Direitos do consumidor em compras on-line: desafios e perspectivas na era digital

Consumer rights in online shopping: challenges and perspectives in the digital era

Sofia Laureen Maciel Miranda[1]
Williane Tibúrcio Facundes[2]

COMO CITAR

MIRANDA, Sofia Laureen Maciel; FACUNDES, Williane Tibúrcio. Direitos do consumidor em compras on-line: desafios e perspectivas na era digital. In: OLIVEIRA, Emanuelle Góes (org.). **Desafios do Direito Contemporâneo**: volume 17. Rio Branco: Momento Jurídico, 2026. p. 43-67. ISBN 978-65-978356-3-8.

RESUMO

A expansão das tecnologias digitais e do comércio eletrônico transformou as relações de consumo, proporcionando maior praticidade e acesso a produtos e serviços, mas também ampliando a vulnerabilidade dos consumidores. Surgem desafios relacionados à transparência das informações, à segurança das transações, à proteção de dados pessoais, a práticas abusivas, a fraudes eletrônicas, à atuação de plataformas digitais e a conflitos com fornecedores estrangeiros. O objetivo é analisar os principais desafios enfrentados pelos consumidores em compras on-line e a efetividade do Código de Defesa do Consumidor, da Lei Geral de Proteção de Dados e do Decreto nº 7.962/2013 diante das transformações tecnológicas, especialmente quanto à responsabilidade de fornecedores e plataformas, à proteção de dados e às novas formas de vulnerabilidade. Trata-se de pesquisa bibliográfica e documental, com abordagem qualitativa, fundamentada na legislação brasileira e em estudos doutrinários sobre Direito do Consumidor, contratos digitais, proteção de dados e responsabilidade civil. O ambiente digital intensifica a vulnerabilidade do consumidor em razão da assimetria de informações, da complexidade tec-

[1] Discente do 8º período do curso de bacharelado em Direito do Centro Universitário Uninorte.
[2] Docente do Centro Universitário Uninorte. Graduada em Direito pela U:VERSE. Especialista em Psicopedagogia pela Universidade Várzea-grandense e em Direito Digital e Educação Especial e Inclusiva pela Faculdade Metropolitana. Graduada em Letras Vernáculas pela Universidade Federal do Acre (UFAC). Coordenadora do Núcleo de Acessibilidade e Apoio à Inclusão da Uninorte.

nológica e do uso de algoritmos. Entre os principais desafios estão a publicidade direcionada, os *dark patterns*, as fraudes eletrônicas, o tratamento de dados pessoais e a responsabilização de *marketplaces* e plataformas digitais. Apesar dos instrumentos jurídicos existentes, as rápidas mudanças tecnológicas exigem constante atualização legislativa e interpretativa. A proteção do consumidor digital depende do fortalecimento da fiscalização, da regulação das plataformas, do acesso à justiça, da educação digital e da cooperação entre Estado, Judiciário, órgãos de defesa do consumidor e empresas.

Palavras-chave: Direito do consumidor. Comércio eletrônico. Consumidor digital. Proteção de dados. Responsabilidade civil.

ABSTRACT

The expansion of digital technologies and e-commerce has significantly transformed consumer relations, providing greater convenience and access to products and services, but also increasing consumer vulnerability. In this scenario, challenges arise regarding information transparency, transaction security, personal data protection, abusive practices, electronic fraud, the performance of digital platforms, and conflicts involving domestic and foreign suppliers. The application of the Consumer Defense Code (CDC), the General Data Protection Law (LGPD), and Decree No. 7,962/2013 proves essential to ensure the effectiveness of consumer rights in the virtual environment. The objective is to analyze the main challenges faced by consumers in online shopping, considering the effectiveness of Brazilian legislation in the face of technological transformations, especially regarding the liability of suppliers and platforms, data protection, and new forms of vulnerability. Bibliographic and documentary research was conducted with a qualitative approach, grounded in Brazilian legislation and doctrinal studies on Consumer Law, digital contracts, data protection, and civil liability. It was found that the digital environment intensifies consumer vulnerability due to information asymmetry, technological complexity, and the use of algorithms. Among the main challenges are targeted advertising, *dark patterns*, electronic fraud, the processing of personal data, and the liability of marketplaces and digital platforms. It is concluded that, despite existing legal instruments, rapid technological changes demand constant legislative and interpretative updates. Digital consumer protection depends on strengthening enforcement, regulating platforms, access to justice, digital education, and cooperation among the State, the Judiciary, consumer defense bodies, and companies.

Keywords: Consumer law. E-commerce. Digital consumer. Data protection. Civil liability.

INTRODUÇÃO

A expansão da internet e das novas tecnologias digitais provocou profundas transformações nas relações de consumo, especialmente com o crescimento do comércio eletrônico. Atualmente, os consumidores podem adquirir produtos e contratar serviços de forma rápida e prática, sem a necessidade de deslocamento físico. Entretanto, embora o ambiente virtual ofereça diversas vantagens, também apresenta novos riscos e desafios relacionados à segurança das transações, à transparência das informações, à proteção de dados pessoais, às fraudes eletrônicas e às práticas abusivas.

Nesse contexto, surge a necessidade de analisar de que maneira o ordenamento jurídico brasileiro tem acompanhado essas transformações e garantido a proteção dos consumidores no ambiente digital. O Código de Defesa do Consumidor (CDC), a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e o Decreto nº 7.962/2013 constituem importantes instrumentos para assegurar direitos e estabelecer responsabilidades nas relações de consumo realizadas pela internet.

Dessa forma, este trabalho busca abordar os principais desafios enfrentados pelos consumidores nas compras online, destacando a vulnerabilidade do consumidor diante das novas tecnologias, a responsabilidade dos fornecedores e das plataformas digitais, bem como a importância da proteção dos dados pessoais e da efetividade da legislação brasileira diante da constante evolução do comércio eletrônico.

1 O COMÉRCIO ELETRÔNICO E A RECONFIGURAÇÃO DAS RELAÇÕES DE CONSUMO

O avanço das tecnologias digitais e a expansão da internet promoveram profundas transformações nas relações de consumo, consolidando

o comércio eletrônico como importante instrumento de circulação de bens e serviços. Nesse contexto, as compras on-line passaram a integrar o cotidiano da sociedade contemporânea, impulsionadas pela praticidade, acessibilidade e diversidade de ofertas disponíveis nas plataformas digitais.

O crescimento do consumo eletrônico também ampliou os riscos enfrentados pelos consumidores, especialmente em razão da assimetria informacional, da ausência de contato físico com o fornecedor e da intensa utilização de mecanismos tecnológicos. Dessa forma, tornou-se necessária a adaptação das normas tradicionais do Direito do Consumidor às novas dinâmicas digitais.

O Código de Defesa do Consumidor permanece como principal instrumento protetivo dessas relações, devendo ser interpretado em conjunto com legislações específicas, como o Decreto nº 7.962/2013 e a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

1.1 CARACTERÍSTICAS JURÍDICAS DAS COMPRAS ON-LINE

As relações de consumo realizadas no ambiente virtual apresentam características específicas, como contratação à distância, utilização de plataformas intermediadoras e formalização contratual eletrônica. A vulnerabilidade do consumidor é intensificada em razão da dependência das informações disponibilizadas pelo fornecedor e da dificuldade de compreensão dos mecanismos tecnológicos utilizados nas plataformas digitais.

Segundo Cláudia Lima Marques, a proteção do consumidor nas relações eletrônicas exige interpretação ampliativa dos princípios da boa-fé objetiva, transparência e equilíbrio contratual, de modo a assegurar efetividade à tutela consumerista no ambiente digital.

1.2 DESMATERIALIZAÇÃO CONTRATUAL E NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO

A desmaterialização contratual refere-se à substituição dos contratos físicos por instrumentos digitais, muitas vezes celebrados por meio de cliques ou termos de uso padronizados.

1.3 CONTRATOS ELETRÔNICOS E AUTONOMIA PRIVADA DIGITAL

A autonomia privada, princípio estruturante do Direito Contratual, sofre significativa relativização no ambiente digital. Isso ocorre porque o consentimento do consumidor é frequentemente obtido por meio de mecanismos automatizados e pouco transparentes.

Segundo Tartuce (2022), há uma crise de autonomia privada no contexto digital, na medida em que o consumidor não possui condições reais de compreender integralmente os termos contratuais, muitas vezes extensos e tecnicamente complexos. Além disso, o fenômeno do consentimento fictício - quando o usuário aceita termos sem leitura efetiva - compromete a legitimidade da manifestação da vontade.

1.4 GLOBALIZAÇÃO DAS RELAÇÕES DE CONSUMO DIGITAIS

A globalização digital intensifica a circulação internacional de bens e serviços, mas também expõe o consumidor a riscos jurídicos adicionais. A ausência de harmonização normativa entre países dificulta a efetividade da proteção consumerista. Nesse contexto, surgem conflitos relacionados à lei aplicável, foro competente e execução de decisões judiciais, exigindo mecanismos de cooperação internacional.

2 DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR NO AMBIENTE DIGITAL

O desenvolvimento do comércio eletrônico exige a releitura dos direitos básicos previstos no artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor. O direito à informação adequada, à segurança, à proteção contra práticas

abusivas e ao direito de arrependimento assumem papel central nas relações digitais.

O Decreto nº 7.962/2013 reforçou a necessidade de informações claras acerca do fornecedor, produto, preço e condições da oferta, garantindo maior transparência nas contratações eletrônicas. Além disso, o direito de arrependimento previsto no artigo 49 do CDC constitui importante mecanismo de proteção do consumidor nas compras realizadas fora do estabelecimento comercial.

2.1 DIREITO À INFORMAÇÃO ADEQUADA E CLARA

O direito à informação clara está previsto no art. 6º, III, do CDC, é essencial no ambiente digital, onde o consumidor depende exclusivamente das informações fornecidas pelo fornecedor.

O Decreto nº 7.962/2013 reforça essa obrigação ao exigir a divulgação clara de dados como característica do produto, preço, identificação do fornecedor e condições da oferta. A informação deve ser não apenas disponível, mas compreensível, sob pena de violação do dever de transparência (NUNES, 2020).

2.2 DIREITO DE ARREPENDIMENTO NAS COMPRAS ON-LINE

O direito de arrependimento, previsto no art. 49 do CDC, permite ao consumidor desistir da compra no prazo de 7 dias, sem necessidade de justificativa. Esse direito é especialmente relevante no comércio eletrônico, pois compensa a ausência de contato direto com o produto. Segundo Tartuce (2022), trata-se de um mecanismo de reequilíbrio da relação contratual, garantindo maior proteção ao consumidor.

2.3 DIREITO À SEGURANÇA NAS TRANSAÇÕES ELETRÔNICAS

O direito à segurança (art. 6º, I, do CDC) abrange a proteção de fraudes e vazamento de dados no ambiente virtual. A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018) reforça esse direito ao impor aos fornecedores o dever de proteger os dados pessoais dos consumidores. A res-

ponsabilidade por falhas de segurança, em regra, é objetiva (DONEDA, 2020), essa premissa estabelece que o agente que extrai proveito econômico do tratamento de dados ou da prestação de serviços digitais deve arcar com os danos gerados por eventuais vulnerabilidades do sistema. Assim, não cabe exigir do consumidor ou titular dos danos a comprovação de culpa dor fornecedor, bastando a demonstração da falha na segurança (defeito do serviço), do dano e do nexo de causalidade.

2.4 PROTEÇÃO CONTRA PRÁTICAS ABUSIVAS VIRTUAIS

O CDC proíbe práticas abusivas (art. 39), que no ambiente virtual incluem publicidades enganosas, manipulação de interface e dificultação do cancelamento de serviços. Tais práticas violam os princípios da boa-fé objetiva e da transparência, devendo ser coibidas para garantir o equilíbrio nas relações de consumo.

3 DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS NA PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR DIGITAL

O ambiente digital intensificou vulnerabilidades já existentes nas relações de consumo e criou novos desafios relacionados à publicidade algorítmica, à utilização de dados pessoais, às práticas abusivas e à manipulação comportamental. Os denominados *dark patterns* — conceito cunhado pelo cientista da computação Harry Brignull em 2010 — configuram estratégias de *design* de interface projetadas para influenciar, de forma enganosa ou manipulativa, as decisões dos usuários. Essas arquiteturas podem dificultar o cancelamento de serviços, induzir à realização de compras indesejadas e explorar vulnerabilidades cognitivas dos consumidores em benefício das plataformas digitais (Brignull, 2010).

Tais práticas violam os princípios da boa-fé objetiva e da transparência, exigindo maior fiscalização estatal e atualização normativa. Além disso, a publicidade direcionada baseada em algoritmos e coleta massiva de dados pessoais levanta questionamentos acerca da autonomia privada e da autodeterminação informativa do consumidor digital.

3.1 ASSIMETRIAS INFORMACIONAIS NO AMBIENTE VIRTUAL

A assimetria informacional é um dos principais problemas no ambiente digital, sendo agravada pela dependência do consumidor em relação às informações fornecidas pelas plataformas. Além disso, a atuação de algoritmos opacos dificulta a compreensão sobre critérios, recomendações, precificação e visibilidade de produtos. Mesmo quando há grande volume de informações, a chamada sobrecarga informacional pode prejudicar a tomada de decisão consciente. Assim, como aponta Nunes (2020), não basta a simples disponibilização de dados, sendo essencial que a informação seja clara, acessível e compreensível ao consumidor.

3.2 PUBLICIDADE ALGORÍTMICA E MANIPULAÇÃO DE CONSUMO

A publicidade algorítmica, baseada na coleta e análise de dados pessoais, permite a personalização de anúncios de forma altamente eficiente. No entanto, essa prática levanta preocupações quanto à manipulação do comportamento do consumidor e a limitação de sua autonomia.

O uso de técnicas como microdirecionamento possibilita a exploração de preferências individuais, influenciando decisões de consumo de maneira muitas vezes imperceptível. Conforme destaca Doneda (2020), o tratamento intensivo de dados pode transformar escolhas em comportamentos previsíveis, comprometendo a liberdade decisória do consumidor.

3.3 DARK PATTERNS E ARQUITETURA PERSUASIVA DAS PLATAFORMAS

Os *dark patterns* consistem em estratégias de design que induzem o usuário a tomar decisões que favorecem o fornecedor, como a dificuldade de cancelamento de serviços, a inclusão automática de produtos ou a criação de senso de urgência artificial.

Essas práticas exploram vulnerabilidades cognitivas do consumidor e violam princípios fundamentais do CDC, especialmente a boa-fé objetiva e o dever de transparência. Para Tartuce (2022), tais mecanismos confi-

guram novas formas de práticas abusivas no ambiente digital, exigindo maior controle jurídico.

3.4 DIFICULDADES NA IDENTIFICAÇÃO DO FORNECEDOR

A identificação do fornecedor no comércio eletrônico é frequentemente dificultada pela atuação de plataformas digitais, especialmente em marketplaces e operações internacionais. Essa situação compromete o exercício dos direitos do consumidor, dificultando a responsabilização em casos de dano.

O Decreto nº 7.962/2013, estabelece a obrigatoriedade de informações claras sobre o fornecedor, mas sua aplicação ainda enfrenta limitações práticas.

Dessa forma, persiste a necessidade de regulamentação e maior fiscalização para garantir a efetividade da proteção do consumidor.

4 RESPONSABILIDADE CIVIL NAS RELAÇÕES DE CONSUMO ONLINE

A responsabilidade civil nas relações de consumo digitais possui fundamento na teoria do risco do empreendimento, segundo a qual aquele que se beneficia economicamente da atividade deve responder pelos danos dela decorrentes. No comércio eletrônico, a responsabilidade objetiva prevista nos artigos 12 e 14 do Código de Defesa do Consumidor mantém plena aplicabilidade.

Conforme entendimento da Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça, firmado no julgamento do REsp nº 2.052.228/DF, as instituições financeiras respondem objetivamente por falhas na segurança dos serviços que permitam a realização de empréstimos fraudulentos por terceiros, especialmente quando verificadas movimentações atípicas e incompatíveis com o perfil do consumidor (Brasil, 2023). Nesse contexto, fornecedores, marketplaces e plataformas digitais também podem ser responsabilizados por falhas na prestação dos serviços, vícios dos produtos,

fraudes eletrônicas e vazamentos de dados pessoais, quando configurados os pressupostos da responsabilidade civil previstos na legislação aplicável.

A responsabilidade solidária entre os integrantes da cadeia de fornecimento digital constitui importante instrumento de efetivação da tutela consumerista, permitindo ao consumidor acionar qualquer dos responsáveis para reparação dos danos sofridos.

4.1 RESPONSABILIDADE OBJETIVA NO COMÉRCIO ELETRÔNICO

No direito do consumidor, a responsabilidade civil do fornecedor é, em regra, objetiva, nos termos dos artigos 12 e 14 do Código de Defesa do Consumidor. Isso significa que não é necessária a comprovação de culpa, bastando a demonstração do dano e do nexo causal.

No comércio eletrônico, essa regra mantém plena aplicação, considerando os riscos inerentes às transações digitais, como falhas no sistema, vícios do produto ou fraudes. Assim, o fornecedor responde independentemente de culpa, salvo nos casos de excludentes legais, como culpa exclusiva do consumidor ou de terceiros.

Segundo Nunes (2020), a responsabilidade objetiva é essencial para garantir o equilíbrio nas relações de consumo, especialmente diante da vulnerabilidade do consumidor no ambiente digital.

4.2 RESPONSABILIDADE DE MARKETPLACES E PLATAFORMAS DIGITAIS

A responsabilidade dos marketplaces e plataformas digitais é tema amplamente debatido na doutrina e na jurisprudência. Embora tais plataformas frequentemente se apresentem como meras intermediadoras, sua atuação na cadeia de consumo pode justificar a responsabilização.

Quando há participação ativa na transação, como intermediação de pagamentos, controle de ofertas ou gestão logística, a tendência é reconhecer a responsabilidade dessas plataformas pelos danos causados ao consumidor. De acordo com Marques (2021), a ampliação da responsabili-

dade decorre do risco da atividade e da confiança depositada pelo consumidor na plataforma, que muitas vezes funciona como garantia de segurança da transação.

4.3 RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA NA CADEIA DE FORNECIMENTO DIGITAL

O Código de Defesa do Consumidor adota o princípio da responsabilidade solidária entre todos os integrantes da cadeia de fornecimento, conforme previsto no artigo 7º, parágrafo único. No ambiente digital, essa cadeia pode incluir fabricantes, fornecedores, plataformas, intermediadores de pagamento e operadores logísticos. Dessa forma, o consumidor pode acionar qualquer desses agentes para reparação de danos, cabendo posteriormente o direito de regresso entre os responsáveis.

Para Tartuce (2022), a responsabilidade solidária é fundamental para assegurar a efetividade da tutela do consumidor, evitando que a complexidade da cadeia de fornecimento inviabilize a reparação do dano.

4.4 PROBLEMAS PROBATÓRIOS NAS DEMANDAS VIRTUAIS

As demandas envolvendo consumo digital apresentam desafios específicos no cabo probatório. A natureza imaterial das relações dificulta a produção de provas, especialmente no que se refere à comprovação de falhas sistêmicas, fraudes eletrônicas e autoria de atos.

Nesse cenário, ganha relevância a inversão do ônus da prova, prevista no artigo 6º, inciso VIII, do CDC, como mecanismo de equilíbrio processual. Essa ferramenta permite que o fornecedor, que detém melhores condições técnicas, seja responsável por demonstrar a regularidade de sua conduta.

Além disso, registros eletrônicos, capturas de telas e histórico de transações tornam-se meios de prova essenciais, embora ainda existam desafios quanto à sua validade e autenticidade.

5 PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS E CONSUMO DIGITAL

Os dados pessoais passaram a ocupar posição central na economia digital contemporânea, sendo utilizados como ativos econômicos pelas plataformas tecnológicas para direcionamento de publicidade, perfilamento comportamental e personalização de serviços.

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais fortaleceu a proteção do consumidor ao estabelecer princípios relacionados à transparência, finalidade, necessidade e segurança no tratamento das informações pessoais. Entretanto, a efetividade do consentimento nas relações digitais ainda é amplamente discutida, considerando que termos de uso extensos e complexos dificultam a plena compreensão pelo consumidor, comprometendo a autodeterminação informativa.

5.1 INTERSEÇÃO ENTRE DIREITO DO CONSUMIDOR E PROTEÇÃO DE DADOS

O Direito do Consumidor e a proteção de dados pessoais compartilham fundamentos comuns, como a tutela da dignidade da pessoa humana, a vulnerabilidade do indivíduo e a necessidade de equilíbrio nas relações jurídicas. No ambiente digital, essa interseção se intensifica, uma vez que o tratamento de dados pessoais está diretamente relacionado às práticas de consumo. Informações coletadas durante a navegação, compras e interações são utilizadas para direcionar ofertas e influenciar decisões.

Segundo Marques (2021), a proteção de dados deve ser compreendida como extensão da proteção consumerista, ampliando os mecanismos de defesa diante das novas formas de exploração econômica.

5.2 TRATAMENTO DE DADOS COMO ATIVO ECONÔMICO

Os dados pessoais passaram a ser considerados ativos econômicos de grande valor, sendo amplamente utilizados por empresas para fins de

marketing, personalização de serviços e análise de comportamento. Essa lógica insere o consumidor em um modelo econômico baseado na coleta e exploração de informações, muitas vezes sem plena consciência sobre a extensão desse tratamento.

Conforme destaca Doneda (2020), os dados tornaram-se recurso estratégico na economia digital, comparável a um novo insumo produtivo. Tal cenário exige maior transparência e controle sobre o uso dessas informações, evitando abusos e garantindo o respeito aos direitos do titular dos dados.

5.3 CONSENTIMENTO E AUTODETERMINAÇÃO INFORMATIVA

O consentimento é um dos principais fundamentos para o tratamento de dados pessoais, devendo ser livre, informando e inequívoco, conforme previsto na LGPD. No entanto, no ambiente digital, sua efetividade é frequentemente questionada. Isso ocorre porque os termos de uso e políticas de privacidade são, em geral, extensos e de difícil compreensão, levando o consumidor a aceitar condições sem plena ciência de suas implicações. Esse fenômeno compete à autodeterminação informativa, entendida como direito do indivíduo de controlar suas próprias informações.

5.4 PERFILAMENTO E DISCRIMINAÇÃO ALGORÍTMICA NO CONSUMO

O perfilamento de dados consiste na utilização de informações pessoais para analisar ou prever comportamentos, preferências e interesses do consumidor. Essa prática é amplamente utilizada no comércio eletrônico para personalização de ofertas e publicidade direcionada.

Contudo, o uso de algoritmos pode gerar efeitos discriminatórios, como diferenciação de preços, exclusão de ofertas ou tratamento desigual entre consumidores. Tais práticas podem violar os princípios fundamentais do Direito do Consumidor, como a igualdade e a transparência. Segundo Tartuce (2022), a utilização de algoritmos deve observar limites

éticos e jurídicos, de modo a evitar abusos e garantir a proteção dos direitos do consumidor.

6 VULNERABILIDADES EMERGENTES DO CONSUMIDOR ON-LINE

O avanço do comércio eletrônico intensificou a ocorrência de fraudes digitais, golpes eletrônicos, *phishing* e engenharia social. Criminosos utilizam mecanismos tecnológicos sofisticados para obtenção indevida de dados pessoais e bancários, explorando a vulnerabilidade informacional dos consumidores.

Os Consumidores idosos e pessoas com baixa alfabetização digital encontram-se em situação de hipervulnerabilidade, necessitando de proteção jurídica reforçada. A exclusão digital dificulta o acesso seguro às plataformas eletrônicas e amplia os riscos de violações de direitos.

6.1 GOLPES DIGITAIS E FRAUDES ELETRÔNICAS

Os golpes digitais e as fraudes eletrônicas tornaram-se cada vez mais frequentes com a expansão do comércio eletrônico e dos serviços financeiros digitais. A facilidade das transações on-line, aliada ao avanço da tecnologia, contribuíram para o aumento de práticas criminosas voltadas à obtenção indevida de dados pessoais e bancários dos consumidores. Entre os golpes mais comuns destacam-se os falsos sites de compras, boletos fraudulentos, clonagem de aplicativos de mensagens e fraudes envolvendo transferências bancárias instantâneas.

Segundo Marques (2021), a vulnerabilidade do consumidor no ambiente digital é ampliada pela assimetria informacional e pela dificuldade de identificação dos riscos presentes nas relações eletrônicas de consumo. Os criminosos utilizam estratégias de manipulação e mecanismos tecnológicos sofisticados para induzir o consumidor ao erro, explorando principalmente a confiança e a falta de conhecimento técnico das vítimas. Além disso, a rapidez das operações digitais dificulta a prevenção e a identificação imediata das fraudes.

O Código de Defesa do Consumidor estabelece a responsabilidade objetiva dos fornecedores em casos de falha na prestação de serviços, especialmente quando inexistem mecanismos adequados de segurança para proteção dos usuários.

Nesse contexto, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) também fortaleceu a proteção do consumidor digital ao impor deveres relacionados à segurança da informação e ao tratamento adequado dos dados pessoais nas relações de consumo eletrônicas.

6.2 PHISHING, ENGENHARIA SOCIAL E SEGURANÇA CIBERNÉTICA

O *phishing* é uma prática criminosa que utiliza mensagens falsas para capturar informações pessoais dos usuários. Normalmente, os criminosos simulam comunicações de bancos e empresas conhecidas para induzir o consumidor ao erro. Essa prática está relacionada à engenharia social técnica baseada na manipulação psicológica da vítima.

Os ataques geralmente exploram sentimentos como urgência, medo ou confiança para convencer o usuário a fornecer dados sigilosos. A segurança cibernética depende não apenas de sistemas tecnológicos, mas também da conscientização do consumidor.

Dessa forma, medidas como autenticação em duas etapas, verificação de links e uso de senhas fortes são essenciais para prevenção de fraudes digitais.

6.3 CONSUMIDOR IDOSO E EXCLUSÃO DIGITAL

O consumidor idoso encontra-se em situação de maior vulnerabilidade no ambiente digital devido às dificuldades de adaptações tecnológicas e à baixa alfabetização digital. Por esse motivo, idosos são frequentemente vítimas de golpes virtuais, especialmente fraudes bancárias e falsas centrais de atendimento.

A exclusão digital dificulta o acesso seguro às plataformas eletrônicas e amplia a dependência de terceiros para a realização de operações

digitais. O Estatuto da Pessoa Idosa garante proteção especial a esse grupo, reconhecendo sua condição de maior fragilidade nas relações de consumo. Nesse sentido, políticas públicas de inclusão digital e educação tecnológica são fundamentais para reduzir os riscos enfrentados pelos idosos.

6.4 HIPERVULNERABILIDADE NO AMBIENTE DIGITAL

A hipervulnerabilidade ocorre quando determinados consumidores apresentam fragilidade ainda maior nas relações de consumo. No ambiente digital, essa condição é agravada pela complexidade tecnológica e pela coleta massiva de dados pessoais. Crianças, idosos e pessoas com baixa alfabetização digital são considerados consumidores hipervulneráveis, pois possuem maiores dificuldades para compreender contratos eletrônicos, identificar fraudes e proteger seus dados. Além disso, o uso do algoritmo e da publicidade direcionada pode influenciar o comportamento do consumidor, aumentando a desigualdade entre plataformas digitais e usuários. Dessa forma, torna-se necessária a aplicação conjunta do Código de Defesa do Consumidor, da Lei Geral de Proteção de Dados do Marco Civil da Internet para garantir maior proteção ao consumidor digital.

7 DESAFIOS REGULATÓRIOS E JURISDICIONAIS

A globalização do comércio eletrônico ampliou significativamente os conflitos transnacionais de consumo. Consumidores brasileiros frequentemente realizam compras em plataformas estrangeiras, enfrentando dificuldades relacionadas à competência jurisdicional, aplicação da legislação nacional e execução de decisões judiciais.

Além disso, plataformas digitais estrangeiras exercem forte influência econômica no mercado brasileiro, muitas vezes buscando afastar a incidência das normas nacionais de proteção ao consumidor. Diante desse cenário, torna-se indispensável o fortalecimento da cooperação internacional, da fiscalização estatal e da regulação das plataformas digi-

tais, visando assegurar efetividade à tutela consumerista no ambiente virtual.

7.1 DIFICULDADES DE FISCALIZAÇÃO ESTATAL NO AMBIENTE VIRTUAL

A fiscalização estatal no ambiente virtual enfrenta grandes desafios em razão da rapidez das transações digitais e da atuação de empresas sem presença física no território nacional. A internet possibilita operações comerciais em escala global, dificultando o controle por órgãos fiscalizadores e a identificação de responsáveis por práticas ilícitas. Além disso, crimes cibernéticos, publicidade enganosa e vazamento de dados ocorrem de maneira instantânea, tornando a atuação preventiva do Estado mais limitada. Segundo Marques (2021), o ambiente digital ampliou a vulnerabilidade do consumidor, exigindo novas formas de fiscalização e adaptação das normas tradicionais do Direito do Consumidor. Nesse contexto, órgãos como Procon, SENACON e Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) possuem papel fundamental na proteção do consumidor digital.

7.2 JURISDIÇÃO E CONFLITOS TRANSNACIONAIS NO E-COMMERCE

O avanço do comércio eletrônico rompeu barreiras territoriais e ampliou significativamente as relações de consumo internacionais. Atualmente, consumidores brasileiros realizam compras em plataformas sediadas em diversos países, muitas vezes sem possuir conhecimento acerca da legislação aplicável ou da jurisdição competente para solucionar eventuais conflitos.

Nesse contexto, surgem desafios relacionados à competência jurisdicional, à aplicação das normas consumeristas nacionais e à efetividade das decisões judiciais em ambiente digital transnacional. A natureza global do e-commerce dificulta a delimitação do local de ocorrência da relação jurídica, uma vez que fornecedor, consumidor, servidores digitais e meios de pagamento podem estar localizados em países distintos. Tal situação gera conflitos entre legislações nacionais e provoca insegurança

jurídica ao consumidor, especialmente diante da dificuldade de responsabilização de empresas estrangeiras. No ordenamento jurídico brasileiro, o Código de Defesa do Consumidor estabelece mecanismos protetivos pautados na vulnerabilidade do consumidor.

Entretanto, a aplicação dessas garantias encontra obstáculos quando o fornecedor não possui representação física no Brasil. Ainda assim, a jurisprudência brasileira tem demonstrado tendência à ampliação da competência nacional sempre que houver repercussão direta no mercado consumidor brasileiro.

Além disso, a ausência de harmonização internacional específica para o comércio eletrônico contribui para o aumento de litígios complexos e para a dificuldade de execução de decisões judiciais estrangeiras. Dessa forma, torna-se indispensável o fortalecimento da cooperação internacional e o desenvolvimento de instrumentos jurídicos capazes de assegurar maior proteção ao consumidor digital.

7.3 PLATAFORMAS ESTRANGEIRAS E SOBERANIA REGULATÓRIA

As plataformas digitais estrangeiras exercem influência significativa sobre o mercado consumidor brasileiro, atuando na intermediação de serviços, vendas e publicidade direcionada. Empresas multinacionais de tecnologia concentram grande volume de dados pessoais e movimentações econômicas, tornando-se agentes centrais na dinâmica do consumo digital contemporâneo. Nesse cenário, surge o debate acerca da soberania regulatória do Estado brasileiro diante da atuação dessas plataformas.

Embora operem no território nacional e obtenham lucros expressivos no país, muitas empresas digitais buscam submeter suas atividades exclusivamente às legislações estrangeiras, afastando a incidência das normas brasileiras de proteção do consumidor. A dificuldade de fiscalização e responsabilização dessas plataformas compromete a efetividade das políticas públicas consumeristas e desafia a atuação dos órgãos de defesa do consumidor. Além disso, cláusulas contratuais padronizadas frequen-

temente impõem foro estrangeiro para resolução de conflitos, dificultando o acesso do consumidor brasileiro à justiça. Assim, se torna fundamental a criação de mecanismos regulatórios para as plataformas digitais, a fim de assegurar equilíbrio nas relações de consumo.

7.4 LITÍGIOS DIGITAIS E ACESSO À JUSTIÇA

O crescimento das relações de consumo digitais ocasionou aumento expressivo dos litígios envolvendo compras online, vazamento de dados, publicidade enganosa, fraudes eletrônicas e descumprimento contratual. Contudo, apesar da ampliação dos conflitos, muitos consumidores ainda encontram obstáculos significativos para acessar o Poder Judiciário e obter reparação adequada.

A informalidade das relações digitais, somada à dificuldade de identificação dos fornecedores, compromete a efetividade da tutela jurisdicionada. Em diversas situações, consumidores deixam de buscar seus direitos em razão da complexidade processual, dos custos envolvidos ou da sensação de impotência diante de grandes plataformas digitais.

Além disso, a velocidade das relações tecnológicas frequentemente supera a capacidade de adaptação do sistema jurídico tradicional. Questões relacionadas à produção de provas digitais, preservação de dados eletrônicos e competência jurisdicional tornam os processos mais complexos e demorados.

Diante desse cenário, mecanismos alternativos de resolução de conflitos vêm ganhando relevância, especialmente plataformas de mediação e conciliação online. Ferramentas digitais de solução consensual contribuem para ampliar o acesso à justiça, reduzir custos processuais e promover maior celeridade na resolução das demandas consumeristas.

Entretanto, o fortalecimento do acesso à justiça no ambiente digital depende não apenas da modernização tecnológica do Judiciário, mas também da ampliação da educação digital da população e do fortalecimento institucional dos órgãos de proteção do consumidor.

8 PERSPECTIVAS CONTEMPORÂNEAS DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR DIGITAL

A proteção do consumidor digital exige constante atualização interpretativa das normas consumeristas, compatibilizando inovação tecnológica e tutela dos direitos fundamentais.

A criação de mecanismos regulatórios voltados à transparência algorítmica, responsabilização das plataformas digitais e proteção de dados pessoais mostra-se indispensável para o equilíbrio das relações de consumo.

Além disso, políticas públicas de educação digital, fortalecimento dos órgãos de defesa do consumidor e modernização do Poder Judiciário contribuem significativamente para ampliação do acesso à justiça e efetividade da proteção jurídica no ambiente virtual.

8.1 ATUALIZAÇÃO INTERPRETATIVA DO DIREITO DO CONSUMIDOR

As constantes transformações tecnológicas exigem interpretação evolutiva das normas consumeristas, permitindo que o Direito acompanhe as novas modalidades de consumo digital.

Embora o Código de Defesa do Consumidor permaneça como principal instrumento protetivo, sua aplicação necessita ser constantemente adaptada às particularidades das relações eletrônicas. A interpretação contemporânea deve considerar princípios como boa-fé objetiva, transparência, vulnerabilidade e proteção de dados pessoais, ampliando a tutela jurídica diante das novas práticas digitais. O reconhecimento da hipervulnerabilidade do consumidor conectado demonstra a necessidade de atuação mais protetiva do Estado e do Poder Judiciário.

8.2 REGULAÇÃO DE PLATAFORMAS DIGITAIS

As plataformas digitais passaram a desempenhar papel central nas relações de consumo, atuando não apenas como intermediadoras, mas

também como agentes econômicos capazes de influenciar comportamentos, direcionar publicidade e controlar fluxos de informação.

Nesse contexto, a ausência de regulamentação específica favorece práticas abusivas e dificulta a responsabilização das empresas. A criação de normas voltadas à transparência algorítmica, proteção de dados e responsabilização das plataformas torna-se essencial para garantir equilíbrio nas relações digitais de consumo.

A regulação também deve buscar compatibilizar inovação tecnológica e proteção dos direitos fundamentais, evitando tanto a omissão estatal quanto o excesso regulatório que possa comprometer o desenvolvimento econômico.

8.3 EDUCAÇÃO DIGITAL PARA O CONSUMO CONSCIENTE

A educação digital representa instrumento fundamental para fortalecimento da proteção do consumidor no ambiente virtual. O acesso à informação e à alfabetização tecnológica permite que consumidores compreendam riscos relacionados ao comércio eletrônico, golpes digitais, tratamento de dados pessoais e publicidade manipulativa.

O consumo consciente depende da formação crítica dos usuários, possibilitando escolhas mais seguras e responsáveis. Nesse sentido, políticas públicas educacionais devem promover inclusão digital e disseminação de conhecimentos básicos sobre segurança da informação e direitos consumeristas.

Além disso, a educação digital contribui para redução da vulnerabilidade informacional, fortalecendo a autonomia dos consumidores diante das plataformas tecnológicas.

8.4 COOPERAÇÃO INTERNACIONAL NA TUTELA CONSUMERISTA

A dimensão global das relações digitais exige cooperação entre Estados para garantir efetividade na proteção do consumidor. Muitos conflitos envolvem empresas sediadas no exterior, dificultando a fiscalização

e execução de decisões judiciais nacionais. A cooperação internacional permite compartilhamento de informações, harmonização legislativa e desenvolvimento de mecanismos conjuntos de proteção ao consumidor digital.

Dessa forma, o fortalecimento da tutela consumerista depende da construção de estratégias internacionais capazes de enfrentar desafios decorrentes da economia digital transnacional.

8.5 REFORMAS LEGISLATIVAS NECESSÁRIAS

Embora o ordenamento jurídico brasileiro possua instrumentos relevantes de proteção consumerista, as transformações tecnológicas evidenciam a necessidade de atualização legislativa constante. Novos modelos de negócios digitais, inteligência artificial e plataformas automatizadas desafiam conceitos tradicionais do Direito do Consumidor.

As reformas legislativas devem buscar maior clareza quanto à responsabilidade das plataformas digitais, proteção de dados pessoais, publicidade online e combate a fraudes eletrônicas. Também se mostra necessária a criação de mecanismos processuais mais céleres e adequados à resolução de conflitos digitais. A modernização normativa é indispensável para garantir efetividade jurídica em ambiente tecnológico dinâmico e em constante evolução.

8.6 FORTALECIMENTO DE ÓRGÃOS DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Os órgãos de defesa do consumidor desempenham papel fundamental na fiscalização das relações de consumo digitais. Contudo, o avanço tecnológico exige modernização estrutural e capacitação técnica dessas instituições.

O fortalecimento dos PROCONs, Ministério Público e demais entidades fiscalizatórias possibilita maior eficiência na repressão de práticas abusivas e na proteção coletiva dos consumidores.

Além disso, investimentos em tecnologia e inteligência digital tornam-se essenciais para monitoramento de plataformas eletrônicas e identificação de irregularidades. A atuação integrada entre órgãos administrativos e judiciais contribui significativamente para efetividade da tutela consumerista no ambiente virtual.

8.7 RESPONSABILIZAÇÃO AMPLIADA DE PLATAFORMAS DIGITAIS

As plataformas digitais exercem influência direta nas relações de consumo e frequentemente lucram com transações realizadas em seus ambientes virtuais. Dessa forma, cresce o entendimento de que tais empresas não podem ser consideradas meras intermediadoras neutras.

A responsabilização ampliada busca assegurar que plataformas respondam por danos causados aos consumidores quando houver falha na prestação do serviço, omissão na fiscalização ou participação econômica na relação de consumo. Essa perspectiva fortalece a proteção do consumidor diante da dificuldade de identificação de fornecedores estrangeiros ou informais, garantindo maior efetividade à reparação de danos no ambiente digital.

Nesse contexto, a interdisciplinaridade contribui para formulação de políticas públicas mais eficientes e para desenvolvimento de mecanismos jurídicos adequados à realidade da sociedade da informação.

8.8 ABORDAGEM INTERDISCIPLINAR DO CONSUMO DIGITAL

A complexidade das relações de consumo no ambiente digital exige uma abordagem interdisciplinar, que articule direito, tecnologia, economia, sociologia e ciência de dados. O consumo digital não se limita a questões estritamente jurídicas: ele também envolve aspectos comportamentais, informacionais, econômicos e tecnológicos.

Por isso, a construção de respostas eficazes depende da integração entre diferentes áreas do conhecimento, capaz de oferecer compreensão mais ampla dos impactos sociais e econômicos das plataformas digitais.

Nesse contexto, a interdisciplinaridade contribui para a formulação de políticas públicas mais eficientes e para o desenvolvimento de mecanismos jurídicos mais adequados à realidade da sociedade da informação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do estudo realizado, observa-se que o crescimento do comércio eletrônico trouxe importantes facilidades para os consumidores, como maior praticidade, rapidez e acesso a diferentes produtos e serviços. Entretanto, a expansão das relações de consumo no ambiente digital também trouxe novos desafios, principalmente relacionados à segurança das transações, à proteção de dados pessoais, às fraudes eletrônicas, à publicidade direcionada e às práticas abusivas.

Nesse contexto, o Código de Defesa do Consumidor, a Lei Geral de Proteção de Dados e o Decreto nº 7.962/2013 representam importantes instrumentos para garantir a proteção dos consumidores nas relações realizadas pela internet. Contudo, a rápida evolução tecnológica demonstra que a existência de normas jurídicas, por si só, não é suficiente para solucionar todos os problemas que surgem no ambiente digital.

Verifica-se, portanto, a necessidade de fortalecer a fiscalização das empresas e plataformas digitais, ampliar a responsabilidade dos fornecedores e garantir maior transparência no tratamento das informações e dos dados dos consumidores. Além disso, é fundamental promover a educação digital, permitindo que os consumidores conheçam seus direitos e estejam mais preparados para identificar situações de fraude, publicidade abusiva e utilização inadequada de seus dados pessoais.

Assim, conclui-se que a proteção do consumidor no comércio eletrônico deve acompanhar constantemente as transformações tecnológicas. Para isso, é necessária a atuação conjunta do Estado, do Poder Judiciário, dos órgãos de defesa do consumidor e das empresas, buscando assegurar relações de consumo mais seguras, transparentes e equilibradas. Dessa maneira, será possível conciliar o desenvolvimento tecnológico

com a efetiva proteção dos direitos e da dignidade do consumidor no ambiente digital.

REFERÊNCIAS

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**: seção 1, Brasília, DF, ano 150, n. 52, p. 1-2, 18 mar. 2013.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, p. 18212, 12 set. 1990.

BRASIL. Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003**. Dispõe sobre o Estatuto da Pessoa Idosa e dá outras providências.** Brasília, DF, 2003.

BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014.** Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.** Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, ano 155, n. 157, p. 59-64, 15 ago. 2018.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça (3. Turma). **Recurso Especial nº 2.052.228/DF.** Recorrente: Banco Itaú Unibanco S/A. Recorrido: Fernando Antonio da Silva Ramos. Relatora: Min. Nancy Andrighi, 12 de setembro de 2023. *Diário da Justiça Eletrônico*: DJe, Brasília, DF, 15 set. 2023.

BRIGNULL, Harry. **Deceptive patterns:** exposing the tricks tech companies use to control you. London: Deceptive Patterns, 2023.

DONEDA, Danilo. **Da privacidade à proteção de dados pessoais.** Rio de Janeiro: Forense, 2020.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor.** 8. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2021.

NUNES, Rizzatto. **Curso de direito do consumidor.** São Paulo: Saraiva, 2020.

TARTUCE, Flávio. **Manual de direito do consumidor.** 10. ed. São Paulo: Método, 2022.