

O DIREITO DE ARREPENDIMENTO E SEUS LIMITES LEGAIS: A APLICAÇÃO DE PRINCÍPIOS GERAIS DO DIREITO COMO FORMA DE MITIGAR ABUSOS NO EXERCÍCIO DE DIREITOS

Bruno Henrique da Cunha¹
Naira Silva Marinho²
Fernanda Rosa Acha³
Renato Marcelo Resgala Jr⁴

RESUMO: O Código de Defesa do Consumidor (CDC) é uma das leis mais importantes para a proteção dos direitos do consumidor no Brasil. O seu artigo 49 estabelece o direito de arrependimento, que permite que o consumidor desista de uma compra realizada fora do estabelecimento comercial, no prazo de sete dias a contar da data de recebimento do produto ou assinatura do contrato. No entanto, a aplicação deste direito pode ser afetada por outros princípios jurídicos, como a boa-fé prevista no Código Civil brasileiro, esta é um princípio geral do direito que exige que as partes em uma relação jurídica ajam com honestidade, lealdade e confiança mútua. Na relação de consumo, a boa-fé objetiva é especialmente importante, pois os consumidores geralmente têm menos poder e conhecimento do que os fornecedores de produtos e serviços. Nesse sentido, é importante analisar como o artigo 49 do CDC se relaciona com a boa-fé objetiva prevista no Código Civil, considerando os impactos práticos que essa relação pode ter na aplicação do direito de arrependimento. Dessa forma, é necessário examinar as implicações dessa interação entre a legislação e os princípios norteadores do direito, a fim de entender como o direito de arrependimento pode ser mitigado e como deve ser avaliado nas relações.

2043

Palavras-chave: Direito de Arrependimento. Boa-Fé Objetiva. Proteção do Consumidor. Exceções Ao Direito de Arrependimento. Equilíbrio na relação de Consumo.

INTRODUÇÃO

O consumidor é uma figura que marca presença em todas as épocas da humanidade. Desde os primórdios já existia a figura de consumidor, tendo em vista que todas as pessoas precisavam comprar, vender ou trocar, seja alimentos, roupas e quaisquer outros tipos de itens.

A expansão do comércio entre as nações – iniciada ainda no Século XV, com as Grandes Navegações – transformou o *modus vivendi* de boa parte das populações de países ditos desenvolvidos e em desenvolvimento. Em grande parte, a Era da Informação “aproximou” as empresas e a popularização da Aviação Civil reduziu as fronteiras entre países a meros tíquetes de embarque e conhecimentos de transporte. Assim como a Revolução Industrial foi um marco à sua época, transformando a relação entre capital e

¹ Graduando em Direito pela UniRedentor/Afya.

² Especialista em Direito Processual Civil pela UCAM.

³ Mestre em cognição e linguagem pela UENF.

⁴ Doutor em Sociologia Política- UENF-RJ.

trabalho, a internacionalização dos mercados, a seu jeito, promove rupturas e alterações significativas nos negócios entre empresas e economias ao redor do globo. (Souza, 2013)

Contudo, com o surgimento dos estados e civilizações, tornou-se necessária a regulamentação deste comércio, para garantir a efetividade dos direitos de todos os que consumiam, vendiam ou trocavam, porém, somente em 1962 através do presidente dos Estados Unidos, John F. Kennedy é que houve a promulgação da primeira legislação consumerista objetiva, a chamada Consumer Bill of Rights (Estados Unidos da América, 1960).

Após esta legislação pioneira, outros países começaram a adotar uma postura similar, criando legislações capazes de assegurar o direito do consumidor e o reconhecer como comumente hipossuficiente na relação de consumo.

No Brasil, a Constituição Federal de 1988 já incorporava de maneira explícita, em seu artigo 5º, inciso XXXII, a abordagem de proteção necessária ao consumidor. Entretanto, foi no ano de 1990 que ocorreu a promulgação da Lei Nº 8.078, também conhecida como Código de Defesa do Consumidor. Essa lei introduziu uma série de inovações e salvaguardas destinadas a assegurar a proteção dos consumidores nas interações comerciais, (Marques, 2023). No âmbito do exame da legislação consumerista, concentraremos nossa análise no artigo 49, o qual estabelece:

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.

Portanto, a escolha deste tema está intrinsecamente relacionada à legislação promulgada em 1990. Embora essa legislação não tenha delimitado de forma explícita a aplicação desse dispositivo jurídico, é evidente que mais de três décadas transcorreram desde sua criação. Durante esse extenso período, testemunhamos uma transformação completa na maneira como consumimos, com a ascensão de elementos como a Internet e os *e-commerces*, que eram inimagináveis na época da promulgação da lei.

Dessa forma, o objetivo principal do presente trabalho é fazer uma reanálise crítica de sua aplicabilidade aos novos meios consumeristas, de forma a garantir que o direito do consumidor não se torne um meio de abuso frente aos fornecedores que apesar de possuírem uma situação hipoteticamente superior ao do consumidor, elo fragilizado da cadeia consumerista, precisam ter garantias e respaldos jurídicos para que continuem a exercer suas atividades empresariais que geram renda, emprego e riqueza para a nação. (Marques, 2023).

METODOLOGIA

Para a realização deste artigo, foi adotada uma abordagem metodológica fundamentada na pesquisa bibliográfica e documental. Como tema central, o trabalho aborda o direito de arrependimento e seus limites legais, sendo que a escolha por essa temática se justifica pela sua relevância no âmbito do direito do consumidor e pela existência de uma lacuna na literatura brasileira sobre o assunto.

Para tanto, foram realizadas buscas em bases de dados online, tais como a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), o Portal de Periódicos da CAPES e o Google Acadêmico, utilizando-se palavras-chave relacionadas ao tema. Além disso, foram consultados livros e artigos científicos sobre o assunto, visando a obtenção de informações relevantes para a elaboração do presente trabalho.

Por fim, a análise dos dados coletados foi realizada de forma qualitativa, visando a identificação de tendências e padrões relacionados à temática do direito de arrependimento e seus limites legais. Para isso, foram utilizadas técnicas de análise de conteúdo, de forma a sistematizar as informações coletadas e permitir uma melhor compreensão do tema abordado.

Dessa forma, a metodologia adotada neste trabalho permitiu a obtenção de informações relevantes sobre o direito de arrependimento e seus limites legais, contribuindo para o avanço do conhecimento sobre o tema e para a disseminação de informações que possam ser úteis para a prática do direito do consumidor. 2045

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA – DESENVOLVIMENTO O DIREITO CONSUMERISTA E SUAS RAÍZES HISTÓRICAS:

A história do comércio é intrinsecamente entrelaçada com a evolução da sociedade humana. Desde seus primórdios, o comércio tem sido um pilar fundamental na maneira como os seres humanos interagem, satisfazem suas necessidades e estabelecem conexões econômicas. Inicialmente, essas interações comerciais eram rudimentares, ocorrendo através da troca direta de bens e serviços, um sistema conhecido como escambo (Cerbasi, 2016).

No entanto, à medida que as sociedades se desenvolviam e a complexidade das transações comerciais crescia, ocorreu uma revolução no modo como o comércio era conduzido. O surgimento das moedas como meio de troca, por volta do século VII a.C., na região da Anatólia, atual Turquia, e no Reino da Lídia, marcou um ponto de inflexão crucial. As moedas, com seu

valor intrínseco e uniforme, possibilitaram uma maior facilidade nas transações comerciais e o estabelecimento de um sistema financeiro mais sólido e confiável (Cerbasi, 2016).

Desde então, a humanidade tem continuado a aprimorar suas práticas comerciais, culminando na sociedade moderna, onde empresas e indivíduos adquirem produtos, serviços, equipamentos e alimentos em troca de um valor determinado. Essa troca de valores pode ocorrer em várias formas, incluindo moedas físicas, notas de papel e, cada vez mais comum, transações digitais através de cartões e meios virtuais (Paula, 2015).

No entanto, à medida que as relações de consumo se tornaram mais complexas e a gama de produtos e serviços disponíveis se expandiu exponencialmente, surgiram desafios significativos em relação à proteção dos consumidores. O mercado, por si só, muitas vezes não é capaz de garantir a proteção adequada e os direitos dos consumidores devido ao desequilíbrio de poder e informação entre fornecedores e consumidores (Filomeno, 2018). Nesse contexto, é essencial examinar mais de perto os direitos consumeristas e o papel que desempenham na proteção dos consumidores.

O CONTEXTO E IMPACTO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR NO BRASIL

2046

A Constituição Federal do Brasil, promulgada em 5 de outubro de 1988, já sinalizava a necessidade de proteção ao consumidor em seu artigo 5º, inciso XXXII, que estabelece: "o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor". No entanto, o verdadeiro marco na história do direito consumerista no país ocorreu em 1990, com o surgimento do Código de Defesa do Consumidor (CDC). Este código revolucionário não apenas estabeleceu direitos e deveres para consumidores e fornecedores, mas também buscou reequilibrar a relação entre as partes, reduzindo a disparidade de informações e garantindo a proteção dos interesses dos consumidores.

O CDC representou um avanço significativo na busca por relações de consumo mais justas e seguras, ao mesmo tempo que promoveu a conscientização dos direitos dos consumidores e fortaleceu a cidadania econômica. No entanto, para compreender plenamente seu impacto, é crucial analisar o contexto social brasileiro da época em que foi desenvolvido.

Em 1990, dispositivos como fax, disquetes e telefones com fios eram amplamente utilizados, evidenciando um período anterior à revolução tecnológica que vivemos hoje. Isso se torna ainda mais evidente diante da geração mais recente, que muitas vezes não reconhece sequer os termos "fax" e "disquetes" (Martins, 2017).

Portanto, é imperativo reconhecer que, devido à renovação tecnológica e aos novos meios de consumo, várias partes da legislação atual podem estar defasadas.

Um exemplo claro disso é o comércio eletrônico, que era inexistente quando o CDC foi promulgado. As disposições sobre contratos na lei protetiva em vigor, embora contenham cláusulas gerais amplas, carecem de meios normativos mais específicos para abordar o comércio eletrônico de forma abrangente. Essa disparidade entre a ampla utilização do comércio eletrônico e a existência de conteúdos normativos fundamentais é um desafio que precisamos enfrentar no contexto atual. (Martins, 2017)

No cenário internacional, a defesa do consumidor também desempenha um papel fundamental na proteção dos direitos dos consumidores. Em 1962, o então presidente dos Estados Unidos, John F. Kennedy, destacou quatro premissas fundamentais que orientaram a política de defesa do consumidor em seu discurso especial ao Congresso. Essas premissas incluíam o direito à segurança, à informação, à escolha e a ser ouvido. Embora essas premissas tenham sido delineadas décadas antes do surgimento do CDC no Brasil, elas compartilham uma base comum na promoção da proteção e do empoderamento dos consumidores. (Oliveira, 2021)

Portanto, à medida que continuamos a evoluir tecnologicamente, é crucial revisar e atualizar o CDC para garantir que ele continue a proteger os direitos dos consumidores de maneira eficaz e apropriada para o mundo moderno. A legislação deve acompanhar as mudanças na sociedade e na economia, garantindo que os consumidores estejam devidamente protegidos em todos os meios de consumo, desde as compras de supermercado por smartphone até as compras de materiais de construção por meio de notebooks.

Neste cenário em constante evolução, é importante também considerar diferentes perspectivas e opiniões sobre como adaptar o CDC para atender às necessidades dos consumidores no século XXI. Ao fazer isso, podemos continuar a fortalecer a proteção do consumidor e promover relações de consumo mais justas e seguras no Brasil.

A INOVAÇÃO LEGISLATIVA PRESENTE NO ARTIGO 49 DO CDC:

O Artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, dispõe:

O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

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

Baseando-se no princípio de proteção ao consumidor, em que geralmente se presume que o consumidor é a parte hipossuficiente da relação consumerista, ou seja, aquele que está em desvantagem em relação ao fornecedor, podendo esta desvantagem ser na esfera econômica, técnica ou jurídica, o legislador desenvolveu um mecanismo que pudesse salvaguardá-lo diante do abuso do fornecedor.

Retornando ao período em que a legislação foi concebida, mais especificamente na década de 90, havia um alto volume de vendas da modalidade “porta a porta” onde diversos vendedores passavam nas residências com catálogos de produtos e os consumidores, sem poder ver o produto, analisar sua qualidade, efetuavam os pedidos que eram posteriormente enviados para suas casas. (Vieira e Lima, 2021)

Havia também as modalidades por telefone, onde os vendedores realizavam a venda por telefone e os consumidores sequer viam o produto por fotos previamente. Contudo, ao receber estes produtos os consumidores verificavam que não condiziam com o item visto no catálogo, muitas vezes com durabilidade menor, marca diferente, aspectos e cores. Porém, o fornecedor se recusava a devolução dos valores e alegava que o catálogo era mera exposição e isto ocasionava diversos litígios judiciais e desacordos comerciais. (Vieira e Lima, 2021)

2048

Pensando nisso, o legislador trouxe de forma assertiva para a legislação a possibilidade de o consumidor realizar o cancelamento da compra ou da contratação do serviço em até 7 dias a contar do recebimento deste, sempre que a contratação do produto ou serviço ocorrer fora do estabelecimento comercial, destacando duas hipóteses que eram amplamente utilizadas a época “especialmente por telefone ou a domicílio”.

Contudo, é necessário se observar que a legislação foi concebida há mais de 30 anos e, portanto, os novos meios de consumo não refletem mais o espírito da legislação, tendo em vista que as compras hoje são realizadas majoritariamente por meios digitais, onde pessoas ou empresas podem realizar desde compras em supermercados através do smartphone até compra de equipamentos, insumos e outros através de notebook ou computadores o que enseja que seja feito uma repaginação e atualização na legislação vigente de forma que se compatibilize as novas relações de consumo ao ordenamento jurídico.

ANÁLISE DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO EM CONJUNTO COM PRINCÍPIOS NORTEADORES DO DIREITO

O Código de Defesa do Consumidor tem um viés protetivo em que se presume a desigualdade na relação entre consumidor e fornecedor, a chamada hipossuficiência, contudo, como todo ordenamento jurídico o direito de um não pode ultrapassar o direito de outro, devendo ambos coexistirem, conforme leciona o professor Robert, “Direitos não podem ultrapassar o direito do outro e devem coexistir em harmonia, respeitando-se os limites necessários para garantir a convivência em sociedade.” (Alexy, 2018)

Inicialmente é necessário conceituarmos o que é abuso de direito, nessa linha, o professor Wallace o destaca como:

Abuso é o exercício do direito de modo a contrariar e contradizer o valor que o mesmo procura tutelar. Representa uma violação a limites que não estão colocados na existência de direitos de terceiros, e sim em elementos típicos emanados do próprio direito. (Ferreira, 2013)

Além disso, precisamos também conceituar e definir o conceito da boa-fé que é um princípio norteador do direito brasileiro. Que segundo a professora Judith, apesar da dificuldade de uma definição clara e específica, poderia de forma generalizada ser definida como:

O agir segundo a boa-fé objetiva concretiza as exigências de probidade, correção e comportamento leal hábeis a viabilizar um adequado tráfico negocial, consideradas a finalidade e a utilidade do negócio em vista do qual se vinculam, vincularam, ou cogitam vincular-se, bem como o específico campo de atuação em que situada a relação obrigacional (Costa, 2018)

Diante disso, verificamos que, apesar de o Código de Defesa do Consumidor ser uma legislação consolidada e com viés protetivo ao consumidor, parte considerada hipossuficiente nas relações de consumo, não se trata de direito absoluto, devendo nos casos em concreto serem confrontados com princípios gerais e norteadores do direito, como a boa-fé, de forma, que se evite abuso de direito por parte dos consumidores que possam prejudicar o desenvolvimento e continuidade das atividades empresariais e comerciais dos fornecedores de produtos e serviços.

Uma das hipóteses mais conhecidas de mitigação ao direito de arrependimento presente no Artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor é a compra de passagens aéreas, onde as companhias disponibilizam duas formas de comercialização de passagens, a reembolsável e a não reembolsável. Apesar da legislação prever de forma expressa o prazo de 7 dias, uma resolução da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC) de nº 400/2016 retrata *in verbis*:

Art. 11 caput e Parágrafo único: O transportador deverá restituir integralmente o valor pago pela passagem quando o passageiro desistir do voo em 24 horas da compra, desde que haja um prazo igual ou superior a sete dias para a data do embarque.

Há ainda a análise do Tribunal de Contas da União (TCU) que analisou a validade desta resolução e deu parecer favorável à sua redação, *in verbis*:

[...] 4. Apesar das divergências nos tribunais, o Poder Judiciário vem firmando entendimento de que o direito de desistência previsto no CDC não se aplica à compra de bilhetes aéreos pela internet. A esse respeito, a Resolução Anac 400/2016 recentemente assegurou garantia certa ao consumidor de poder desistir de seu contrato, sem qualquer ônus, no prazo de 24 horas a partir de sua aquisição.

Destaca-se ainda que é uníssono o entendimento jurisprudencial pátrio no sentido de ser requisito basilar a presença da boa-fé objetiva em quaisquer espécies de contrato e principalmente nas relações consumeristas que sigam os ditames do Código de Defesa do Consumidor.

AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE FAZER - COMPRA E VENDA DE IMÓVEL - PRÉ-CONTRATO - PAGAMENTO - BOA-FÉ OBJETIVA. O princípio da boa-fé objetiva estabelece um padrão objetivo de conduta a ser seguido pelos contratantes, inserindo nas relações contratuais um componente ético, caracterizado pela exigência de um comportamento probo, leal e verdadeiro. Se os elementos de convicção presentes nos autos demonstram que os consumidores celebraram de forma válida o pré-contrato e a incorporadora não atuou com **boa-fé objetiva**, deve ser mantida a sentença que julgou procedente o pedido inicial. (TJ-MG - AC: 10480140128897002, Patos de Minas, Relator: Estevão Lucchesi, Data de Julgamento: 21/10/2021, Câmaras Cíveis / 14ª CÂMARA CÍVEL, Data de Publicação: 27/10/2021)

EMENTA: APELAÇÃO CÍVEL - CONTRATO DE COMPRA E VENDA - BEM IMÓVEL - LOTEAMENTO - PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA E TRANSPARÊNCIA - INOBSERVÂNCIA - RESCISÃO CONTRATUAL - DEVER DE RESSARCIMENTO - DANOS MORAIS - MANUTENÇÃO. - Nos termos dos arts. 113 e 422 do Código Civil, **os negócios jurídicos devem ser pautados pelo princípio da boa-fé** - O Código de Defesa do Consumidor visa a assegurar a transparência nas relações de consumo, reconhecendo a vulnerabilidade do consumidor no mercado - Tendo a Apelante infringindo os princípios da boa-fé e da transparência, ao não informar aos Apelados a existência de ônus sobre o imóvel objeto do negócio jurídico, cabível o pleito de rescisão contratual, bem como a restituição dos valores efetivamente pago. (TJ-MG - AC: 10000212660005001 MG, Relator: Habib Felipe Jabour, Data de Julgamento: 22/02/2022, Câmaras Cíveis / 18ª CÂMARA CÍVEL, Data de Publicação: 23/02/2022)

2050

Considerando que o direito de arrependimento não é absoluto e comporta mitigações, é essencial realizar uma análise minuciosa de sua harmonização com outros princípios fundamentais do direito, tornando-se, portanto, necessário a análise no caso em concreto. Esta exigência de conciliação ganha maior relevância diante da falta de disposições legais que abordem as novas formas de comércio e que, portanto, criam uma lacuna capaz de provocar em alguns casos a má-fé de consumidores e fornecedores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Código de Defesa do Consumidor, promulgado em 1990, representou um marco na legislação brasileira ao estabelecer direitos e garantias fundamentais para os consumidores, reforçando a proteção de uma parte hipossuficiente nas relações de consumo. Ao longo deste trabalho, exploramos o direito de arrependimento previsto no artigo 49 do CDC como um dos principais dispositivos legais destinados a salvaguardar os interesses dos consumidores diante de práticas comerciais abusivas e da crescente complexidade das relações de consumo.

O primeiro ponto a destacar é que o CDC, apesar de ser reflexo de previsões genéricas já existentes em âmbito internacional, adquiriu uma dimensão legal e constitucional no Brasil com a promulgação da Constituição Federal de 1988. Essa constituição trouxe à tona a necessidade de regulamentar de forma mais precisa os direitos dos consumidores, culminando na elaboração do CDC, que se tornou a principal norma infraconstitucional a tratar da matéria.

O direito de arrependimento, consagrado no artigo 49 do CDC, é uma das expressões mais significativas do compromisso do legislador brasileiro com a defesa do consumidor. Esse dispositivo legal concede ao consumidor a prerrogativa de desistir da compra no prazo de sete dias após a aquisição do produto ou a celebração do contrato, independentemente de justificativa. Tal medida se mostrou inovadora à época e desempenhou um papel crucial na proteção dos consumidores contra práticas comerciais abusivas e na promoção da segurança nas transações comerciais.

2051

Contudo, é importante ressaltar que o CDC já ultrapassa três décadas de existência, e o mundo das relações de consumo evoluiu significativamente nesse período. Novas formas de comércio eletrônico, a ascensão das redes sociais como plataforma de vendas e a complexidade das transações financeiras online são apenas alguns exemplos das transformações que o mercado vivenciou. Como o direito deve acompanhar as demandas sociais e econômicas, é fundamental que a legislação de defesa do consumidor também evolua para se adequar a essas mudanças.

Portanto, considerando o ritmo de desenvolvimento do direito imperativo, que exige uma constante renovação legislativa para atender às demandas da sociedade, faz-se necessário repensar e atualizar o CDC para prever as novas formas de comércio e proteger os consumidores de maneira eficaz. Isso não significa, de forma alguma, subverter os princípios e direitos fundamentais já estabelecidos, mas sim adaptá-los à realidade contemporânea, de modo a assegurar a efetiva proteção dos consumidores em um ambiente de constante evolução tecnológica e comercial.

Em síntese, o direito de arrependimento previsto no artigo 49 do CDC é uma conquista notável na proteção dos direitos do consumidor, mas sua eficácia e relevância continuam sendo temas de discussão à medida que o cenário de consumo se transforma. Portanto, é imperativo que o legislador e a sociedade estejam dispostos a aprimorar e atualizar nossa legislação de defesa do consumidor para garantir que os consumidores estejam devidamente amparados em um ambiente de consumo cada vez mais dinâmico e complexo.

REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

Agência Nacional de Aviação Civil, **Resolução Nº 400 de 13 de dezembro de 2016**. Dispõe sobre as Condições Gerais de Transporte Aéreo. Disponível em: <https://www.anac.gov.br/assuntos/legislacao/legislacao-1/resolucoes/resolucoes-2016/resolucao-no-400-13-12-2016>. Acesso em: 05 jun. 2023.

ALEXY, Robert. **Teoria dos Direitos Fundamentais**. Editora JusPodivm. 2018.

CERBASI, Gustavo. **Dinheiro: Os segredos de quem tem: Como conquistar e manter sua independência financeira**. Editora Sextante, 2016. ISBN 8543103169.

COSTA, Judith M. **A boa-fé no direito privado: critérios para a sua aplicação** Editora Saraiva, 2018. E-book. ISBN 9788553601622. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788553601622/>. Acesso em: 07 mai. 2023. 2052

Estados Unidos da América. **Consumer Bill of Rights**. 1960. Disponível em: <https://www.mass.gov/info-details/consumer-bill-of-rights-o>. Acesso em 21 ago. 2023.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Direitos do Consumidor**. Editora Atlas, 2018.

FERREIRA, Wallace. Abuso de direito – entre a teoria e a realidade. **Jus**, 2013. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/26208/abuso-de-direito-entre-a-teoria-e-a-realidade/>. Acesso em: 05 jun. 2023.

LIMA, Igor Ferreira; VIEIRA, Matheus de Almeida Fernandes. E-Commerce: A Importância De Uma Boa Experiência Online. **Anima Educação**, 2021. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/20832/1/TCC%20Igor%20Ferreira%20de%20Lima%20e%20Matheus%20de%20Almeida%20Fernandes%20Vieira.pdf>. Acesso em 23 de setembro de 2023.

PAULA, Luan Roberto. Evolução Do Comércio Internacional – Da Antiguidade À Globalização - Análise Do Processo De Exportação Brasileiro Através De Pesquisa Bibliográfica E Estudo De Caso Em Empresa Multinacional. **RIC CPS**, 2015. Disponível em: http://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/176/1/20151S_PAULA%20Luan%20Robertode_CD2110.pdf. Acesso em 23 de setembro de 2023.

MARQUES, Claudia L. **Direito do Consumidor - 30 anos de CDC**. Grupo GEN, 2020. E-book. ISBN 9788530992156. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788530992156/>. Acesso em: 02 mai. 2023.

MARTINS, Fernando Rodrigues. Direito do consumidor, reforma do CDC e a constante renovação metodológica do direito privado. **Revista de Direito do Consumidor**, fevereiro, 2017.

OLIVEIRA, Júlio Moraes. A importância do Discurso do Presidente John Kennedy para o Direito do Consumidor. **JusBrasil**, 2021. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/a-importancia-do-discurso-do-presidente-john-kennedy-para-o-direito-do-consumidor/1195828574>. Acesso em: 23 de setembro de 2023.

SOUZA, José Manuel Meireles de. **FUNDAMENTOS DO COMÉRCIO INTERNACIONAL**. Editora Saraiva, 2013. *E-book*. ISBN 9788502100961. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502100961/>. Acesso em: 14 mai. 2023.

Tribunal de Contas da União. **TC 012.744/2017-4**. Agência Nacional de Aviação Civil e Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária. Relator Augusto Sherman Cavalcanti, 2018.