

**FAHESP - FACULDADE DE CIÊNCIAS HUMANAS, EXATAS E DA SAÚDE DO
PIAUÍ**

AFYA FACULDADE PARNAÍBA

CURSO DE DIREITO

DISCIPLINA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO II

**PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO ELETRÔNICO:
UMA ANÁLISE DO CDC E DA LGPD.**

ELYESIO GALENO DUARTE

THAUAN DE CASTRO SANTOS BITENCOURT

PARNAÍBA/PI

2025



IESVAP - Instituto de Educação Superior do Vale do Parnaíba SA
Av. Evandro Lins e Silva, nº 4435 B. Sabiazal - CEP 64.212-790, Parnaíba-PI
CNPJ - 13.783.22/0001-70 | 86 3322-7314 | www.iesvap.edu.br

ELYESIO GALENO DUARTE
THAUAN DE CASTRO SANTOS BITENCOURT

**PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO ELETRÔNICO:
UMA ANÁLISE DO CDC E DA LGPD.**

Trabalho apresentado à disciplina de
Trabalho de Conclusão de Curso II como
requisito para obtenção de nota no Curso de
Direito FAHESP/AFYA.

Orientador(a): Tatiana Mendes Caldas
Castelo Branco

PARNAÍBA/PI

2025



RESUMO

Este trabalho analisou a proteção do consumidor no comércio eletrônico à luz do Código de Defesa do Consumidor (CDC) e da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). A partir de pesquisa bibliográfica e documental, com recorte temporal das principais decisões jurisprudenciais e relatórios oficiais, examinam-se as responsabilidades dos provedores e marketplaces, os mecanismos de prevenção a fraudes e o tratamento de dados pessoais dos consumidores. Confrontando a doutrina com decisões recentes do Supremo Tribunal Federal, do Superior Tribunal de Justiça e de tribunais estaduais, demonstra-se como a jurisprudência tem avançado na definição de critérios de responsabilização e na exigência de diligência proporcional por parte das plataformas digitais. O estudo identifica lacunas normativas e operacionais entre o CDC e a LGPD e propõe medidas práticas de natureza contratual, técnica e administrativa para ampliar a efetividade da tutela dos direitos do consumidor digital. Conclui-se que a proteção do consumidor virtual depende de uma integração contínua entre legislação, tecnologia e políticas públicas, assegurando maior transparência e segurança nas relações de consumo online.

Palavras-chave: Comércio eletrônico; proteção do consumidor; CDC; LGPD; responsabilização de plataformas; jurisprudência

1 INTRODUÇÃO

O comércio eletrônico consolidou-se nas últimas décadas como uma das principais formas de consumo, transformando significativamente a relação entre fornecedores e consumidores. A expansão das plataformas digitais de compra e venda foi impulsionada pelo avanço da internet e pelas mudanças nos hábitos de consumo, de modo que no Brasil o setor registrou crescimento de 286,7% entre 2016 e 2023, passando de aproximadamente R\$ 53 bilhões para R\$ 205,1 bilhões (FecomercioSP, 2024). Contudo, essa evolução trouxe também desafios relacionados à segurança das transações, à privacidade dos dados e ao aumento de práticas fraudulentas, o que reforça a necessidade de refletir sobre a efetividade da proteção do consumidor nesse ambiente.

No Brasil, a defesa do consumidor encontra respaldo constitucional desde 1988, com a previsão expressa no art. 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal, que estabeleceu como dever do Estado promover a proteção do consumidor. Essa determinação deu origem ao Código de Defesa do Consumidor (CDC), instituído em 1990, o qual marcou um avanço na tutela jurídica dos cidadãos, garantindo maior equilíbrio nas relações de consumo e fornecendo mecanismos de responsabilização para práticas abusivas. Inicialmente voltado às relações presenciais, o CDC passou a ser invocado também nas relações digitais, evidenciando sua importância diante das transformações tecnológicas.

Com a popularização da internet e o surgimento de novas plataformas de comércio eletrônico, especialmente a partir da década de 2010, observou-se um aumento considerável de fraudes, golpes e violações contratuais. Segundo estudo da ClearSale, empresa brasileira especializada em soluções antifraude e análise de risco que combina tecnologia, inteligência artificial e revisão humana para identificar e prevenir fraudes em transações online, em 2014 o índice de tentativas de fraude no comércio eletrônico brasileiro atingiu 3,98% (CLEARSALE, 2015). Já relatório da Equifax BoaVista, empresa global de dados e tecnologia que fornece informações e ferramentas para apoiar decisões de crédito mais seguras e inteligentes, aponta que no primeiro semestre de 2024 as tentativas de fraudes aumentaram 40% (EQUIFAX BOAVISTA, 2024). O ambiente virtual ampliou a vulnerabilidade do consumidor, dificultando a identificação de fornecedores e aumentando a exposição a práticas desleais, como a não entrega de produtos pagos, clonagem de cartões e cláusulas abusivas em contratos eletrônicos. Esse contexto reforçou a necessidade de atualizar a interpretação do CDC e de buscar novas legislações capazes de atender às demandas específicas do cenário digital.



Nesse sentido, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), sancionada em 2018, representou um marco regulatório fundamental para o comércio eletrônico. Inspirada em modelos internacionais, como o Regulamento Europeu de Proteção de Dados (GDPR), a LGPD trouxe diretrizes rigorosas para o tratamento, coleta e armazenamento de informações pessoais, impondo maior responsabilidade às empresas e estabelecendo sanções para condutas ilícitas. Sua vigência fortaleceu a defesa da privacidade dos consumidores e complementou o CDC ao abarcar um dos maiores desafios da era digital: a proteção de dados.

Além disso, a evolução tecnológica trouxe inovações como inteligência artificial e novos meios de pagamento digital, que ampliaram as possibilidades do comércio eletrônico, mas também aumentaram os riscos para os consumidores. A adaptação legislativa e a atualização constante da fiscalização tornaram-se indispensáveis para acompanhar tais transformações, exigindo do direito uma postura dinâmica e integrada às demandas sociais.

Diante dessa realidade, este trabalho buscou analisar a eficácia do Código de Defesa do Consumidor e da Lei Geral de Proteção de Dados na proteção dos consumidores diante dos desafios impostos pelo comércio eletrônico. A pesquisa examinou os principais problemas enfrentados, como fraudes, violações de privacidade e responsabilidades das plataformas de marketplace, ao mesmo tempo em que avaliou de que forma a aplicação prática dessas legislações contribui para mitigar tais dificuldades. Além da revisão bibliográfica e documental, foi realizada análise jurisprudencial de decisões do Supremo Tribunal Federal, do Superior Tribunal de Justiça e de tribunais estaduais, que vêm consolidando entendimentos sobre a responsabilização das plataformas digitais e a proteção de dados dos consumidores. A proposta incluiu discutir estratégias e recomendações para aprimorar a proteção jurídica, fomentar a educação digital e fortalecer políticas públicas voltadas ao consumidor.

Portanto, a presente investigação ofereceu uma análise crítica, histórica e cronológica da evolução da proteção do consumidor no comércio eletrônico, destacando o papel do Código de Defesa do Consumidor desde sua criação, o impacto da Lei Geral de Proteção de Dados na proteção de informações pessoais e os desafios atuais diante das inovações tecnológicas. Para tanto, o trabalho foi desenvolvido com base em pesquisa bibliográfica, documental e jurisprudencial, fundamentada em doutrinas de autores como Cláudia Lima Marques, Bruno Miragem, Patrícia Peck e Danilo Doneda, além da análise de julgados e relatórios oficiais compreendidos entre 2014 e 2025. Buscou-se compreender como o ordenamento jurídico brasileiro tem respondido a essas novas demandas, contribuindo para a reflexão acadêmica e



prática acerca da necessidade de um ambiente digital mais seguro, transparente e equilibrado para os consumidores brasileiros.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 Os Desafios do Consumidor na Era Digital: Fraudes e Violações de Privacidade

A consolidação do comércio eletrônico como modalidade principal de consumo trouxe inúmeras conveniências, mas também expôs os consumidores a um ambiente repleto de novos desafios e riscos. A expansão das plataformas digitais ampliou a vulnerabilidade do consumidor, que agora se depara com a dificuldade de identificar fornecedores e com uma maior exposição a práticas fraudulentas e desleais. Este capítulo se dedica a examinar os principais desafios enfrentados pelos consumidores no ambiente digital, com foco especial nas fraudes, que se tornaram mais sofisticadas e recorrentes, e nas crescentes violações de privacidade, que ameaçam a segurança dos dados pessoais.

O crescimento acelerado das transações digitais resultou em um aumento expressivo da incidência de fraudes, ataques cibernéticos e outras práticas abusivas. Essa realidade é confirmada por dados de órgãos de defesa do consumidor e relatórios especializados. Segundo levantamento da Serasa Experian, quase 10 milhões de tentativas de fraude de identidade foram registradas no Brasil apenas em 2023, o que representa uma média de uma tentativa a cada 8 segundos (SERASA EXPERIAN, 2023). Além disso, o Relatório de Fraude 2024 da mesma instituição revelou que 78% dos consumidores brasileiros estão dispostos a pagar mais caro por serviços digitais que ofereçam maior segurança, evidenciando a crescente preocupação com a proteção de dados e a confiança nas transações online (SERASA EXPERIAN, 2024).

As fraudes online se manifestam de diversas formas, testando constantemente a segurança e a confiança dos consumidores. Entre as práticas mais comuns relatadas estão vendedores fraudulentos que anunciam produtos e desaparecem após o pagamento, ataques de *phishing*, nos quais criminosos imitam empresas legítimas para obter informações sigilosas, e a clonagem de cartões de crédito em sites inseguros. Segundo reportagem do G1 (2025), as fraudes digitais custaram mais de R\$ 10 bilhões aos brasileiros apenas em 2024, representando um aumento de 17% em relação ao ano anterior. Entre os golpes mais recorrentes estão o chamado “golpe do WhatsApp”, as falsas vendas em e-commerce e o falso funcionário de banco, que juntos lideram o ranking das práticas fraudulentas mais comuns no país (G1, 2025). Tais práticas, além de causarem prejuízos financeiros diretos, abalam a confiança dos consumidores, prejudicando o desenvolvimento sustentável do comércio eletrônico.



Paralelamente às fraudes, a violação de privacidade tornou-se uma das maiores preocupações da era digital. Um estudo da Fundação Getúlio Vargas (FGV) revelou que 70% dos consumidores brasileiros estão preocupados com a privacidade de seus dados online. Outro desafio relevante é a dificuldade de execução dos contratos eletrônicos. Muitas vezes, cláusulas abusivas estão ocultas em termos de adesão extensos e de difícil compreensão, colocando o consumidor em uma posição de clara desvantagem e dificultando a defesa de seus direitos.

A doutrina de Cláudia Lima Marques (2019) ressalta que o consumidor digital é estruturalmente vulnerável, sobretudo pela assimetria informacional e pela ausência de contato direto com o fornecedor. Nessa linha, Bruno Miragem (2024) enfatiza que o princípio da boa-fé objetiva e da transparência, previstos nos arts. 4º e 6º do CDC, devem orientar toda relação de consumo, inclusive no meio eletrônico, a fim de equilibrar as partes. Além disso, o art. 14 do CDC estabelece a responsabilidade objetiva do fornecedor por falhas na prestação de serviços, princípio que deve ser estendido às plataformas digitais e marketplaces que intermediam as relações virtuais.

Nesse contexto, a violação de privacidade torna-se um dos maiores desafios contemporâneos. Conforme a Fundação Getúlio Vargas (FGV, 2024), 70% dos consumidores brasileiros expressam preocupação com o uso indevido de seus dados pessoais. A LGPD (Lei nº 13.709/2018) surge, então, como um complemento indispensável ao CDC, assegurando direitos fundamentais à liberdade, privacidade e autodeterminação informacional. Assim, compreender esses desafios é essencial para fortalecer a confiança dos consumidores e garantir um ambiente digital ético, transparente e seguro.

2.2 A Aplicação Prática do CDC e da LGPD na Proteção do Consumidor Virtual

Diante dos desafios expostos, o ordenamento jurídico brasileiro dispõe de dois marcos legislativos centrais: o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990) e a Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018). O CDC foi um divisor de águas na tutela consumerista ao consolidar direitos básicos, como segurança, informação e reparação de danos. Seu artigo 6º assegura o direito à informação adequada e clara, o que se aplica integralmente às relações eletrônicas, nas quais a clareza dos termos e políticas de privacidade é essencial. Conforme defende Maria Helena Diniz (2019), o CDC representa um "estatuto de cidadania econômica", capaz de equilibrar as relações de consumo, ainda que diante das novas tecnologias.

O CDC, instituído pela Lei nº 8.078/1990, materializa o dever do Estado de promover a defesa do consumidor, conforme estabelecido no art. 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal.



Embora concebido em uma era pré-digital, seus princípios de transparência, segurança e responsabilidade objetiva foram estendidos para as relações de consumo online, servindo como a primeira linha de defesa contra práticas abusivas no e-commerce.

A LGPD, por sua vez, complementa esse arcabouço jurídico ao disciplinar o tratamento de dados pessoais e impor deveres aos agentes de tratamento. O artigo 46 da LGPD determina que os controladores devem adotar medidas de segurança aptas a proteger os dados contra acessos não autorizados, vazamentos e destruição acidental. A atuação da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) fortaleceu a fiscalização e a responsabilização administrativa, como observa Danilo Doneda (2017), ao defender que a proteção de dados é também uma dimensão da dignidade da pessoa humana.

Contudo, a complexidade das relações digitais, especialmente no que tange ao uso massivo de dados pessoais, evidenciou a necessidade de uma legislação complementar. Nesse contexto, a LGPD, inspirada em modelos internacionais como o GDPR europeu, surgiu para estabelecer parâmetros rigorosos para a coleta, o armazenamento e o tratamento de informações pessoais. A LGPD impôs às empresas o dever de adotar medidas de segurança robustas e transparentes, fortalecendo a proteção da privacidade. A fiscalização ficou a cargo da ANPD, responsável por monitorar, orientar e aplicar sanções aos agentes de tratamento de dados. A relevância de sua atuação é evidenciada pelos mais de 1 milhão de notificações de violações de dados registradas até 2024, indicando uma fiscalização ativa, mas também um alto volume de inconformidades.

A jurisprudência recente do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios (TJDFT) reforça a aplicação do Código de Defesa do Consumidor às plataformas digitais que atuam como intermediadoras de vendas. No Recurso Inominado Cível nº 0705106-48.2024.8.07.0014, julgado em 29 de novembro de 2024, a Segunda Turma Recursal dos Juizados Especiais reconheceu a responsabilidade solidária e objetiva do Mercado Livre e do Mercado Pago pela venda de um medicamento falsificado em sua plataforma. O acórdão destacou que, ao disponibilizar infraestrutura tecnológica, avaliações de vendedores, ferramentas de segurança e intermediar pagamentos, a plataforma não se limita a ser um mero classificado, mas integra a cadeia de fornecimento, assumindo a posição de fornecedora de serviços. Por essa razão, deve responder pelos prejuízos causados ao consumidor, nos termos dos arts. 2º, 7º e 14 do CDC (TJDFT, 2024).



Essa decisão evidencia que o risco da atividade desenvolvida pelas plataformas digitais inclui a possibilidade de comercialização de produtos adulterados, sendo irrelevante a alegação de que atuam apenas como intermediadoras. Ao assumir papel ativo na mediação das transações e lucrar com elas, as plataformas atraem para si a confiança do consumidor e, consequentemente, a responsabilidade pelos danos decorrentes de falhas na prestação do serviço.

Complementando essa análise, Miragem (2024) destaca que as plataformas digitais, ao hospedar, promover e administrar anúncios de terceiros, integram a cadeia de fornecimento e devem ser responsabilizadas objetivamente pelos danos causados aos consumidores, especialmente em casos de publicidade enganosa. O autor argumenta que, embora muitas dessas plataformas aleguem atuar apenas como intermediadoras, sua atuação ativa na relação de consumo, incluindo a curadoria de conteúdo e a gestão do ambiente virtual, as enquadra como fornecedoras nos termos do art. 3º do Código de Defesa do Consumidor. Tal entendimento reforça a necessidade de interpretar o CDC à luz da realidade digital, ampliando a proteção do consumidor diante das novas formas de consumo.

Apesar dos avanços, a aplicação prática das leis revela desafios. A efetiva reparação de danos, por exemplo, muitas vezes se mostra um processo moroso e burocrático, dificultando a devolução de produtos, o cancelamento de transações fraudulentas e a restituição de valores. Ademais, a rápida evolução de tecnologias como inteligência artificial e blockchain exige um dinamismo constante dos órgãos reguladores e uma interpretação evolutiva do CDC e da LGPD para que não se tornem obsoletos.

Portanto, embora o arcabouço legal formado pelo CDC e pela LGPD represente um avanço significativo, sua aplicação prática ainda encontra barreiras. A efetividade da proteção depende não apenas da existência da norma, mas da sua capacidade de se adaptar às transformações tecnológicas e de ser implementada de forma célere e rigorosa, garantindo que os direitos dos consumidores sejam, de fato, assegurados no ambiente virtual.

2.3 Estratégias para o Aprimoramento da Proteção do Consumidor no Comércio Eletrônico

A análise dos desafios e da aplicação das leis vigentes evidencia que a proteção do consumidor digital é uma tarefa contínua e que demanda aperfeiçoamento constante. O fortalecimento da fiscalização e a ampliação da educação digital são pilares fundamentais.

Como destaca Miragem (2024), a atuação coordenada de órgãos como o Procon, a Secretaria



Nacional do Consumidor (Senacon) e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) é essencial para garantir que os direitos previstos em lei sejam efetivamente aplicados. Além disso, a imposição de sanções administrativas mais rigorosas e a publicização de casos exemplares funcionam como medidas preventivas e pedagógicas, reforçando o caráter protetivo do ordenamento jurídico.

Outro ponto crucial é a capacitação dos consumidores. A educação digital deve ser tratada como uma política pública de Estado. Segundo Marques (2019, p. 312), “a informação é a moeda da confiança nas relações de consumo modernas”, sendo o conhecimento o principal instrumento para o exercício consciente dos direitos. Campanhas educativas, parcerias entre o poder público, universidades e empresas, além da inclusão de conteúdos sobre cidadania digital nas escolas, podem reduzir vulnerabilidades e empoderar os consumidores contra práticas abusivas e fraudes virtuais.

Do ponto de vista legislativo, é urgente a criação de um marco regulatório específico para o comércio eletrônico, conforme sugerem Peck (2020) e Doneda (2017), integrando os princípios do Código de Defesa do Consumidor (CDC) e da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) em um único regime jurídico voltado à proteção digital. Tal medida reduziria lacunas interpretativas e reforçaria a segurança jurídica. Além disso, é recomendável que o legislador avance na responsabilização das plataformas de intermediação digital e marketplaces, consolidando no texto legal aquilo que a jurisprudência já vem reconhecendo de forma progressiva.

Um exemplo prático que ilustra essa necessidade de fortalecimento da proteção consumerista é o caso das grandes plataformas de intermediação digital, como o Mercado Livre, que assumem papel central nas relações de compra e venda realizadas em ambiente virtual. Apesar de se apresentarem como meros intermediadores, essas plataformas obtêm lucro direto sobre as transações realizadas, exercendo controle sobre anúncios, pagamentos e a própria estrutura de funcionamento do marketplace. Assim, enquadram-se na definição de fornecedor prevista no artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), respondendo solidariamente pelos danos ocasionados aos consumidores, conforme o artigo 7º, parágrafo único, do mesmo diploma legal.

A jurisprudência mais recente reforça essa compreensão. No Recurso Extraordinário nº 1.057.258/MG, julgado em 26 de junho de 2025, com repercussão geral reconhecida (Tema 987), o Supremo Tribunal Federal (STF) analisou a responsabilidade das plataformas digitais



por conteúdo de terceiros e a constitucionalidade do artigo 19 do Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014). O Tribunal, sob relatoria do Ministro Luiz Fux, declarou a inconstitucionalidade parcial e progressiva do referido artigo, entendendo que ele não assegurava proteção suficiente aos direitos fundamentais dos usuários e à própria democracia, diante da complexidade do ambiente digital contemporâneo.

De acordo com a tese fixada pelo STF, os provedores de aplicações de internet que funcionam como marketplaces, como o Mercado Livre, Amazon e outros respondem civilmente de acordo com o regime previsto no Código de Defesa do Consumidor, não se aplicando integralmente a limitação do art. 19 do MCI. Assim, tais plataformas podem ser responsabilizadas independentemente de ordem judicial, sempre que deixarem de adotar medidas diligentes para impedir a manutenção ou replicação de conteúdo ilícito, ou quando falharem em seus deveres de segurança e controle sobre as transações realizadas em seus ambientes digitais.

O STF ainda destacou que, ao atuarem como intermediadoras remuneradas, essas plataformas assumem posição de fornecedor aparente, atraindo para si a confiança do consumidor, razão pela qual devem garantir níveis adequados de segurança e transparência. Essa interpretação reforça a incidência dos princípios da boa-fé objetiva e da confiança legítima, previstos nos artigos 4º e 6º do CDC, além de reconhecer a necessidade de uma postura ativa das empresas na prevenção de danos decorrentes de práticas ilícitas virtuais.

O precedente marca uma virada constitucional na responsabilização civil das plataformas digitais, ao reconhecer que o modelo tradicional de responsabilidade apenas mediante ordem judicial (previsto no art. 19 do MCI) não é suficiente para proteger os direitos dos consumidores e usuários da internet. A decisão aproxima o regime jurídico digital do microsistema consumerista, fortalecendo a proteção contra práticas abusivas, fraudes e omissões no ambiente virtual.

Desse modo, o julgamento do RE 1.057.258/MG representa um avanço importante para o direito do consumidor na era digital, ao consolidar a ideia de que as plataformas de marketplace devem atuar com diligência, prevenção e responsabilidade, sob pena de responderem pelos danos causados em razão de falhas sistêmicas ou omissões. Essa orientação, somada à doutrina contemporânea, aponta para a necessidade de um direito digital proativo e integrador, que assegure o equilíbrio entre inovação tecnológica e tutela efetiva do consumidor.



Diante de todo o exposto, observa-se que as estratégias para o aprimoramento da proteção do consumidor no comércio eletrônico devem ser construídas em três eixos fundamentais: o aperfeiçoamento legislativo, o fortalecimento da jurisprudência e o comprometimento das plataformas digitais com a boa-fé e a transparência. O avanço normativo, aliado à atuação proativa dos tribunais e à adoção de políticas empresariais responsáveis, representa o caminho mais sólido para garantir que a inovação tecnológica caminhe em harmonia com os direitos fundamentais do consumidor. Assim, o ambiente virtual tende a se tornar mais seguro, ético e confiável, concretizando os princípios constitucionais da dignidade da pessoa humana e da proteção à confiança nas relações digitais.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho buscou analisar a responsabilidade civil das plataformas digitais e dos marketplaces nas relações de consumo estabelecidas em ambiente virtual, considerando a aplicação dos princípios e normas previstos no Código de Defesa do Consumidor e na legislação correlata. O estudo partiu da relevância crescente do comércio eletrônico na sociedade contemporânea e da necessidade de adequação das normas jurídicas a esse novo contexto, em que consumidores e fornecedores interagem por meio de ferramentas digitais.

No decorrer da pesquisa, observou-se que o avanço tecnológico trouxe benefícios significativos ao consumo, mas também novos riscos e desafios à proteção do consumidor, especialmente diante de fraudes eletrônicas e do uso indevido de dados pessoais. O item 2.1 destacou a vulnerabilidade do consumidor digital e a importância da atuação estatal e normativa para garantir um ambiente seguro nas transações online. Já o item 2.2 abordou a aplicação prática do Código de Defesa do Consumidor e da Lei Geral de Proteção de Dados, ressaltando que, embora existam instrumentos legais robustos, ainda há dificuldades na efetiva responsabilização das plataformas diante de danos decorrentes de falhas de segurança, descumprimento do dever de informação ou violação da privacidade do usuário.

O item 2.3 ampliou a análise ao propor estratégias para o aprimoramento da proteção do consumidor no comércio eletrônico, destacando o entendimento dos tribunais superiores quanto à responsabilidade das plataformas. O Superior Tribunal de Justiça, ao julgar o Recurso Especial nº 1.880.344/SP, firmou entendimento de que as plataformas de marketplace, como o Mercado Livre, podem ser responsabilizadas quando participam diretamente da relação de consumo ou quando há falha na prestação do serviço, ainda que se apresentem como meras intermediadoras. Complementarmente, o Supremo Tribunal Federal, no julgamento do Recurso



Extraordinário nº 1.057.258/MG, ocorrido em 2025, reconheceu a inconstitucionalidade parcial e progressiva do artigo 19 do Marco Civil da Internet, determinando que os provedores de aplicações que atuam como marketplaces respondem civilmente com base no regime do Código de Defesa do Consumidor. Esse entendimento reforça a necessidade de uma tutela mais efetiva e adaptada às dinâmicas do comércio eletrônico.

Assim, verificou-se que a hipótese apresentada inicialmente foi confirmada, demonstrando que as plataformas digitais assumem posição de fornecedor aparente, sendo passíveis de responsabilização civil pelos danos causados ao consumidor, sobretudo quando falham na segurança, na prestação de serviços ou na mediação das transações. O objetivo geral e os específicos foram devidamente alcançados, permitindo compreender que o fortalecimento da proteção do consumidor digital depende da integração entre legislação, doutrina e jurisprudência, bem como da atuação preventiva das plataformas e do Estado.

Dessa forma, conclui-se que a evolução das relações de consumo em meio digital exige uma constante atualização do ordenamento jurídico e da atuação dos operadores do Direito, de modo a acompanhar as inovações tecnológicas sem comprometer os princípios fundamentais da defesa do consumidor. O comércio eletrônico continuará a se expandir, e, por isso, torna-se essencial promover um equilíbrio entre o incentivo à inovação e a garantia de um ambiente digital seguro, transparente e justo para todos os consumidores.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

AUTORIDADE NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (ANPD). Relatório de Violações de Privacidade. Brasília, DF, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/anpd/pt-br>. Acesso em: 02 nov. 2025.

BRASIL. Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990). Diário Oficial da União, Brasília, DF, 12 set. 1990. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br>. Acesso em: 02 nov. 2025.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF: Senado Federal, 1988. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br>. Acesso em: 02 nov. 2025.

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 11 jan. 2002.

BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Marco Civil da Internet. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 24 abr. 2014.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 ago. 2018.

DINIZ, Maria Helena. Direito do Consumidor: teoria e prática. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

DONEDA, Danilo. A proteção de dados pessoais no Brasil: fundamentos e desafios. São Paulo: Juruá, 2017.

FEcomercioSP. Vendas do e-commerce brasileiro subiram 287% em sete anos. Alagoas, Goiás e Mato Grosso foram os que mais cresceram. Disponível em: <https://www.fecomercio.com.br/noticia/vendas-do-e-commerce-brasileiro-subiram-287-em-sete-anos-alagoas-goias-e-mato-grosso-foram-os-que-mais-cresceram>. Acesso em: 4 nov. 2025.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (FGV). Privacidade e Proteção de Dados no Brasil. São Paulo, 2024. Disponível em: <https://portal.fgv.br/en/ethics-and-compliance/personal-data-protection>. Acesso em: 02 nov. 2025.



G1. Os golpes virtuais que mais fazem os brasileiros perder dinheiro. G1 Tecnologia, 02 maio 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2025/05/02/os-golpes-virtuais-que-mais-fazem-os-brasileiros-perder-dinheiro.ghtml>. Acesso em: 02 nov. 2025.

MARQUES, Cláudia Lima. O novo consumidor digital: desafios e perspectivas. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

MIRAGEM, Bruno. Direito do Consumidor: aspectos jurídicos e desafios contemporâneos. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2024.

PECK, Patrícia. Direito Digital: a proteção de dados na prática. São Paulo: Juruá, 2020.

SERASA EXPERIAN. Quase 10 milhões de tentativas de fraude de identidade foram registradas em 2023, mostra Serasa Experian. Sala de Imprensa, 2023. Disponível em: <https://www.serasaexperian.com.br/sala-de-imprensa/prevencao-a-fraude/quase-10-milhoes-de-tentativas-de-fraude-de-identidade-foram-registradas-em-2023-mostra-serasa-experian/>. Acesso em: 02 nov. 2025.

SERASA EXPERIAN. Relatório de Fraude 2024: consumidores estão dispostos a pagar mais caro por segurança. Conteúdos Serasa, 2024. Disponível em: <https://www.serasaexperian.com.br/conteudos/relatorio-de-fraude-2024-consumidores-estao-dispostos-a-pagar-mais-caro-por-seguranca/>. Acesso em: 02 nov. 2025.

SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL (STF). Recurso Extraordinário nº 1.057.258/MG. Tribunal Pleno. Rel. Min. Luiz Fux. Julgado em 26 jun. 2025 (sessão presencial). Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/jurisprudenciarepercussao/verAndamentoProcesso.asp?incidente=5217273&numeroProcesso=1057258&classeProcesso=RE&numeroTema=533>. Acesso em: 02 nov. 2025.

SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA (STJ). Recurso Especial nº 1.880.344 – SP (2020/0149326-1). Rel. Min. Nancy Andrighi. 3ª Turma. Julgado em 09 mar. 2021. Diário da Justiça Eletrônico, Brasília, DF, 11 mar. 2021.

TELETIME. Índice de fraudes no comércio eletrônico brasileiro foi de 3,98% em 2014. Teletime, 26 maio 2015. Disponível em: <https://teletime.com.br/26/05/2015/indice-de-fraudes-no-comercio-eletronico-brasileiro-foi-de-398-em-2014-2/>. Acesso em: 02 nov. 2025.



TI INSIDE. Índice de fraudes no comércio eletrônico brasileiro foi de 3,98% em 2014. TI Inside Online, 26 maio 2015. Disponível em: <https://tiinside.com.br/26/05/2015/indice-de-fraudes-no-comercio-eletronico-brasileiro-foi-de-398-em-2014/>. Acesso em: 5 nov. 2025.

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL E DOS TERRITÓRIOS (TJDFT). Recurso Inominado Cível nº 0705106-48.2024.8.07.0014. Segunda Turma Recursal dos Juizados Especiais. Rel. Juíza Maria Isabel da Silva. Julgado em 29 nov. 2024. Acórdão nº 1948219.

UNIÃO EUROPEIA. Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de abril de 2016, relativo à proteção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais e à livre circulação desses dados (GDPR). Official Journal of the European Union, L 119, p. 1–88, 2016.

VEJA. Tentativas de golpes aumentam 40% no e-commerce no primeiro semestre. Radar Econômico, 2024. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/radar-economico/tentativas-de-golpes-aumentam-40-no-e-commerce-no-primeiro-semestre/>. Acesso em: 02 nov. 2025.

