



DÂMILLY DE SOUSA ANDRADE

RAYSSA DE SOUSA BRITO

**O DIREITO DO CONSUMIDOR NA ERA DIGITAL: UMA ANÁLISE SOBRE A
PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR EM FACE DO COMÉRCIO ELETRÔNICO**

TERESINA-PI

2025

DÂMILLY DE SOUSA ANDRADE

RAYSSA DE SOUSA BRITO

**O DIREITO DO CONSUMIDOR NA ERA DIGITAL: UMA ANÁLISE SOBRE A
PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR EM FACE DO COMÉRCIO ELETRÔNICO**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Afya Centro Universitário –
Uninovafapi, para obtenção do título de
Bacharel em Direito.

Orientador(a): Prof.^a Me. Sara Morgana
Silva Carvalho Lopes

TERESINA-PI

2025

FICHA CATALOGRÁFICA

- A554d Andrade, Dâmilly de Sousa
O direito do consumidor na era digital: uma análise sobre a proteção do consumidor em face do comércio eletrônico / Dâmilly de Sousa Andrade; Rayssa de Sousa Brito. — Teresina: UNINOVAFAPI, 2025.
Orientador (a): Profº. Ms. Sara Morgana Silva Carvalho Lopes. – UNINOVAFAPI, 2025.
28.p.; 23cm.
- Trabalho de conclusão (Graduação em direito) – UNINOVAFAPI, Teresina, 2025.
1. Direito do consumidor. 2. Comércio eletrônico. 3. Proteção de dados. I. Título. II. Brito, Rayssa de Sousa.

CDD 342.231

Catálogo na publicação
Francisco Renato Sampaio da Silva – CRB/1028

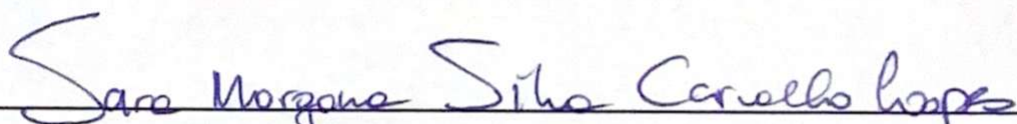
DÂMILLY DE SOUSA ANDRADE
RAYSSA DE SOUSA BRITO

**O DIREITO DO CONSUMIDOR NA ERA DIGITAL: uma análise sobre a proteção
do consumidor em face do comércio eletrônico**

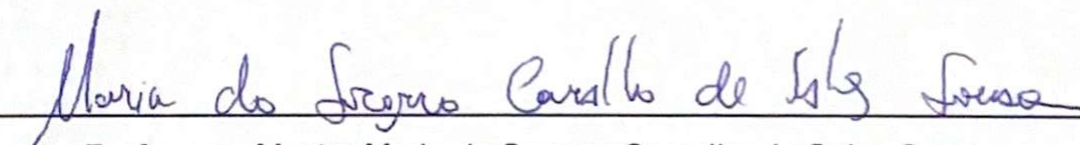
Artigo de Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Banca Examinadora do
Afya Centro Universitário Uninovafapi,
como requisito parcial para obtenção do
grau de Bacharel em Direito.

Data de Aprovação: 11 / 11 / 2025

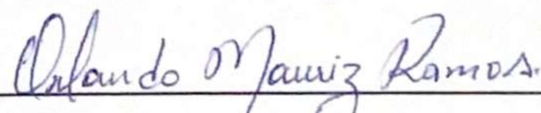
BANCA EXAMINADORA



Professora Mestra Sara Morgana Silva Carvalho Lopes
Afya Centro Universitário Uninovafapi
(Orientadora)



Professora Mestra Maria do Socorro Carvalho de Sales Sousa
Afya Centro Universitário Uninovafapi
(1º Examinadora)



Professor Mestre Orlando Mauriz Ramos
Afya Centro Universitário Uninovafapi
(2º Examinador)

RESUMO

O presente estudo aborda a transformação das relações de consumo na era digital, impulsionada pela revolução tecnológica, com destaque para o comércio eletrônico como um dos principais motores da economia atual. A facilidade e a globalização proporcionadas pela internet são inegáveis, entretanto, por outro lado, surgem novos riscos para o consumidor, como fraudes, vazamentos de dados e publicidade abusiva, exigindo uma adaptação constante da legislação. A análise foca na aplicação do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990) nesse contexto digital, destacando os desafios enfrentados pelas normas tradicionais diante das novas formas de contratação e interação online. O estudo investiga a eficácia do sistema jurídico atual, considerando as particularidades do ambiente virtual e as dificuldades de fiscalização e aplicação das normas. Além disso, propõe melhorias para garantir maior proteção ao consumidor digital, incluindo a necessidade de maior transparência, segurança e regulamentação das plataformas online. A proposta de um marco regulatório mais robusto busca assegurar que os direitos do consumidor sejam efetivamente resguardados, sem prejudicar o desenvolvimento do comércio eletrônico. Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa de revisão bibliográfica narrativa, de abordagem qualitativa, natureza básica e caráter explicativo. Adotou-se o método dedutivo, partindo dos princípios gerais do direito consumerista para analisar situações específicas do comércio eletrônico.

Palavras-chave: direito do consumidor; comércio eletrônico; proteção de dados.

ABSTRACT

This study addresses the transformation of consumer relations in the digital age, driven by the technological revolution, with emphasis on e-commerce as one of the main drivers of the current economy. The ease and globalization provided by the internet are undeniable, but, on the other hand, new risks arise for the consumer, such as fraud, data leaks, and abusive advertising, requiring constant adaptation of legislation. The analysis focuses on the application of the Consumer Protection Code (Law No. 8.078/1990) in this digital context, highlighting the challenges faced by traditional norms in the face of new forms of online contracting and interaction. The study investigates the effectiveness of the current legal system, considering the particularities of the virtual environment and the difficulties of monitoring and applying the rules. Furthermore, it proposes improvements to ensure greater protection for the digital consumer, including the need for greater transparency, security, and regulation of online platforms. The proposal for a more robust regulatory framework seeks to ensure that consumer rights are effectively safeguarded without hindering the development of e-commerce. Methodologically, this is a narrative literature review, with a qualitative approach, basic in nature, and explanatory in character. The deductive method was adopted, starting from the general principles of consumer law to analyze specific situations in e-commerce.

Keywords: consumer law; electronic commerce; data protection.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 ARTIGO	10
3 CONSIDERAÇÕES FINAIS	27
REFERÊNCIAS.....	28
ANEXO A – COMPROVANTE DE SUBMISSÃO	29

1 INTRODUÇÃO

O avanço tecnológico provocou uma profunda transformação nas relações de consumo, instaurando um novo paradigma nas interações entre fornecedores e consumidores. O comércio eletrônico consolidou-se como um dos principais canais de aquisição de bens e serviços, proporcionando praticidade e rapidez nas transações. Entretanto, essa facilidade veio acompanhada de riscos significativos, como fraudes virtuais, vazamento de dados pessoais e práticas abusivas de mercado, que desafiam a efetividade da proteção jurídica do consumidor.

De acordo com pesquisa do DataSenado (2024), a segurança digital passou a figurar entre as maiores preocupações dos brasileiros, em virtude do aumento expressivo de tentativas de golpes e fraudes nas plataformas online. Esses fatos evidenciam a necessidade de constante atualização das normas e políticas de defesa do consumidor, para que possam acompanhar a velocidade em que acontecem as transformações tecnológicas e garantir também maior segurança nas transações virtuais.

Nesse contexto, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), Lei nº 13.709/2018, representou um avanço importante na tutela da privacidade e da segurança informacional. Contudo, ainda persistem lacunas quanto à sua integração com o Código de Defesa do Consumidor (CDC), Lei nº 8.078/1990, o que gera incertezas na responsabilização de agentes e na reparação de danos ocorridos no ambiente digital. Assim, torna-se imprescindível compreender de que forma o sistema jurídico pode ser aprimorado para atender às demandas do mercado eletrônico contemporâneo.

Tem-se, portanto, como problema de pesquisa: de que forma a legislação brasileira vigente pode ser aplicada ou adaptada para assegurar a proteção do consumidor em transações realizadas no âmbito digital, especialmente nos casos de fraudes ou falhas que gerem prejuízos aos consumidores?

O objetivo desta pesquisa é discutir a eficácia da legislação brasileira na proteção do consumidor diante das transações realizadas no comércio eletrônico. Para tanto, o estudo examina os desafios encontrados na aplicação do CDC e do Código Civil (CC) às relações de consumo digitais, considerando a natureza desmaterializada e automatizada dessas interações. Além disso, busca propor aprimoramentos ao ordenamento jurídico vigente, de modo a assegurar tutela mais

efetiva ao consumidor, garantindo-lhe segurança, transparência e confiabilidade nas operações comerciais eletrônicas.

A pesquisa justifica-se diante da necessidade de promover o aprimoramento da proteção jurídica dos consumidores nas transações eletrônicas, especialmente diante do aumento de fraudes, falhas sistêmicas e violações de dados pessoais. Embora os direitos do consumidor estejam assegurados na legislação vigente, sua efetivação prática no meio digital ainda representa um desafio relevante para o Estado e para a sociedade.

Este trabalho caracteriza-se como uma pesquisa de revisão bibliográfica narrativa, com abordagem qualitativa, de natureza básica e finalidade explicativa. A abordagem qualitativa mostra-se adequada por permitir uma análise aprofundada dos aspectos jurídicos, sociais e tecnológicos que envolvem a proteção do consumidor no ambiente digital. O método dedutivo é utilizado para partir dos princípios gerais do Código de Defesa do Consumidor e aplicá-los às situações específicas que surgem no comércio eletrônico, buscando identificar lacunas e propor soluções.

Assim, ao considerar que o comércio eletrônico impôs novas formas de interação e contratualização entre consumidores e fornecedores, torna-se indispensável refletir sobre a capacidade do ordenamento jurídico em acompanhar tais transformações. Embora o Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil constituam pilares fundamentais da proteção jurídica nas relações de consumo, suas estruturas foram concebidas em um contexto analógico, o que gera desafios significativos quanto à sua aplicação no ambiente digital.

Diante disso, o próximo capítulo analisará de forma crítica os principais desafios regulatórios e as dificuldades encontradas na aplicação dessas normas tradicionais às relações virtuais, evidenciando as lacunas existentes e a necessidade de atualização interpretativa e normativa para garantir a efetividade da tutela do consumidor na era digital.

2 ARTIGO

O DIREITO DO CONSUMIDOR NA ERA DIGITAL: uma análise sobre a proteção do consumidor em face do comércio eletrônico

CONSUMER LAW IN THE DIGITAL AGE: an analysis of consumer protection in the face of electronic commerce

Resumo

Esse estudo aborda a transformação das relações de consumo na era digital, impulsionada pela revolução tecnológica, com destaque para o comércio eletrônico como um dos principais motores da economia atual. A facilidade e a globalização proporcionadas pela internet são inegáveis, entretanto, por outro lado, surgem novos riscos para o consumidor, como fraudes, vazamentos de dados e publicidade abusiva, exigindo uma adaptação constante da legislação. A análise foca na aplicação do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990) nesse contexto digital, destacando os desafios enfrentados pelas normas tradicionais diante das novas formas de contratação e interação online. O estudo investiga a eficácia do sistema jurídico atual, considerando as particularidades do ambiente virtual e as dificuldades de fiscalização e aplicação das normas. Além disso, propõe melhorias para garantir maior proteção ao consumidor digital, incluindo a necessidade de maior transparência, segurança e regulamentação das plataformas online. A proposta de um marco regulatório mais robusto busca assegurar que os direitos do consumidor sejam efetivamente resguardados, sem prejudicar o desenvolvimento do comércio eletrônico. Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa de revisão bibliográfica narrativa, de abordagem qualitativa, natureza básica e caráter explicativo. Adotou-se o método dedutivo, partindo dos princípios gerais do direito consumerista para analisar situações específicas do comércio eletrônico.

Palavras-chaves: direito do consumidor; comércio eletrônico; proteção de dados.

Abstract

This study addresses the transformation of consumer relations in the digital age, driven by the technological revolution, with emphasis on e-commerce as one of the main drivers of the current economy. The ease and globalization provided by the internet are undeniable, but, on the other hand, new risks arise for the consumer, such as fraud, data leaks, and abusive advertising, requiring constant adaptation of legislation. The analysis focuses on the application of the Consumer Protection Code (Law No. 8.078/1990) in this digital context, highlighting the challenges faced by traditional norms in the face of new forms of online contracting and interaction. The study investigates the effectiveness of the current legal system, considering the particularities of the virtual environment and the difficulties of monitoring and applying the rules. Furthermore, it proposes improvements to ensure greater protection for the digital consumer, including the need for greater transparency, security, and regulation of online platforms. The proposal for a more robust regulatory framework seeks to ensure that consumer rights are effectively safeguarded without hindering the development of e-commerce. Methodologically, this is a narrative literature review, with

a qualitative approach, basic in nature, and explanatory in character. The deductive method was adopted, starting from the general principles of consumer law to analyze specific situations in e-commerce.

Keywords: consumer law; electronic commerce; data protection.

1 INTRODUÇÃO

O avanço tecnológico provocou uma profunda transformação nas relações de consumo, instaurando um novo paradigma nas interações entre fornecedores e consumidores. O comércio eletrônico consolidou-se como um dos principais canais de aquisição de bens e serviços, proporcionando praticidade e rapidez nas transações. Entretanto, essa facilidade veio acompanhada de riscos significativos, como fraudes virtuais, vazamento de dados pessoais e práticas abusivas de mercado, que desafiam a efetividade da proteção jurídica do consumidor.

De acordo com pesquisa do DataSenado (2024), a segurança digital passou a figurar entre as maiores preocupações dos brasileiros, em virtude do aumento expressivo de tentativas de golpes e fraudes nas plataformas online. Esses fatos evidenciam a necessidade de constante atualização das normas e políticas de defesa do consumidor, para que possam acompanhar a velocidade em que acontecem as transformações tecnológicas e garantir também maior segurança nas transações virtuais.

Nesse contexto, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), Lei nº 13.709/2018, representou um avanço importante na tutela da privacidade e da segurança informacional. Contudo, ainda persistem lacunas quanto à sua integração com o Código de Defesa do Consumidor (CDC), Lei nº 8.078/1990, o que gera incertezas na responsabilização de agentes e na reparação de danos ocorridos no ambiente digital. Assim, torna-se imprescindível compreender de que forma o sistema jurídico pode ser aprimorado para atender às demandas do mercado eletrônico contemporâneo.

Tem-se, portanto, como problema de pesquisa: de que forma a legislação brasileira vigente pode ser aplicada ou adaptada para assegurar a proteção do consumidor em transações realizadas no âmbito digital, especialmente nos casos de fraudes ou falhas que gerem prejuízos aos consumidores?

O objetivo desta pesquisa é discutir a eficácia da legislação brasileira na proteção do consumidor diante das transações realizadas no comércio eletrônico.

Para tanto, o estudo examina os desafios encontrados na aplicação do CDC e do Código Civil (CC) às relações de consumo digitais, considerando a natureza desmaterializada e automatizada dessas interações. Além disso, busca propor aprimoramentos ao ordenamento jurídico vigente, de modo a assegurar tutela mais efetiva ao consumidor, garantindo-lhe segurança, transparência e confiabilidade nas operações comerciais eletrônicas.

A pesquisa justifica-se diante da necessidade de promover o aprimoramento da proteção jurídica dos consumidores nas transações eletrônicas, especialmente diante do aumento de fraudes, falhas sistêmicas e violações de dados pessoais. Embora os direitos do consumidor estejam assegurados na legislação vigente, sua efetivação prática no meio digital ainda representa um desafio relevante para o Estado e para a sociedade.

Este trabalho caracteriza-se como uma pesquisa de revisão bibliográfica narrativa, com abordagem qualitativa, de natureza básica e finalidade explicativa. A abordagem qualitativa mostra-se adequada por permitir uma análise aprofundada dos aspectos jurídicos, sociais e tecnológicos que envolvem a proteção do consumidor no ambiente digital. O método dedutivo é utilizado para partir dos princípios gerais do Código de Defesa do Consumidor e aplicá-los às situações específicas que surgem no comércio eletrônico, buscando identificar lacunas e propor soluções.

Assim, ao considerar que o comércio eletrônico impôs novas formas de interação e contratualização entre consumidores e fornecedores, torna-se indispensável refletir sobre a capacidade do ordenamento jurídico em acompanhar tais transformações. Embora o Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil constituam pilares fundamentais da proteção jurídica nas relações de consumo, suas estruturas foram concebidas em um contexto analógico, o que gera desafios significativos quanto à sua aplicação no ambiente digital.

Diante disso, o próximo capítulo analisará de forma crítica os principais desafios regulatórios e as dificuldades encontradas na aplicação dessas normas tradicionais às relações virtuais, evidenciando as lacunas existentes e a necessidade de atualização interpretativa e normativa para garantir a efetividade da tutela do consumidor na era digital.

2 DESAFIOS REGULATÓRIOS E AS DIFICULDADES NA APLICAÇÃO DO CÓDIGO

DE DEFESA DO CONSUMIDOR E DO CÓDIGO CIVIL NO AMBIENTE DIGITAL

A consolidação da era digital inaugurou uma nova dimensão das relações de consumo, marcada pela desmaterialização dos contratos e pela intermediação tecnológica nas transações. As trocas comerciais, antes fundadas na presença física das partes, passaram a ocorrer em ambientes virtuais, por meio de plataformas eletrônicas e aplicativos que permitem a aquisição de bens e serviços de forma instantânea. Essa transição trouxe implicações jurídicas profundas, sobretudo quanto à aplicação das normas tradicionais de proteção do consumidor e de responsabilidade civil.

O Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil foram concebidos em períodos distintos, voltados a realidades analógicas e presenciais. Ambos enfrentam, atualmente, o desafio de se adaptar a um cenário de interações descentralizadas, automáticas e mediadas por algoritmos. O Código de Defesa do Consumidor, principal marco normativo da proteção consumerista no Brasil, estrutura-se sobre princípios como a vulnerabilidade do consumidor, a boa-fé objetiva e a transparência. No entanto, sua aplicação integral às relações digitais enfrenta entraves de ordem técnica, interpretativa e material (Brasil, 1990).

O artigo 4º, inciso I, reconhece expressamente a vulnerabilidade do consumidor, princípio que, segundo Benjamin, Marques e Bessa (2016, p. 160), “ultrapassa a esfera contratual, assumindo caráter estrutural e permanente, pois reflete a posição de desequilíbrio do consumidor diante do poder econômico e técnico do fornecedor”.

No ambiente digital, essa vulnerabilidade é intensificada. O consumidor enfrenta sistemas complexos, controlados por empresas que detêm monopólio informacional e utilizam algoritmos sofisticados para influenciar escolhas de consumo. Manifesta-se, assim, a vulnerabilidade técnica, pela dificuldade de compreender o funcionamento das plataformas e o tratamento de dados pessoais; a vulnerabilidade jurídica, pela incerteza sobre quem é o responsável em caso de dano; e a vulnerabilidade fática, decorrente do desequilíbrio econômico e da limitação de acesso a meios efetivos de reparação.

Apesar de robusta, a legislação consumerista carece de instrumentos específicos para lidar com as peculiaridades do comércio eletrônico. O artigo 6º do CDC assegura o direito à informação e à proteção contra práticas abusivas, mas a concretização desse comando é dificultada pela linguagem técnica e pela estrutura

dos contratos digitais, que muitas vezes induzem o consentimento sem leitura prévia. As chamadas *dark patterns* são exemplos de interfaces manipulativas aos usuários que violam os princípios da transparência e da boa-fé objetiva.

Marques (2019, p. 212) observa que “a publicidade dirigida e a coleta massiva de dados pessoais transformaram a vulnerabilidade informacional em um dos maiores desafios contemporâneos à efetividade do direito à informação do consumidor”. O uso de algoritmos e técnicas de *profiling*, que refere-se a análise de dados para extrair características, perfis ou padrões, permite o direcionamento de ofertas personalizadas, o que, embora pareça vantajoso, pode restringir a autonomia da vontade e manipular o processo decisório, comprometendo o consentimento livre e informado.

Outro aspecto relevante são as práticas abusivas, previstas no artigo 39 desse instrumento protetivo que proíbe condutas que coloquem o consumidor em desvantagem excessiva. No meio digital, essas práticas assumem novas formas, como notificações insistentes, publicidade subliminar em aplicativos e inserção automática de produtos em carrinhos virtuais. Tais estratégias tecnológicas mantêm o mesmo efeito de subjugação da vontade do consumidor e violam o espírito protetivo da legislação.

O Decreto Federal nº 7.962/2013 buscou mitigar parte dessas lacunas ao regulamentar o comércio eletrônico, estabelecendo regras sobre oferta de informações, atendimento facilitado e direito de arrependimento. O artigo 2º do decreto obriga o fornecedor a disponibilizar, de forma ostensiva, dados de identificação, endereço e características essenciais do produto ou serviço. No entanto, a eficácia dessa norma ainda é limitada, pois sua aplicação depende da fiscalização dos órgãos de defesa do consumidor e da rastreabilidade de fornecedores sediados fora do país (Brasil, 2013).

Outro desafio é a fragmentação normativa, já que a tutela do consumidor digital envolve não apenas o CDC, mas também o Marco Civil da Internet, (Lei nº 12.965/2014) e a LGPD. O Marco Civil assegura, em seu artigo 7º, a inviolabilidade da intimidade e o sigilo das comunicações, enquanto a LGPD disciplina o tratamento de dados pessoais com base em princípios de finalidade e necessidade (Brasil, 2014).

Como observa Doneda (2020, p. 54), “a integração entre a LGPD e o CDC ainda carece de sistematização interpretativa, de modo que a sobreposição de regimes jurídicos pode gerar insegurança e dificultar a responsabilização dos agentes

de tratamento de dados”. Essa sobreposição se evidencia em casos de vazamentos e uso indevido de dados, em que há dúvidas sobre a norma aplicável e sobre qual autoridade tem competência para atuar.

O Código Civil também desempenha papel subsidiário na regulação das relações de consumo digitais. Conforme o artigo 7º do Código de Defesa do Consumidor, aplica-se o regime civilista apenas quando não houver conflito com as normas específicas da lei consumerista. A referida norma civilista adota, como regra, a responsabilidade subjetiva, conforme o artigo 927, enquanto o Código de Defesa do Consumidor estabelece a responsabilidade objetiva do fornecedor, conforme o artigo 12, o que reforça a necessidade de privilegiar o regime especial nas relações de consumo digitais, em que a apuração da culpa é frequentemente inviável.

Além disso, o CC sustenta princípios fundamentais como a boa-fé objetiva, conforme o artigo 422, e a função social do contrato, conforme o artigo 421, que se projetam nas relações de consumo como instrumentos de equilíbrio e lealdade. Nas contratações eletrônicas, tais princípios devem orientar a interpretação das cláusulas e a responsabilização de fornecedores por falhas no sistema, vazamentos de dados ou descumprimento de ofertas.

Outro desafio diz respeito à efetividade das normas jurídicas. A natureza transnacional das plataformas digitais dificulta a aplicação das leis brasileiras e a execução de decisões judiciais. O artigo 12 do Marco Civil da Internet prevê cooperação internacional para responsabilização de provedores, mas, na prática, o trâmite é lento e pouco eficaz.

A atuação dos órgãos de defesa do consumidor, como PROCONs (Programa de Proteção e Defesa do Consumidor), Ministério Público e SENACON (Secretaria Nacional do Consumidor), é essencial, mas essas instituições ainda carecem de estrutura tecnológica e integração sistêmica para fiscalizar grandes plataformas. A mediação e conciliação online, previstas na LGPD, são alternativas eficazes para resolver conflitos digitais, especialmente quando realizadas por meio de plataformas públicas, como o *Consumidor.gov.br*.

Em síntese, as dificuldades na aplicação do CDC e do CC ao ambiente digital decorrem da defasagem normativa frente à velocidade das transformações tecnológicas. O sistema jurídico brasileiro, embora avançado, precisa ser reinterpretado à luz dos princípios constitucionais da dignidade da pessoa humana (art. 1º, III, CF) e da defesa do consumidor (art. 5º, XXXII, e art. 170, V, CF).

A proteção do consumidor digital deve ser compreendida como um sistema integrado, no qual o CDC, o Código Civil, o Marco Civil da Internet e a LGPD se complementam para garantir a efetividade da tutela jurídica. A consolidação dessa proteção depende de uma interpretação evolutiva e da atuação coordenada entre Judiciário, órgãos administrativos e legislador, assegurando que os princípios da vulnerabilidade, boa-fé, transparência e segurança jurídica se mantenham aplicáveis às novas tecnologias.

O comércio eletrônico, em sua natureza global, desafia as fronteiras tradicionais do Direito. A aplicação conjunta e coerente da legislação consumerista e do Código Civil exige não apenas atualização legislativa, mas também maturidade interpretativa e institucional. O futuro da proteção consumerista no Brasil dependerá da capacidade de equilibrar inovação tecnológica e segurança jurídica, garantindo ao consumidor digital o pleno exercício de seus direitos em um ambiente cada vez mais dinâmico e complexo.

3 DA PROTEÇÃO E DIREITOS AOS CONSUMIDORES NO *E-COMMERCE*

Evidenciada a necessidade de proteção dos consumidores nas relações de consumo digitais, especialmente diante das dificuldades enfrentadas nas transações realizadas pela internet, passa-se à análise dos direitos e mecanismos de tutela previstos no ordenamento jurídico brasileiro. Neste capítulo, examinam-se os principais instrumentos de proteção no ambiente virtual e a aplicação do Código de Defesa do Consumidor às relações eletrônicas, bem como o papel do Decreto nº 7.962/2013 na regulamentação do comércio eletrônico (Brasil, 2013).

A Lei n. 8.078/1990 aplica-se integralmente às relações de consumo estabelecidas em meio digital, disciplinando as interações entre consumidores e fornecedores em plataformas eletrônicas. O CDC assegura direitos básicos como o direito à informação clara e adequada, impondo aos fornecedores o dever de disponibilizar todos os dados relevantes sobre os produtos e serviços ofertados, características, preço, prazos de entrega, formas de pagamento e políticas de troca e devolução, permitindo ao consumidor uma decisão consciente e segura (Brasil, 1990).

O Código também protege contra práticas comerciais abusivas, aplicando-se às situações em que o fornecedor utiliza estratégias enganosas, publicidade falsa ou informações distorcidas com o intuito de induzir o consumidor ao erro. Tais condutas configuram violação ao princípio da boa-fé objetiva, podendo ser contestadas

judicialmente, assim como as cláusulas contratuais que coloquem o consumidor em desvantagem excessiva.

Essas práticas configuram violação ao princípio da boa-fé e podem ser contestadas judicialmente, assim como as cláusulas contratuais abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem excessiva ou contrariem os princípios do sistema de proteção consumerista.

Outro ponto relevante refere-se à responsabilidade civil dos fornecedores pelos produtos e serviços disponibilizados. O CDC garante a adequação e conformidade das ofertas, determinando que os produtos correspondam às informações divulgadas e atendam à finalidade esperada. Caso o bem adquirido apresente vício, defeito ou não corresponda às expectativas legítimas, o consumidor pode exigir substituição, reembolso ou reparação dos danos, conforme o artigo 35 do Código:

Art. 35. Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha: I - exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade; II - aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente; III - rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos (Brasil, 1990).

Ainda que a responsabilidade não recaia diretamente sobre o fornecedor principal, este continua obrigado a responder pelos prejuízos decorrentes da relação de consumo, em razão da vulnerabilidade estrutural do consumidor. O CDC, portanto, assegura um amparo jurídico essencial, pois a oferta integra o contrato de consumo e constitui elemento fundamental da relação entre as partes.

Além da proteção contratual, o CDC aborda a segurança e privacidade dos dados pessoais no ambiente digital. Com o avanço das transações online, surgiram preocupações crescentes quanto à coleta, armazenamento e uso dessas informações. Nesse sentido, o Código impõe o dever de consentimento prévio e informado, bem como a adoção de medidas de segurança que assegurem a confidencialidade e integridade dos dados dos consumidores (Brasil, 1990).

Entre os direitos de destaque no *e-commerce*, comércio eletrônico, figura o direito de arrependimento, que permite ao consumidor desistir da compra realizada fora do estabelecimento comercial, inclusive pela internet, dentro do prazo de sete dias, sem necessidade de justificativa. Esse direito, previsto no artigo 49 do CDC, protege o consumidor contra decisões impulsivas e práticas de marketing agressivas.

Conforme observa Coelho (2016, p. 64), o direito de arrependimento deve ser

reconhecido especialmente nas hipóteses em que o comércio eletrônico utiliza técnicas persuasivas, como contagens regressivas e prazos curtos para compra, capazes de pressionar o consumidor a contratar sem reflexão adequada. De modo semelhante, Marques (2007, p. 76) ressalta que a ausência de contato direto com o produto e o uso de sistemas automatizados intensificam a vulnerabilidade técnica do consumidor, justificando a manutenção do direito de arrependimento como mecanismo de equilíbrio contratual.

Dessa forma, o direito de arrependimento assume papel central no comércio eletrônico, pois permite que o consumidor devolva o produto em perfeitas condições e receba de volta os valores pagos, sem ônus adicional, assegurando a confiança e a equidade na relação de consumo.

O Decreto Federal nº 7.962/2013, em vigor desde 15 de maio de 2013, representa importante avanço na regulamentação do comércio eletrônico, ao estabelecer normas específicas para as contratações realizadas via internet. Seu artigo 1º dispõe:

Art. 1º Este Decreto regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico, abrangendo os seguintes aspectos: I - informações claras a respeito do produto, serviço e do fornecedor; II - atendimento facilitado ao consumidor; e III - respeito ao direito de arrependimento (Brasil, 2013).

O decreto reforça a obrigatoriedade de transparência e acessibilidade da informação, garantindo que o consumidor tenha amplo conhecimento sobre o produto e sobre o fornecedor antes da contratação. O artigo 2º impõe que os sites e demais meios eletrônicos disponibilizem, de forma clara e em local de destaque, dados como nome empresarial, CNPJ, endereço físico e eletrônico, e demais informações que permitam a localização do fornecedor (Brasil, 2013).

Essa medida superou uma das principais dificuldades do comércio eletrônico: a dificuldade de contato com o vendedor em caso de problemas contratuais. Como observa Souza (2018, p. 475), “com a liberalização desses dados, permite-se ao consumidor localizar o fornecedor para, havendo problemas na contratação, resolver a questão e adotar as medidas necessárias”.

O decreto também reforça o direito de arrependimento em seu artigo 5º, determinando que o fornecedor deve informar, de forma ostensiva, os meios adequados para seu exercício. O §3º do mesmo artigo impõe que, uma vez comunicado o arrependimento, o fornecedor deve notificar imediatamente a instituição financeira ou administradora de cartão de crédito para efetuar o estorno da transação,

evitando prejuízo ao consumidor (Brasil, 2013).

Além disso, o §2º estabelece que, ao ser exercido o direito de arrependimento, o contrato principal e seus acessórios devem ser integralmente desfeitos, sem encargos ou penalidades ao consumidor, garantindo a restituição integral dos valores pagos (Brasil, 2013). Essas disposições reforçam os princípios da boa-fé, lealdade e transparência, pilares da tutela consumerista. No comércio eletrônico, onde não há contato físico entre as partes, tais princípios tornam-se ainda mais relevantes para reduzir a assimetria informacional e fortalecer a confiança nas relações virtuais.

Por fim, o artigo 7º do Decreto nº 7.962/2013 prevê que o descumprimento de suas normas acarreta a aplicação das sanções administrativas do artigo 56 do CDC, que incluem multa, apreensão de produtos, cassação de licença e interdição de estabelecimento (Brasil, 2013). Diante desse panorama, constata-se que o Decreto nº 7.962/2013 aperfeiçoa o sistema de proteção do consumidor no ambiente digital, ao consolidar direitos e garantir maior transparência, segurança e controle nas contratações virtuais.

Contudo, a ausência de um marco jurídico unificado sobre o comércio eletrônico ainda gera lacunas interpretativas e insegurança jurídica, exigindo o contínuo aperfeiçoamento legislativo e a atuação coordenada entre Estado, fornecedores e consumidores para assegurar a efetividade da tutela no ambiente digital.

4 PROPOSTAS DE APRIMORAMENTO DO ORDENAMENTO JURÍDICO PARA GARANTIR A PROTEÇÃO EFICAZ DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO VIRTUAL

A contínua evolução da tecnologia demanda do sistema jurídico brasileiro uma adaptação dinâmica, a fim de acompanhar as novas modalidades de interação e consumo que surgem no contexto digital. As relações de consumo no ambiente online são caracterizadas pela desmaterialização contratual, pela automatização das transações e pela intermediação de plataformas digitais, o que impõe desafios inéditos à aplicação das normas tradicionais de proteção ao consumidor.

Apesar dos avanços alcançados pelo Código de Defesa do Consumidor, pelo Marco Civil da Internet, Lei nº 12.965/2014, e pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei nº 13.709/2018, ainda persistem lacunas quanto à sua aplicação conjunta. A falta de um marco normativo unificado para o comércio eletrônico e para

a proteção de dados pessoais gera sobreposição de competências, insegurança jurídica e dificuldades de responsabilização dos agentes envolvidos nas relações digitais (Doneda, 2020).

Nesse sentido, propõe-se o aperfeiçoamento do ordenamento jurídico em três eixos estruturantes: integração normativa e institucional, fortalecimento da transparência e da segurança nas relações digitais e ampliação dos mecanismos de responsabilização e resolução de conflitos de consumo online.

O primeiro eixo de aprimoramento da proteção consumerista digital consiste na harmonização entre o CDC, a LGPD e o Marco Civil da Internet. Embora esses diplomas compartilhem princípios como o da transparência e o dever de informação, falta-lhes um protocolo unificado de atuação institucional. Atualmente, a Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon) e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) atuam de forma independente, o que compromete a efetividade das medidas de proteção e fiscalização (Doneda, 2020).

Como observa Doneda (2020, p. 54), “a integração entre a LGPD e o CDC ainda carece de sistematização interpretativa, de modo que a sobreposição de regimes jurídicos pode gerar insegurança e dificultar a responsabilização dos agentes de tratamento de dados”. Nessa linha, Pinheiro (2025) e Marques (2022) ressaltam que a falta de coordenação normativa leva à fragmentação da tutela do consumidor digital.

Dessa forma, a criação de um regime cooperativo de comunicação e sanção entre os órgãos fiscalizadores tornaria mais célere e eficiente a apuração de incidentes de segurança e violações de dados. Ademais, a edição de uma Lei de Integração Digital poderia estabelecer critérios de prevalência normativa, reservando ao CDC a tutela material e reparatória e à LGPD a regulação técnica do tratamento e compartilhamento de dados pessoais (Miragem, 2023).

A opacidade das práticas adotadas por plataformas e fornecedores digitais constitui um dos maiores obstáculos à proteção do consumidor. O uso de algoritmos de recomendação, personalização de preços e publicidade direcionada, sem clareza sobre os critérios adotados, viola o princípio da informação adequada, previsto no artigo 6º, inciso III, do CDC (Verbicaro, 2023).

Dessa forma, propõe-se a criação de um dever de transparência algorítmica mínima, impondo às plataformas o dever de informar, em linguagem simples, os parâmetros utilizados na ordenação de produtos, nas recomendações e na

precificação dinâmica. Tal medida proporcionaria maior controle social e reforçaria o consentimento livre e informado (Soares; Souza, 2024).

Outro ponto essencial refere-se à vedação expressa de práticas manipulativas digitais, conhecidas como *dark patterns*, que consistem em interfaces gráficas projetadas para induzir o consumidor a decisões contratuais sem plena consciência. Essas práticas devem ser tipificadas como condutas abusivas no art. 39 do CDC, sujeitando-se às mesmas sanções aplicáveis às práticas enganosas e coercitivas (Pinheiro, 2021).

A segurança da informação também se apresenta como aspecto essencial da tutela consumerista digital. Nesse sentido, é imprescindível que as empresas adotem padrões mínimos de proteção cibernética, compatíveis com o volume e a sensibilidade dos dados tratados. Entre essas medidas, destacam-se a criptografia, a autenticação multifatorial, o monitoramento de incidentes e a notificação obrigatória de vazamentos aos consumidores no prazo de até 72 horas, conforme preconiza a LGPD (Brasil, 2018).

A crescente intermediação das relações de consumo por plataformas digitais demanda o reconhecimento de uma responsabilidade solidária qualificada dos *marketplaces*, plataformas online que funcionam como uma espécie de “shopping virtual”. Em muitos casos, essas plataformas assumem papel equiparável ao de fornecedor direto, uma vez que controlam o meio de pagamento, a logística e a comunicação com o consumidor (Miragem, 2023).

Dessa forma, propõe-se a inserção de dispositivo específico no CDC que estabeleça expressamente a responsabilidade objetiva das plataformas digitais sempre que estas atuarem de forma ativa na cadeia de consumo. Tal medida impediria a ocultação da identidade dos vendedores e a utilização de cláusulas contratuais abusivas destinadas a afastar a responsabilização.

Ademais, recomenda-se a implementação de um procedimento obrigatório de verificação (*due diligence*) para o cadastro dos fornecedores, exigindo-se informações como CNPJ, endereço físico, política de devolução e canais de atendimento acessíveis. O descumprimento dessas exigências acarretaria a suspensão temporária das atividades da plataforma até sua regularização (Verbicaro, 2023).

Outro ponto crucial para a efetividade do direito do consumidor no comércio eletrônico é o fortalecimento dos meios alternativos de solução de conflitos. A criação de plataformas públicas de resolução de disputas online (ODR), integradas ao

Consumidor.gov.br, permitiria maior rapidez e eficiência na solução das controvérsias, evitando a judicialização excessiva de demandas de baixo valor econômico (Cas de Teffé, 2020).

Essas plataformas poderiam, inclusive, ter a prerrogativa de emitir títulos executivos extrajudiciais, conferindo validade jurídica aos acordos celebrados entre consumidores e fornecedores. Paralelamente, a criação de um sistema unificado de registro de reclamações permitiria o acompanhamento de condutas reiteradas e a detecção de padrões de práticas comerciais irregulares.

Considerando o caráter transnacional do comércio eletrônico, recomenda-se ainda o fortalecimento da cooperação internacional, mediante ampliação dos tratados bilaterais de assistência jurídica mútua, possibilitando a obtenção de provas digitais e a responsabilização de empresas sediadas no exterior (Pinheiro, 2025).

Por fim, propõe-se a implementação de políticas públicas voltadas à educação digital dos consumidores, ao letramento informacional e à conscientização sobre riscos e direitos nas transações eletrônicas. Além disso, recomenda-se a criação de programas de capacitação técnica destinados aos Procons, Ministérios Públicos e Senacon, visando fortalecer a fiscalização e a aplicação das sanções previstas na legislação consumerista (Marques, 2022).

Essas medidas buscam concretizar os princípios fundamentais do CDC; vulnerabilidade, boa-fé objetiva, transparência e segurança jurídica em instrumentos efetivos de proteção no ambiente digital. Assim, a harmonização normativa e a criação de novos mecanismos de controle e responsabilização fortalecerão a confiança do consumidor digital e a credibilidade do comércio eletrônico.

O futuro da tutela consumerista digital dependerá, portanto, da capacidade do Estado brasileiro em conciliar inovação tecnológica e segurança jurídica, assegurando que o avanço digital ocorra em conformidade com os direitos fundamentais e com a dignidade da pessoa humana.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise acerca do direito do consumidor na era digital demonstra que os avanços tecnológicos e a digitalização das relações de consumo transformaram de maneira significativa a dinâmica jurídica entre consumidores e fornecedores. As transações virtuais realizadas, em sua maioria, sem contato físico, mediante

processos automatizados e com a intermediação de plataformas digitais proporcionaram maior comodidade e agilidade, mas, ao mesmo tempo, ampliaram os riscos e os desafios para a efetiva proteção dos direitos do consumidor.

Observou-se que, embora o Código de Defesa do Consumidor (CDC) continue sendo a principal ferramenta de proteção, sua aplicação no ambiente digital enfrenta dificuldades devido à desmaterialização dos contratos, à assimetria de informações e ao uso de algoritmos que podem afetar a autonomia do consumidor. A vulnerabilidade do consumidor na era digital se torna ainda mais complexa, exigindo uma nova interpretação dos princípios de boa-fé e transparência nas novas formas de contratação eletrônica.

O estudo também destacou que a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) é um avanço significativo para fortalecer a confiança digital, a transparência e a segurança jurídica. No entanto, a falta de uma integração completa entre essa Lei e o CDC cria lacunas interpretativas e incertezas sobre a responsabilidade de fornecedores e plataformas em casos de violação dos direitos do consumidor.

Diante desse cenário, é essencial criar um marco normativo unificado que proteja o consumidor no comércio eletrônico, capaz de harmonizar as legislações existentes e estabelecer critérios claros de responsabilidade civil, administrativa e informacional. Essa necessidade está alinhada com o princípio da defesa do consumidor, conforme previsto nos artigos 5º, inciso XXXII, e 170, inciso V, da Constituição Federal, além de respeitar o valor da dignidade da pessoa humana, que deve guiar toda a atuação do Estado na regulação.

REFERÊNCIAS

BENJAMIN, Antônio Herman; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. 3. ed. São Paulo: **Revista dos Tribunais**, 2016. Disponível em: www.lexml.gov.br/urn/urn:lex:br:redes.virtual.bibliotecas:livro:2008;000799646. Acesso em: 31 out. 2025

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2010. Disponível em: https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/508200/CF88_EC85.pdf. Acesso em: 31 out. 2025.

BRASIL. **Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013**. Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico.

Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 mar. 2013. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm. Acesso em: 31 out. 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. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm. Acesso em: 31 out. 2025.

BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil (Marco Civil da Internet). Diário Oficial da União, Brasília, DF, 24 abr. 2014. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 31 out. 2025.

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. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/l14155.htm. Acesso em: 31 out. 2025.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Código de Proteção e Defesa do Consumidor (1990). Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 12 set. 1990. Seção 1, p. 1. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm. Acesso em: 26 out. 2025.

BRASIL. Senado Federal. Golpes digitais atingem 24% da população brasileira, revela DataSenado. **Agência Senado**, 1 out. 2024. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2024/10/01/golpes-digitais-atingem-24-da-populacao-brasileira-revela-datasenado>. Acesso em: 23 jun. 2025.

CAS DE TEFFÉ, C. O consentimento na circulação de dados pessoais. **Revista Brasileira de Direito Civil – RBDC**, v. 23, n. 4, 2020. Disponível em: <https://rbdcivil.ibdcivil.org.br/rbdc/article/download/521/389>. Acesso em: 26 out. 2025.

CLANDININ, D. J.; CONNELLY, F. M. **Pesquisa narrativa**: experiência e história em pesquisa qualitativa. 2. ed. Porto Alegre: Penso, 2015. Disponível em: <http://educa.fcc.org.br/pdf/repub/v21n47/v21n47a12.pdf>. Acesso em: 26 out. 2025.

COELHO, Fábio Ulhoa. Curso de Direito Comercial: Direito de Empresa. 17. ed. São Paulo: **Revista dos Tribunais**, 2016. Disponível em: <https://solicitacao.com.br/files/conteudo/30/manual-de-direito-comercial-direito-de-empresa-28-ed.-2016-fabio-ulhoa-coelho.pdf>. Acesso em: 26 out. 2025.

DONEDA, Danilo. **Lei de proteção de dados não pode morrer na praia**. Brasília, 2020. Disponível em: <https://doneda.net/lei-de-protecao-de-dados-nao-pode-morrer-na-praia/>. Acesso em: 26 out. 2025.

LORENZETTI, Ricardo Luis. Comércio eletrônico. São Paulo: **Revista dos Tribunais**, 2004.

MARQUES, Claudia Lima. A nova crise do contrato: estudo sobre a nova teoria contratual. São Paulo: **Revista dos Tribunais**, 2007. Disponível em: revistacej.cjf.jus.br/cej/index.php/revcej/article/view/1016. Acesso em: 26 out. 2025.

MARQUES, Cláudia Lima. Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor: um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico. São Paulo: **Revista dos Tribunais**, 2004. Disponível em: seer.ufrgs.br/index.php/ppgdir/article/view/50251. Acesso em: 26 out. 2025

MARQUES, Claudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações de consumo. 9. ed. São Paulo: **Revista dos Tribunais**, 2022.

MARTINS, Fernando Rodrigues. **Constituição, direitos fundamentais e direitos básicos do consumidor**. In: MARTINS, Fernando Rodrigues; LOTUFO, Renan (orgs.). 20 anos do Código de Defesa do Consumidor. São Paulo: Saraiva, 2011. Disponível em: [/www.mpmg.mp.br/data/files/0D/83/2C/AD/E744A7109CEB34A7760849A8/MPMGJuridico_Consumidor.pdf](http://www.mpmg.mp.br/data/files/0D/83/2C/AD/E744A7109CEB34A7760849A8/MPMGJuridico_Consumidor.pdf). Acesso em: 27 out. 2025

MIRAGEM, Bruno. **Direito do Consumidor: fundamentos do direito do consumidor contemporâneo**. 7. ed. São Paulo: Forense, 2021.

PINHEIRO, Patrícia Peck. **Proteção de dados pessoais: comentários à LGPD**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2021.

PINHEIRO, W. S. **Limites e possibilidades da LGPD**. Revista DCS, v. 5, n. 1, 2025. Disponível em: <https://ojs.revistadcs.com/index.php/revista/article/download/2875/2337>. Acesso em: 26 out. 2025.

SOARES, L.; SOUZA, R. de. **Algoritmos e o Direito: recomendações e consumo na era digital**. Anais do XIII Congresso Intercom Regional Nordeste, 2024. Disponível em: <https://sistemas.intercom.org.br/pdf/submissao/regional/13/1951/041820241538156621689741354.pdf>. Acesso em: 26 out. 2025

TAKAHASHI, Paula. **Antecipar compras em sites evita problemas**. Estado de Minas, Belo Horizonte, 15 nov. 2010. Disponível em: http://www.em.com.br/app/noticia/economia/2010/11/15/internas_economia,192467/antecipar-compra-em-sites-evita-problemas.shtml. Acesso em: 26 out. 2025.

TARTUCE, Flávio. **Função social dos contratos: do Código de Defesa do Consumidor ao Código Civil de 2002**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Método, 2007.

TURBAN, Efraim; KING, David. **Comércio eletrônico: estratégia e gestão**. Trad. Arlete Simille Marques. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

VERBICARO, Dennis. **Algoritmos de consumo: discriminação, determinismo e solução online de conflitos na era da inteligência artificial**. São Paulo: Thomson

Reuters Brasil, 2023.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise acerca do direito do consumidor na era digital demonstra que os avanços tecnológicos e a digitalização das relações de consumo transformaram de maneira significativa a dinâmica jurídica entre consumidores e fornecedores. As transações virtuais realizadas, em sua maioria, sem contato físico, mediante processos automatizados e com a intermediação de plataformas digitais proporcionaram maior comodidade e agilidade, mas, ao mesmo tempo, ampliaram os riscos e os desafios para a efetiva proteção dos direitos do consumidor.

Observou-se que, embora o Código de Defesa do Consumidor (CDC) continue sendo a principal ferramenta de proteção, sua aplicação no ambiente digital enfrenta dificuldades devido à desmaterialização dos contratos, à assimetria de informações e ao uso de algoritmos que podem afetar a autonomia do consumidor. A vulnerabilidade do consumidor na era digital se torna ainda mais complexa, exigindo uma nova interpretação dos princípios de boa-fé e transparência nas novas formas de contratação eletrônica.

O estudo também destacou que a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) é um avanço significativo para fortalecer a confiança digital, a transparência e a segurança jurídica. No entanto, a falta de uma integração completa entre essa Lei e o CDC cria lacunas interpretativas e incertezas sobre a responsabilidade de fornecedores e plataformas em casos de violação dos direitos do consumidor.

Diante desse cenário, é essencial criar um marco normativo unificado que proteja o consumidor no comércio eletrônico, capaz de harmonizar as legislações existentes e estabelecer critérios claros de responsabilidade civil, administrativa e informacional. Essa necessidade está alinhada com o princípio da defesa do consumidor, conforme previsto nos artigos 5º, inciso XXXII, e 170, inciso V, da Constituição Federal, além de respeitar o valor da dignidade da pessoa humana, que deve guiar toda a atuação do Estado na regulação.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2010.

Disponível em:

https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/508200/CF88_EC85.pdf.

Acesso em: 31 out. 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. Disponível em:

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm. Acesso em: 31 out. 2025.

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. Disponível em:

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/l14155.htm. Acesso em: 31 out. 2025.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Código de Proteção e Defesa do Consumidor (1990). Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 12 set. 1990. Seção 1, p. 1.

Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm. Acesso em: 26 out. 2025.

BRASIL. Senado Federal. Golpes digitais atingem 24% da população brasileira, revela DataSenado. **Agência Senado**, 1 out. 2024. Disponível em:

<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2024/10/01/golpes-digitais-atingem-24-da-populacao-brasileira-revela-datasenado>. Acesso em: 23 jun. 2025.

ANEXO A – COMPROVANTE DE SUBMISSÃO



Dâmilly Andrade <damillyandrade23@gmail.com>

[RDU] Agradecimento pela submissão

1 mensagem

ALEXANDRE AUGUSTO BATISTA DE LIMA via Portal de Revistas <pen-bounces@emnuvens.com.br>

1 de novembro de 2025 às
00:26

Responder a: ALEXANDRE AUGUSTO BATISTA DE LIMA <alexandre.lima@uninovafapi.edu.br>

Para: Dâmilly De Sousa Andrade <damillyandrade23@gmail.com>

Dâmilly De Sousa Andrade,

Agradecemos a submissão do trabalho "O DIREITO DO CONSUMIDOR NA ERA DIGITAL: uma análise sobre a proteção do consumidor em face do comércio eletrônico" para a revista Revista de Direito UNINOVAFAPI. Acompanhe o progresso da sua submissão por meio da interface de administração do sistema, disponível em:

URL da submissão: <https://uninovafapi.emnuvens.com.br/revinterdireito/authorDashboard/submission/2272>
Login: 07771659373

Em caso de dúvidas, entre em contato via e-mail.

Agradecemos mais uma vez considerar nossa revista como meio de compartilhar seu trabalho.

ALEXANDRE AUGUSTO BATISTA DE LIMA

Revista de Direito

UNINOVAFAPI <http://revistainterdisciplinar.uninovafapi.edu.br/index.php/revinterdireito>