

20  
22

***João Pedro*  
Leite Barros**

# **Direito à Informação**

**Repercussões  
*no Direito do*  
Consumidor**

2022 © Editora Foco  
**Autor:** João Pedro Leite Barros  
**Diretor Acadêmico:** Leonardo Pereira  
**Editor:** Roberta Densa  
**Assistente Editorial:** Paula Morishita  
**Revisora Sênior:** Georgia Renata Dias  
**Revisora:** Simone Dias  
**Capa Criação:** Leonardo Hermano  
**Diagramação:** Ladislau Lima e Aparecida Lima  
**Impressão miolo e capa:** F●RMA CERTA

---

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD**

---

B277d Barros, João Pedro Leite  
Direito à informação repercussões no direito do consumidor/ João Pedro Leite  
Barros. - Indaiatuba, SP : Editora Foco, 2022.  
368 p. ; 17cm x 24cm.  
Inclui bibliografia e índice.  
ISBN: 978-65-5515-477-1  
1. Direito. 2. Direito privado. I. Jorge, Mario Helton. II. Título.  
2022-499 CDD 346 CDU 347

---

**Elaborado por Wagner Rodolfo da Silva - CRB-8/9410**

**Índices para Catálogo Sistemático:**

1. Direito privado 346
2. Direito privado 347

**DIREITOS AUTORAIS:** É proibida a reprodução parcial ou total desta publicação, por qualquer forma ou meio, sem a prévia autorização da Editora FOCO, com exceção do teor das questões de concursos públicos que, por serem atos oficiais, não são protegidas como Direitos Autorais, na forma do Artigo 8º, IV, da Lei 9.610/1998. Referida vedação se estende às características gráficas da obra e sua editoração. A punição para a violação dos Direitos Autorais é crime previsto no Artigo 184 do Código Penal e as sanções civis às violações dos Direitos Autorais estão previstas nos Artigos 101 a 110 da Lei 9.610/1998. Os comentários das questões são de responsabilidade dos autores.

**NOTAS DA EDITORA:**

**Atualizações e erratas:** A presente obra é vendida como está, atualizada até a data do seu fechamento, informação que consta na página II do livro. Havendo a publicação de legislação de suma relevância, a editora, de forma discricionária, se empenhará em disponibilizar atualização futura.

**Erratas:** A Editora se compromete a disponibilizar no site [www.editorafoco.com.br](http://www.editorafoco.com.br), na seção Atualizações, eventuais erratas por razões de erros técnicos ou de conteúdo. Solicitamos, outrossim, que o leitor faça a gentileza de colaborar com a perfeição da obra, comunicando eventual erro encontrado por meio de mensagem para [contato@editorafoco.com.br](mailto:contato@editorafoco.com.br). O acesso será disponibilizado durante a vigência da edição da obra.

Impresso no Brasil (03.2022) – Data de Fechamento (03.2022)

**2022**

Todos os direitos reservados à  
Editora Foco Jurídico Ltda.  
Avenida Itororó, 348 – Sala 05 – Cidade Nova  
CEP 13334-050 – Indaiatuba – SP  
E-mail: [contato@editorafoco.com.br](mailto:contato@editorafoco.com.br)  
[www.editorafoco.com.br](http://www.editorafoco.com.br)

1217433

# SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS.....	V
APRESENTAÇÃO .....	VII
PREFÁCIO.....	XI
LISTA DE ABREVIACÕES E SIGLAS.....	XIII
INTRODUÇÃO .....	1
1. DELIMITAÇÃO DO TEMA E METODOLOGIA APLICADA .....	1
2. ESTRUTURA DA INVESTIGAÇÃO .....	6
3. INTERESSES EM JOGO: CONSUMIDOR E EMPRESA .....	8
4. CONCEITOS FUNDAMENTAIS.....	10
4.1 Sociedade de informação.....	10
4.2 Comércio eletrônico.....	13
4.3 Contrato eletrônico.....	17
4.4 Consumidor .....	18
4.5 Fornecedor .....	21
4.6 Contrato de adesão .....	22
4.6.1 Portugal.....	22
4.6.2 Brasil .....	29
5. A IMPORTÂNCIA DA ANÁLISE COMPARATIVA HISTÓRICA DO CO- MÉRCIO ELETRÔNICO DE CONSUMO.....	35

## PARTE I DEVER DE INFORMAÇÃO

CAPÍTULO 1 – PRINCÍPIOS GERAIS SOBRE O DEVER DE INFORMAÇÃO .....	43
1.1 Definição.....	43
1.2 Direito à informação como um direito fundamental .....	45
1.3 Ônus de informação entre os contraentes.....	48

1.4	Princípios fundamentais inerentes ao dever de informação ao consumidor ..	53
1.4.1	Princípio da vulnerabilidade informacional do consumidor .....	53
1.4.2	Princípio da confiança .....	58
1.4.3	Princípio da transparência .....	62
1.4.4	Diálogo das fontes .....	66
1.5	Requisitos para informação completa .....	68
1.6	Dever de informação como papel inclusivo no âmbito das pessoas com deficiência .....	73
1.7	Perspectiva econômica do dever de informar .....	77
1.8	Conformidade à boa-fé e ao dever de informar .....	80
1.9	<i>Compliance</i> e o dever de informar .....	84
1.9.1	Colocação do problema .....	84
1.9.2	Experiência do <i>compliance</i> no comércio eletrônico no Direito Internacional .....	89
1.10	Direito à informação como política pública .....	92
1.11	A função social do direito à informação .....	95
1.12	Conclusões parciais .....	100
 CAPÍTULO 2 – DEVER PRÉ-CONTRATUAL DE INFORMAÇÃO NOS CONTRATOS DE ADESÃO CONCLUÍDOS POR MEIOS ELETRÔNICOS .....		103
2.1	Notas preliminares .....	103
2.2	Definições .....	104
2.2.1	Oferta .....	104
2.2.2	Publicidade .....	107
2.3	Regimes jurídicos .....	114
2.3.1	Portugal .....	114
2.3.1.1	Evolução do dever pré-contratual de informação .....	115
2.3.1.2	Dever pré-contratual de informação no Decreto-lei 7/2004..	117
2.3.1.3	Dever pré-contratual de informação na Directiva 2011/83 ..	119
2.3.1.4	Dever pré-contratual de informação no Decreto-lei 24/2014 .....	122
2.3.1.5	Dever pré-contratual de informação no Decreto-lei 78/2018 .....	125
2.3.1.6	Directiva 2019/2161 .....	127

2.3.1.7	Directiva 2019/770 e Directiva 2019/771 .....	132
2.3.2	Brasil.....	136
2.3.2.1	Nota introdutória.....	136
2.3.2.2	Dever pré-contratual de informação no Código de Defesa do Consumidor .....	138
2.3.2.3	Dever pré-contratual de informação no Decreto 7.962/2013 e na Lei 12.965/2014 .....	141
2.3.2.4	Dever pré-contratual de informação no Decreto 10.271/2020.....	143
2.4	Conclusões parciais.....	145
<b>CAPÍTULO 3 – CONEXÃO ENTRE O DEVER DE INFORMAÇÃO PRÉ-CONTRATUAL E O DIREITO DE ARREPENDIMENTO.....</b>		<b>147</b>
3.1	Definição .....	148
3.2	Portugal.....	149
3.2.1	Regime jurídico do direito de arrependimento .....	149
3.2.2	Efeitos do contrato na pendência do prazo para o exercício do direito de arrependimento .....	153
3.2.3	Efeitos do exercício do direito de arrependimento .....	157
3.2.4	Prazo e modo de exercício do direito de arrependimento.....	159
3.2.5	Deveres pré-contratuais de informação e o direito de arrependimento .....	161
3.2.6	Exceções ao direito de arrependimento .....	163
3.3	Brasil.....	163
3.3.1	Posituação no Código de Defesa do Consumidor .....	163
3.3.2	Regime jurídico do direito de arrependimento .....	165
3.3.3	Efeitos do contrato na pendência do prazo para o exercício do direito de arrependimento .....	167
3.3.4	Efeitos do exercício do direito de arrependimento .....	168
3.3.5	Prazo e modo de exercício do direito de arrependimento.....	170
3.3.6	Deveres pré-contratuais de informação e o direito de arrependimento .....	171
3.3.7	Exceções ao direito de arrependimento .....	173
3.4	Conclusões parciais.....	175

## PARTE II

### INCUMPRIMENTO DO DEVER DE INFORMAÇÃO

CAPÍTULO 4 – QUALIFICAÇÃO DO INCUMPRIMENTO DO DEVER DE INFORMAÇÃO .....		181
4.1	Considerações preliminares acerca da responsabilidade pré-contratual.....	182
4.2	Natureza jurídica da <i>culpa in contrahendo</i> .....	185
4.3	Aplicabilidade do instituto da <i>culpa in contrahendo</i> .....	188
4.4	Regras gerais de cumprimento do contrato .....	194
4.5	Notas preliminares sobre o cumprimento defeituoso do contrato de consumo .....	197
4.6	Cumprimento defeituoso do contrato de consumo. Decreto-lei 67/2003 e Decreto-lei 84/2008.....	204
4.6.1	Meios de reação do consumidor em relação à desconformidade .....	206
4.7	Notas preliminares .....	209
4.8	Práticas comerciais desleais.....	212
4.8.1	Atraso na entrega do produto.....	219
4.8.2	Falhas na veiculação das informações ao consumidor .....	223
4.8.3	Publicidade por comissão e por omissão .....	225
4.8.4	Utilização dos dados do consumidor indevidamente.....	231
4.8.5	<i>Geopricing</i> e <i>Geoblocking</i> .....	238
4.9	A ausência e o excesso de informação .....	244
4.10	O direito à legítima ignorância informacional.....	249
4.11	Conclusões parciais.....	254
CAPÍTULO 5 – SANÇÕES DO INCUMPRIMENTO .....		257
5.1	Sanções legais .....	257
5.1.1	Portugal.....	257
5.1.2	Brasil.....	260
5.1.2.1	Sanções legais administrativas .....	264
5.1.2.2	O Incidente de Demandas Repetitivas no Código de Processo Civil brasileiro .....	265
5.2	Tratamento jurisprudencial no direito comparado .....	270
5.2.1	Portugal.....	270
5.2.2	Brasil.....	272

5.2.3	Pontos convergentes.....	275
5.2.4	Pontos divergentes.....	275
5.3	Sanções morais – O poder do <i>eletronic word of mouth</i> .....	277
5.4	Coerção moral – Plataformas de avaliação.....	281
5.5	Consequências.....	286
5.6	Plataformas de resolução do litígio em linha – Portugal.....	289
5.7	Plataformas de resolução do litígio em linha – Brasil.....	293
5.8	Conclusões parciais.....	299
	SÍNTESE E CONCLUSÕES.....	301
	REFERÊNCIAS.....	307