civil, que passa a dar imensa atenção ao pensamento tópico, ao contexto (e não só ao texto).

Estamos diante de um novo ambiente dimensional, que é influenciado pelo ambiente físico tradicional, mas por certo não se confunde com ele. Com frequência

ocorre o contrário: o mundo digital influencia fortemente o ambiente social físico tradicional. Não há, na verdade, como separar os dois ambientes atualmente, sendo indissolivelmente ligados.

É fundamental que tenhamos um olhar interpretativo aberto aos novos universos dimensionais. Aos novos modos de percepção. Às novas formas de nos relacionamos. Se o inovar por inovar, no raciocínio jurídico, é postura mental esnobe e teoricamente pobre, por outro lado não se pode cair no erro oposto: recusar o novo, ou querer que ele caiba, de qualquer modo, nas caixas conceituais convencionais. Pode não caber. Enfim, o mundo digital requer outras e novas formas de pensar o direito, que talvez não sejam aquelas que nortearam o mundo físico-convencional.

2.1 Os múltiplos e simultâneos focos de emissão da informação: mudanças no perfil social do ser humano

O ser humano, na sociedade da informação, ganha um potencial de ação maior do que dispunha nos séculos passados. Talvez hoje, mais do que ontem, sua voz se faça mais ouvida. As informações (e mesmo as notícias) não têm um foco de emissão único ou concentrado. Os focos de emissão de informações são, ao contrário, plurais, dispersos, simultâneos. As empresas de comunicação, se continuam importantes, ganham outros atores na dinâmica complexa da obtenção da informação. A própria publicidade se redefine. Há, como linha de tendência, a percepção que o consumidor é que decidirá, cada vez mais, *se quer ou não* receber a publicidade. A publicidade imposta, sobretudo, na internet – território livre por excelência – costuma produzir efeitos contrários aos pretendidos. Os seres digitais, falemos assim, são sujeitos mais ativos do que seus antepassados. São sujeitos que redefinem o espaço em que estão. São sujeitos que ao consumirem uma notícia atuam sobre ela, comentando-a e divulgando-a, e isso já integra o próprio objeto noticiado. Algo como o postulado que há cerca de 100 anos a física teórica nos ensinou: o observador, ao observar as partículas quânticas, acaba por interferir no próprio objeto da investigação científica. Cerca de um século depois, algo parecido acontece conosco.

Aliás, a internet não apenas reproduz, com extrema velocidade, os fatos que acontecem no mundo físico-convencional. Ela *cria* novos fatos. As empresas e os governos, em especial, estão sujeitos a manifestações digitais, com repúdio e ataques diante desse ou daquele modo de agir. Também pessoas famosas podem ver uma avalanche digital se formar contra si, em razão, por exemplo, de um comentário infeliz ou desastrado. As reações podem ser desproporcionais ao fato que as originou, mas são uma realidade atual. A internet atua e influencia o mundo social em tempo real, não há espaço de tempo entre os acontecimentos e sua reconstrução, por assim dizer, digital.

Podemos citar, de modo breve, sem pretensão de exaustividade, algumas das características da internet: (a) transnacionalidade por excelência; (b) potencial de compartilhamento das informações inédito na história humana; (c) velocidade das trocas de informações; (d) conteúdo fortemente colaborativo.

As três primeiras características são de intuitiva compreensão. A internet não conhece as barreiras que separam os países. Permite compartilhar informações de um modo que a humanidade antes desconhecia. E tudo isso ocorre com velocidade estonteante. São pontos que todos nós, de um modo ou de outro, conhecemos. Vejamos adiante, ainda que brevemente, a quarta característica, que é formar uma dimensão fundamentalmente colaborativa.

3. O MUNDO DIGITAL COMO UM MUNDO FUNDAMENTALMENTE COLABORATIVO

A internet torna comum, global, partilhado o que nela está. Não há fronteiras entre países, não há limitações geográficas. As relações na dimensão digital são dinâmicas, os conteúdos emergem de recíprocos contatos colaborativos. Rompem-se, da mesma forma, muitas barreiras culturais, aproximando-se os povos – que estão à distância de um clique, não mais dependendo dos modos convencionais de contato.

Somos todos, hoje, em maior ou menor medida, dependentes do mundo digital. Daí falarmos, hoje, de direito digital (ou direito virtual, ou direito da sociedade da informação, como queiramos). Menciona-se, neste contexto, a ideia de sociedade convergente, a ideia de que vivemos, atualmente, numa sociedade digital-comunitária. Vivemos num mundo conectado. O isolamento não é bem visto nem se coloca – ou se coloca cada vez menos – como uma opção.

É inegável: crescem as ferramentas de difusão e troca de ideias. O curioso – e que tem despertado a atenção de estudiosos de variados campos – é que a cultura digital alterou não só as interações que experimentamos através de ferramentas digitais, alterou comportamentos, hábitos, expectativas. Muitos de nós têm amigos que conheceram o parceiro afetivo através da internet.

Altera-se, de modo inesperado e poderoso, não só o modo de difusão das informações, mas também sua produção. Não falamos, aqui, da produção editada e empresarialmente concebida, nem mesmo aquelas que operam no mundo digital (jornais digitais e provedores com conteúdo informativo). Falamos da produção de conteúdo e informação por parte dos cidadãos. Nitidamente, opera-se um deslocamento dos centros de produção de informação: não mais estruturas centralizadas e, de certo modo, autoritárias, mas cadeias de comunicação reciprocamente conectadas, que trocam dados numa velocidade incrível. O Twitter, por exemplo, é bastante forte nesse sentido. Aliás, os membros do universo digital compartilham experiências, históricas, e tendem a resolver problemas de modo compartilhado.¹²

Fortalecem-se, nesse contexto, os espaços comunicativos comuns, que são de todos e não são de ninguém. A própria televisão mudou bastante. Passou a ser frequente, nos telejornais – seja na tevê aberta, seja na tevê a cabo – a exibição de

12. WENGER, Etienne. Communities of practice: stewarding knowledge. In: *Knowledge horizons: the present and the promise of knowledge management*. Boston: Butterworth-Heinemann, 1999, p. 3.

imagens e conteúdos produzidos pelos usuários. Sobretudo em grandes manifestações populares ou em terríveis desastres, esse modo de interação é cada vez mais comum.

Sob o prisma econômico, somas inacreditavelmente elevadas são movimentadas em compras e negociações variadas pela internet. Algo impensável há poucas décadas. Até setores conservadores e cautelosos, como os bancos, aderiram com vigor. Fortunas nasceram com incrível velocidade, em geral ligadas a jovens que tiveram ideias ousadas e inusitadas. Mais recentemente, muitos ganham dinheiro – muito dinheiro – com o desenvolvimento de aplicativos para celulares. Sem falar que novos serviços são oferecidos, como *sites* de compras coletivas, sites que reservam hotéis e comparam os respectivos preços, sites que aproximam pessoas para compras ou trocas de produtos, sites que ofertam financiamento coletivo para projetos e ideias que atraem os corações e mentes dos usuários. Enfim, a lista é imensa e se transforma a cada dia.

As redes sociais ganharam o mundo, modificaram, irreversivelmente, o ambiente cultural do nosso século. São usadas não só para fins de diversão e afeto, mas também profissionais. Não é possível – seja para governos, seja para grupos econômicos privados – impedir a divulgação das informações. As revoluções e levantes que ficaram conhecidas como “Primavera Árabe” só foram possíveis, afirmam os especialistas, por conta das redes sociais. Também foram as redes sociais que tornaram possíveis os levantes de junho de 2013 no Brasil, que consistiram nas maiores manifestações de rua da história brasileira.

Não se descarta sequer um progressivo uso da tecnologia para certas escolhas políticas, como atualmente se faz com os orçamentos participativos.¹³ Ou mesmo para ideias para ambiciosas, como – no futuro – formas mais ou menos aproximadas de democracia direta. Seja como for, não por acaso, a urna eletrônica brasileira, conforme mencionamos anteriormente, é apontada como modelo de sucesso e copiada por outros países. Os benefícios são imensos e irreversíveis. Gostemos ou não, essa é a realidade do século XXI na qual viveremos. Isso, porém, inevitavelmente, traz riscos. Com eles também viveremos.

3.1 Características colaborativas do universo digital: da Wikipedia ao *crowdfunding*

Muitas possibilidades nascem da criatividade genial de quem já nasceu nesse ambiente digital. Por exemplo, o *crowdfunding*, que é um modo de arrecadar,

13. Se tivermos sob prisma de análise os modos de tomarmos decisões que nos vinculam coletivamente, parece crescer a percepção de que não bastam à sociedade contemporânea os mecanismos de representação popular clássica. Parece se formar, aos poucos, certo consenso de que o modelo, visto como exclusivo, se esgotou. A revolução tecnológica parece exigir banhos periódicos de legitimidade, por assim dizer, do poder público, e isso passa por mecanismos que vão muito além do mero voto periódico. Trata-se de “tecnologia” que está em construção. Sente-se que algo precisa ser feito – ainda não se sabe bem o que. Por certo, a ninguém ocorreria o retorno às assembleias gregas. Não é disso, naturalmente, que se trata. Trata-se de otimizar, eficaz e responsavelmente, as novas tecnologias para aprimorar continuamente as formas de decidir coletivamente e de modo vinculante.

virtualmente, fundos para determinado projeto que o usuário propõe. Uma forma de financiamento colaborativo. As empresas de tecnologia, sobretudo nos Estados Unidos, tornam bilionários jovens mal saídos da infância.¹⁴ Essas empresas – dinâmicas e iconoclastas – beneficiam-se, em grande parte, da convivência fecunda que lá existe entre pesquisa acadêmica e iniciativa privada. Sem falar na tendência crescente de fusões em vários setores, não só no de tecnologia (a propósito, o Youtube foi comprado pelo Google, o que mostra a clara estratégia expansionista deste).

Talvez uma das características mais interessantes do mundo digital que se consolida é a construção coletiva do conhecimento. Um dos exemplos mais conhecidos é a Wikipedia. Uma enciclopédia colaborativa que pode ser acessada ou *escrita* por qualquer pessoa, de modo voluntário e de qualquer lugar do mundo. No universo digital, são os usuários, em grande medida, que geram o conteúdo.

Conforme mencionamos antes, usufruímos, hoje, da chamada “memória social”, que é aquela acessada instantaneamente por meio da tecnologia. Quem, poucas décadas atrás, poderia entender quando disséssemos que no futuro breve armazenaríamos nossos arquivos nas nuvens? Houve mudanças comportamentais intensas, talvez sem paralelo, motivadas por avanços tecnológicos. Fatos que espantariam as gerações passadas tornam-se algo comum, banal até, para as gerações atuais (costuma-se chamar de geração Y aquela formada por quem nasceu a partir do final dos anos 1970, ou início dos 80). Quem já nasceu imerso nesse mundo digital até se espanta pelo motivo oposto: intriga-lhes pensar que um dia não tenha sido assim, isto é, que um dia pudéssemos viver sem Google, sem Facebook, sem Twitter. Que pudéssemos viver sem estar conectados.

Mudamos tanto, em tão pouco tempo, que admira como rapidamente passamos a achar natural o que ontem era fantástico. Alfred North Whitehead, aliás, certa vez ponderou: qual será o absurdo de hoje que será a verdade de amanhã? Este capítulo, aliás, se transportado no tempo e lido por alguém que se formou em direito há 30 anos seria completamente incompreensível, como se tivesse sido escrito em chinês. Talvez o chinês fosse ainda mais compreensível.

4. UMA MULTIPLICIDADE CRESCENTE DE NEGÓCIOS JURÍDICOS PRATICADOS VIA INTERNET

Por certo, a revolução digital – além de ter vindo para ficar – traz benefícios e se incorpora ao nosso modo de ser. Consultamos o saldo da conta bancária pelo celular, compramos o livro que precisávamos pelo *tablet*, verificamos o endereço que precisamos no GPS do carro, para ficarmos nos exemplos mais prosaicos. Tudo isso, é certo,

14. Um exemplo antigo, ocorrido no final de 2013, foi a recusa – pelos dois jovens criadores do aplicativo *Snapchat* – de duas ofertas bilionárias de compra: o Facebook tentou comprar o *Snapchat* por três bilhões de dólares. Já o Google ofereceu quatro bilhões de dólares. São cifras inacreditáveis, sobretudo tendo em conta que as propostas foram recusadas. No *Snapchat*, os usuários trocavam mensagens ou fotos que se autodestroem automaticamente, em até dez segundos. O conteúdo só pode ser visto uma vez e só pelo usuário que recebeu a mensagem. Depois, o vídeo, foto ou mensagem são excluídos (do celular, por exemplo) e não podem ser acessados.

potencializa os riscos, que se redefinem, aumentam ou diminuem a partir de nossas experiências sociais. Se os riscos cresceram – e a responsabilidade civil contemporânea há de estar atenta a isso –, também cresceu o leque de escolhas que o mundo atual nos oferece. É verdade que escolhas demais muitas vezes nos desorientam e, por incrível que pareça, pode tornar algumas pessoas mais infelizes do que felizes.

Seja como for, é certo que temos o poder de, com um clique, difundir uma informação ou uma opinião para milhares de pessoas. Convém não esquecer que podemos ser chamados a responder por isso. É espantoso perceber que alguns realmente acreditam que podem escrever o que quiserem, sem limites de quaisquer ordens, e que não respondem por isso. Sem falar que o universo digital parece construído para receber continuamente novas informações, mas não para excluí-las. Assim, um vídeo, uma foto, ou uma informação, uma vez compartilhada, dificilmente será excluída integralmente da memória social da internet.

Os serviços migraram fortemente para o mundo digital. As redes sociais ostentam um potencial aparentemente infinito na divulgação de informações – para o bem e para o mal. Além disso, o segmento de serviços tem sido fortemente reformulado pela internet. Muitas relações, que antes se davam no mundo físico, agora são predominantemente virtuais. Por exemplo, as relações entre clientes e bancos migraram, em boa parte, do mundo físico-convencional para o mundo digital.

No mercado de capitais, as *home brokers* revolucionam o modo tradicional de se aplicar na bolsa. Trata-se de mecanismo que permite que participemos diretamente do mercado acionário, com todas as possibilidades e os riscos que isso implica. É necessário, porém, que o usuário seja cliente de uma corretora que possua o sistema em questão. Cuida-se, portanto, de ferramenta que permite que ações sejam negociadas através da internet. Podemos, hoje, portanto, praticar através da internet uma infinidade de negócios jurídicos – seja dos mais prosaicos, como pedir um táxi, até negociar altas quantias em ações, no mercado de capitais, através das *home brokers*.

Os *hackers* tornaram-se figuras temidas e comuns, sendo muitos deles contratados pelas empresas para que desenvolvam mecanismos de defesa, uma espécie de contrainteligência preventiva diante dos ataques digitais. Há várias ferramentas, desde as mais simples e conhecidas, como os chamados *firewalls*, que são uma espécie de muro digital que impede a passagem de hóspedes indesejados, até outras bem mais sofisticadas, chaves de segurança que só os *hackers* dominam.

Cabe frisar – conforme já anotamos anteriormente nesta obra – que o risco da atividade é do fornecedor de produtos ou serviços, que deve responder pelos danos conexos à atividade, ainda que provindos de atos de terceiros. Seja como for, há, no direito digital, um forte componente de autorregulamentação.¹⁵ Nota-se o componente de autorregulamentação em muitas áreas, como o combate – através da tecnologia e da

15. PINHEIRO, Patrícia Peck. *Direito digital*. São Paulo: Saraiva, 2013, p. 103.

difusão das boas práticas empresariais – ao *spam*. Também no caso de mensagens ofensivas na internet, ocasião em que cabe aos provedores, uma vez avisados, retirá-las da rede. Aliás, segundo o STJ, o provedor responde solidariamente com o ofensor, se, avisado do conteúdo ilícito, não retirar esse conteúdo do ar em 24 horas. Cabe ao provedor, em linha de princípio, a análise acerca da ofensividade ou não da mensagem. É um exemplo possível de autorregulamentação. Esse componente de autorregulamentação, se é importante e mesmo necessário, não pode porém fazer esquecer a necessidade de termos uma postura interpretativa atenta às novas realidades, sobretudo para proteger os vulneráveis diante dos novos danos, haja ou não lei a propósito do tema.¹⁶ A responsabilidade civil, aliás, cabe não esquecer, foi em boa medida construída ao largo das leis.

4.1 Pensando o CDC para o comércio eletrônico

O comércio digital – ou eletrônico, para ficarmos com a expressão mais conhecida – mudou nossa forma de adquirir produtos ou serviços. Estima-se que, apenas no Brasil, o e-commerce faturou 234 bilhões em 2025. Usamos cada vez mais a internet, não só para comprar produtos ou serviços, mas sobretudo para pesquisas preços e comparar concorrentes. As empresas sabem disso e tentam, com maior ou menor sucesso, aprimorar a comunicação digital. Uma reclamação contra uma empresa numa rede social, por exemplo, é potencialmente mais danosa – e preocupante, para a empresa – do que as queixas pelos meios tradicionais (*call center*, ou mesmo *e-mail*). Aliás, as empresas costumam temer mais as redes sociais do que as ações judiciais.

As empresas que fornecem produtos ou serviços pela internet respondem sem culpa (CDC, art. 14; art. 18) pelos danos que os consumidores sofrerem em razão da transação realizada. Poderá haver inversão do ônus da prova (CDC, art. 6º, VIII). Pode ser usado, como argumento de reforço, com toda pertinência, a teoria do risco (Código Civil, art. 927, parágrafo único). Poderá ser invocada a teoria do risco proveito, risco criado ou risco atividade. Se, digamos, houver um problema na criptografia dos dados enviados pelo consumidor à empresa, esta, que disponibilizou o serviço, responde objetivamente pelos danos sofridos (digamos que os dados foram captados e usados por terceiros em fraudes).

Há solidariedade entre todos os participantes da cadeia de fornecimento de produtos ou serviços (CDC, art. 7º, parágrafo único; art. 18; art. 19, art. 25, § 1º; art. 34). Os *sites* de compra coletivos respondem pelos danos sofridos no uso do produto ou serviço adquirido através deles. Quase sempre, os produtos ou serviços são adquiridos através de contratos de adesão (CDC, art. 54). O consumidor apenas adere aos seus termos, não pode modificar suas cláusulas. Se houver quebra do equilíbrio substancial entre as prestações, as cláusulas são nulas e o consumidor poderá

16. Em outras palavras, a vítima poderá sempre *não concordar* com a análise feita pelo provedor, entender que sofreu o dano e postular reparação.

solicitar a modificação das prestações desproporcionais (CDC, art. 4º, III; art. 6º, V; art. 51, IV; art. 51, § 1º, III).

São nulas as cláusulas que exonem ou mesmo atenuem a responsabilidade das empresas de comércio eletrônico (CDC, art. 51, I). Tal como acontece no mundo físico-convencional (por exemplo, na clássica frase: “Este estacionamento não se responsabiliza...”), o mesmo vale para o mundo digital. Considera-se não escrita qualquer disposição nesse sentido, esteja nas condições gerais dos contratos firmados pelo consumidor, esteja em *pop-ups* (espécies de janelas que se colocam nos *sites*, com avisos ou publicidades), ou mesmo na configuração principal do *site*.

A publicidade feita pela internet tem força vinculante, desde que “suficientemente precisa” (CDC, art. 30). Os deveres de informações são particularmente gravosos em relação aos fornecedores de produtos ou serviços (CDC, art. 6º, III; art. 8º; art. 9º). A jurisprudência tem desenvolvido, com criatividade, os deveres de informação nas relações de consumo.¹⁷ Sugerimos ao leitor a leitura do capítulo relativo à responsabilidade civil no direito do consumidor. Importante lembrar que, nas compras pela internet, o consumidor tem um prazo de sete dias para desistir da compra. É um direito de desistência que não precisa ser motivado (CDC, art. 49).

4.2 O olhar jurisprudencial brasileiro para a internet

Já vimos que a exploração comercial da internet configura relação de consumo. Ao ser comunicado de que determinado texto ou imagem possui conteúdo ilícito, o provedor de internet deve agir de forma enérgica, retirando o material do ar imediatamente, sob pena de responder solidariamente com o autor direto do dano, em virtude da omissão praticada (STJ, REsp 1.186.616, Rel. Min. Nancy Andrighi, 3ª T., DJ 31.8.2011).

Se há falha em sistema digital de mediação de negócios – Mercado Livre, por exemplo –, haverá responsabilidade objetiva do prestador do serviço (STJ, REsp 1.107.024, Rel. Min. Isabel Gallotti, 4ª T., DJ 14.12.2011). Cabe lembrar que é vedada a estipulação pelo fornecedor de cláusula que exonere ou mesmo atenuem a sua responsabilidade (CDC, art. 25). Em caso de anúncio falso publicado na internet, em *site* de classificados, com danos à honra, respondem solidariamente todos aqueles que participam da cadeia de consumo (no caso, a empresa de televisão proprietária do *site*, a empresa de propaganda responsável pela contratação do anúncio, e o portal que hospeda o *site* de conteúdo). Todos respondem sem culpa¹⁸ (STJ, REsp 997.993, Rel. Min. Luis Felipe Salomão, 4ª T., DJ 6.8.2012).

17. Vale lembrar que nas relações de consumo a informação é funcionalizada à correção de desequilíbrios, convertendo-se em elemento da obrigação principal de fornecimento de produtos e serviços, e não um dever anexo ou lateral (ROSENVALD, Nelson. *Dignidade humana e boa-fé no Código Civil*. São Paulo: Saraiva, 2005, p. 110).

18. Argumenta-se, nesse sentido: “No que tange às novas tendências da responsabilidade civil no espaço virtual, entendemos constituir a mais importante delas a tendência à objetivação da responsabilidade e à ampliação do rol de lesantes, de modo a se poder alcançar sempre a reparação, ainda quando óbices

Porém, nas compras virtuais, o provedor de buscas de produtos que não realiza qualquer intermediação entre consumidor e vendedor não pode ser responsabilizado por qualquer vício da mercadoria ou inadimplemento contratual (STJ, REsp 1.444.008, Rel. Min. Nancy Andrighi, 3ª T, DJ 09/11/2016). Convém registrar, aqui, uma diferença relevante: a) uma coisa são os provedores de serviço que, além oferecerem o serviço de buscas de mercadorias, fornecem a estrutura virtual para a realização da compra (nesse caso, passam a fazer parte da cadeia de fornecimento, de modo solidário); b) outra situação, bem distinta, é aquela em que o prestador de busca de produtos se limita a apresentar ao consumidor o resultado da busca, após o que o consumidor é direcionado ao site do vendedor do produto (não haverá, nessa situação, responsabilidade solidária do site que ofereceu os resultados da busca). Não há, nessa hipótese, ademais, cobrança de comissões sobre as operações realizadas, sendo a remuneração desses sites oriunda das publicidades veiculadas em suas páginas. De modo semelhante, o STJ entende que o provedor de conteúdo de internet não responde objetivamente pelo conteúdo inserido pelo usuário, por não se tratar de risco inerente à sua atividade. Está obrigado, no entanto, a retirar imediatamente o conteúdo moralmente ofensivo, sob pena de responder solidariamente com o autor do dano (STJ, AgRg no REsp 1.309.891, Rel. Min. Sidnei Beneti, 3ª T., DJ 29/06/12). Em outras palavras, os provedores de conteúdo, ao oferecer um serviço que permite que os usuários expressem livremente sua opinião, não são obrigados a filtrar os dados e imagens neles inseridos (STJ, REsp 1.192.208, Rel. Min. Nancy Andrighi, 3ª T., DJ 02/08/12). Devem, porém, como dissemos, agir de modo imediato ao receber comunicação a respeito de conteúdo ilícito ou ofensivo. A mesma orientação vale para e-mails (STJ, REsp 1.300.161, Rel. Min. Nancy Andrighi, 3ª T., DJ 26/06/12), blogs (STJ, REsp 1.192.208, Rel. Min. Nancy Andrighi, 3ª T., DJ 02/08/12), provedores de pesquisa (STJ, REsp 1.316.921, Rel. Min. Nancy Andrighi, 3ª T., DJ 29/06/11), entre outros serviços semelhantes.

O STJ, na linha de vários precedentes, entende que o provedor de conteúdo de Internet não responde objetivamente pelo conteúdo inserido pelo usuário, por não se tratar de risco inerente à sua atividade. Está obrigado, no entanto, a retirar imediatamente o conteúdo moralmente ofensivo, sob pena de responder solidariamente com o autor do dano (STJ, AgRg no REsp 1.309.891, rel. Min. Sidnei Beneti, 3ª Turma, DJ 29-6-2012). Em outras palavras, os provedores de conteúdo, ao oferecerem um serviço que permite que os usuários expressem livremente sua opinião, não são obrigados a filtrar os dados e imagens neles inseridos (STJ, REsp 1.192.208, rel. Min. Nancy Andrighi, 3ª Turma, DJ 2-8-2012). Devem, porém, como dissemos, agir de modo imediato ao receberem comunicação a respeito de conteúdo ilícito ou ofensivo. A mesma orientação vale para e-mails (STJ, REsp 1.300.161, rel. Min. Nancy Andrighi, 3ª Turma, DJ 26-6-2012), blogs (STJ, REsp 1.192.208, rel. Min. Nancy Andrighi, 3ª

tecnológicos factuais impeçam ou dificultem o acesso ao agente direto" (DELGADO, Mário Luiz. Responsabilidade civil na sociedade da informação: novas tendências. In: *Responsabilidade civil contemporânea*. São Paulo: Atlas, 2011, p. 372-392, p. 390-391).

Turma, *DJ* 2-8-2012), provedores de pesquisa (STJ, REsp 1.316.921, rel. Min. Nancy Andrighi, 3ª Turma, *DJ* 29-6-2011), entre outros serviços semelhantes.

Em relação ao tema, e com um olhar mais amplo, o Ministro Herman Benjamin, em didático voto, frisou que “quem viabiliza tecnicamente, quem se beneficia economicamente e, ativamente, estimula a criação de comunidades e páginas de relacionamento da Internet é tão responsável pelo controle de eventuais abusos e pela garantia dos direitos da personalidade de internautas e terceiros como os próprios internautas que geram e disseminam informações ofensivas aos valores mais mezinhas da vida em comunidade, seja ela real, seja virtual” (STJ, REsp 1.117.633). Embora haja, na jurisprudência, idas e vindas em relação ao tema, o julgado citado trouxe linhas teóricas que deveriam, em alguma medida, iluminar o debate relativo ao tema.

4.3 O novo comércio eletrônico na atualização do CDC

Quando o CDC foi editado, em 1990, o comércio eletrônico sequer existia no Brasil. Em meados da década de 90 a internet teve seu início no Brasil, e desde então só cresceu, experimentando uma expansão inimaginável. É fundamental que tenhamos atualmente modos de reagir, juridicamente, contra as novas formas de agressão aos direitos do consumidor, sobretudo diante do marketing agressivo e, também, diante da pouca ou nenhuma informação veiculada pelos fornecedores virtuais.¹⁹

Já foram aprovados no Senado projetos de lei que, formulados por uma comissão de juristas, pretendem atualizar o CDC. Um desses projetos prevê,²⁰ entre outros pontos, que as normas e os negócios jurídicos devem ser interpretados e integrados de maneira mais favorável ao consumidor, reforçando o que já prevê o art. 47. Prevê o conhecimento de ofício, pelo juiz, da violação de normas de defesa do consumidor (lembremos que, eventualmente, a jurisprudência se recusa a aplicá-las de ofício, como ocorre, por exemplo, na matéria da Súmula 381/STJ: “Nos contratos bancários, é vedado ao julgador conhecer, de ofício, da abusividade das cláusulas”).

Protege-se a autodeterminação, a privacidade e a segurança das informações e dados pessoais prestados ou coletados, por qualquer meio, inclusive o eletrônico. Também se protege a liberdade de escolha, em especial frente a novas tecnologias e redes de dados, sendo vedada qualquer forma de discriminação e assédio de consumo. É clara a preocupação do legislador em diminuir a assimetria de informações e preservar não só a segurança das transações, mas também a confiança do consumidor.

19. Ver, a propósito, O direito do consumidor nas relações de consumo virtuais, de Michael César Silva e Wellington Fonseca dos Santos. In: BRAGA NETTO, Felipe Peixoto; SILVA, Michael César (Org.). *Direito privado e contemporaneidade: desafios e perspectivas do direito privado no século XXI*. Belo Horizonte: D'Plácido, 2014, p. 185-212, p. 208.

20. Trata-se do Projeto de Lei do Senado (PLS) nº 281 de agosto de 2012.

Na contratação por meio eletrônico ou similar, o fornecedor deve enviar ao consumidor a confirmação imediata da aceitação da oferta, inclusive em meio eletrônico. Deve enviar também via do contrato em suporte duradouro, que ofereça as garantias de fidedignidade, inteligibilidade e conservação dos dados contratuais, permitindo ainda a facilidade de sua reprodução. É dever do fornecedor disponibilizar em local de destaque e de fácil visualização seu nome empresarial e o número de sua inscrição no cadastro geral do Ministério da Fazenda, além de seu endereço geográfico e eletrônico, bem como as demais informações necessárias para sua localização, contato e recebimento de comunicações e notificações judiciais e extrajudiciais. Vale frisar que o Decreto nº 7.962/2013 – que regulamenta o CDC, dispondo sobre a contratação no comércio eletrônico – já prevê alguns desses pontos. Prevê, por exemplo, no art. 2º, que os *sites* devem disponibilizar, em local de destaque e de fácil visualização, as seguintes informações, dentre outras: 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; endereço físico e eletrônico, e demais informações necessárias para sua localização e contato. Trata-se de relevante inovação, que vai contribuir para a efetividade dos direitos do consumidor. Não raro, mesmo grandes empresas que atuam exclusivamente na internet adotam postura esquiva e pouco transparente, tudo fazendo para dificultar a propositura de ações judiciais contra elas, inexistindo, em grande parte dos casos, sequer endereço geográfico no Brasil onde poderiam ser citadas.

O direito de desistência imotivado é mantido no prazo de sete dias (CDC, art. 49) para as contratações a distância, porém o prazo é contado a partir da aceitação da oferta ou do recebimento ou disponibilidade do produto, o que ocorrer por último (há propostas para ampliar esse prazo para o dobro, 14 dias). O Decreto nº 7.962/2013, antes referido, estabelece no art. 5º que o fornecedor deve informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados e eficazes para o exercício do direito de arrependimento pelo consumidor. Além disso, o consumidor poderá exercer seu direito de arrependimento pela mesma ferramenta utilizada para a contratação, sem prejuízo de outros meios disponibilizados (art. 5º, § 1º). E o exercício do direito de arrependimento implica a rescisão dos contratos acessórios, sem qualquer ônus para o consumidor (art. 5º, § 2º). Voltando a analisar os projetos de lei que atualizam o CDC, equipara-se à contratação a distância aquela em que, embora realizada no estabelecimento, o consumidor não teve a prévia oportunidade de conhecer o produto ou serviço, por não se encontrar em exposição ou pela impossibilidade ou dificuldade de acesso a seu conteúdo. Importante dizer que, caso o consumidor opte por exercer o direito de arrependimento, os contratos acessórios de crédito são automaticamente rescindidos, sem qualquer custo para o consumidor.

Caberá ao fornecedor informar, de modo claro e ostensivo, acerca dos meios para o exercício do direito de arrependimento – que deverão ser claros, fáceis e eficazes. Devem, no mínimo, contemplar o mesmo modo utilizado para a contratação. É dever