

A VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR E OS CONTRATOS ELETRÔNICOS NO AMBIENTE DIGITAL

MARINARA BORGES DA ROSA¹; FERNANDO COSTA DE AZEVEDO².

¹Universidade Federal de Pelotas – marinabrosa@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – fernando.azevedo@ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

O comércio eletrônico tem se firmado como uma forma estratégica de expandir mercados e atrair consumidores devido à sua praticidade, acessibilidade e custos operacionais mais baixos em comparação com o comércio físico. Embora tenha facilitado a rotina dos consumidores e expandido as oportunidades para os lojistas, o comércio eletrônico também gerou novos desafios, especialmente no que diz respeito aos contratos celebrados no ambiente digital.

O contrato eletrônico é uma modalidade contratual que depende de um computador e uma rede de comunicação para sua formação. O ambiente digital serve como base para a formalização de obrigações jurídicas, permitindo a transmissão de sinais eletrônicos que definem os direitos e deveres das partes envolvidas. Para serem válidos, os contratos eletrônicos devem seguir os mesmos requisitos objetivos e subjetivos dos contratos tradicionais.

A vulnerabilidade digital surge quando um consumidor interage com o ambiente online. Diferente de uma característica pessoal, essa vulnerabilidade é uma condição universal determinada pelo próprio ambiente digital e pelas relações estabelecidas nele. Ela é intensificada por fatores como a assimetria informacional, a arquitetura de escolha e os "*dark patterns*". A assimetria informacional se manifesta na desigualdade de acesso e compreensão de informações entre fornecedor e consumidor. A arquitetura de escolha pode ser manipulada para moldar a apresentação de opções, e os "*dark patterns*" são táticas sutis que direcionam os usuários a escolhas que beneficiam plataformas e anunciantes.

Considerando a ausência de uma legislação específica para contratos virtuais, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) é aplicado por analogia para solucionar conflitos nesse meio. O objetivo deste trabalho é analisar a vulnerabilidade do consumidor no ambiente digital e discutir a aplicação dos princípios do CDC e da Constituição Federal para a proteção de seus direitos. Busca-se demonstrar que a efetiva proteção do consumidor online depende de uma compreensão aprofundada de sua nova condição de vulnerabilidade e da harmonização dos princípios jurídicos.

2. METODOLOGIA

Este trabalho se caracteriza como uma pesquisa bibliográfica, baseada na análise de artigos científicos, teses e legislações pertinentes ao tema. A coleta de dados foi realizada por meio de uma revisão de literatura que aborda o conceito de contratos eletrônicos, a vulnerabilidade do consumidor no ambiente digital e a aplicação do Código de Defesa do Consumidor (CDC) nesse contexto. A análise dos textos se concentrou em identificar os principais desafios e soluções jurídicas para a proteção do consumidor online.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A rápida expansão do comércio eletrônico, impulsionada pela praticidade e redução de custos operacionais (Bastos Neto et al., 2022), trouxe uma nova dinâmica para as relações de consumo, mas também intensificou os desafios na proteção do consumidor. A natureza dos contratos eletrônicos, definidos como instrumentos de veiculação digital que utilizam redes de comunicação para a formalização de obrigações (Castro, 2009), introduziu uma série de elementos que tornam a simples adaptação das normas de contratos tradicionais ineficaz. A intermediação tecnológica exacerba a assimetria informacional e cria novos desequilíbrios, exigindo uma análise mais profunda da vulnerabilidade do consumidor neste contexto (Souza et al., 2025).

A vulnerabilidade digital é um conceito que se manifesta quando o consumidor interage com o ambiente online, sendo uma característica universal a todos que participam de relações de consumo na internet (Palmeira, 2022, p. 167). Diferente de uma vulnerabilidade individual, ela é inerente ao próprio meio digital, sendo agravada por uma série de fatores. Entre eles, destacam-se a arquitetura de escolha e os "dark patterns", que são táticas sutis empregadas para direcionar o usuário a fazer escolhas que beneficiam as plataformas, como a coleta de dados (Palmeira, 2022, p. 170). Essa vulnerabilidade se soma à já existente no mercado e pode ser agravada por circunstâncias pessoais, criando múltiplas camadas de desproteção para o consumidor (Palmeira, 2022, p. 168). A rapidez e a falta de interação humana nas transações online também contribuem para decisões impulsivas, reforçando a necessidade de transparência e lealdade por parte dos fornecedores (Souza et al., 2025, p. 5).

Diante da ausência de uma legislação específica para contratos virtuais, a solução adotada pelo ordenamento jurídico brasileiro é a aplicação do Código de Defesa do Consumidor (CDC) por analogia (Bastos Neto et al., 2022, p. 118). Essa aplicação busca estender a proteção já garantida nas transações físicas para o ambiente digital. Assim, os fornecedores de produtos e serviços online devem cumprir as mesmas obrigações de publicidade e informação clara, precisa e visível sobre suas ofertas, conforme estabelecido nos artigos 30 e 31 do CDC (Bastos Neto et al., 2022, p. 119). Outro ponto crucial é o direito de arrependimento, que tem um prazo legal de sete dias para compras realizadas na internet, embora possa haver exceções para produtos de consumo imediato (Bastos Neto et al., 2022, p. 122).

A proteção do consumidor, um fundamento da ordem econômica brasileira segundo o artigo 170, inciso V, da Constituição Federal, não deve ser vista de forma isolada (Azevedo, 2017, p. 4). A interpretação das normas de consumo no ambiente digital deve ser guiada por outros princípios fundamentais, como a dignidade da pessoa humana e a proteção da confiança, que têm como objetivo garantir um "equilíbrio mínimo" nas relações de consumo (Azevedo, 2017, p. 6). Em casos de conflito de interesses, é essencial que a solução seja encontrada por meio da ponderação, harmonizando a defesa do consumidor com outros princípios constitucionais, como a livre concorrência (Azevedo, 2017, p. 4).

Em suma, a transição para o ambiente digital, embora tenha proporcionado inúmeras vantagens, impôs novos desafios ao direito do consumidor. A vulnerabilidade digital, exacerbada pela assimetria informacional e por práticas manipuladoras como os *dark patterns*, exige uma aplicação cuidadosa e principiológica do CDC. A justa resolução de conflitos e a efetiva tutela do consumidor online dependem de uma compreensão aprofundada de sua nova

condição de vulnerabilidade e da harmonização dos princípios jurídicos para garantir o equilíbrio nas relações de consumo.

4. CONCLUSÕES

A vulnerabilidade do consumidor no ambiente digital é um fenômeno complexo e universal, exacerbado pela assimetria informacional, pela arquitetura de escolha e por táticas manipuladoras como os "dark patterns". A ausência de uma legislação específica para contratos eletrônicos reforça a necessidade de aplicar o Código de Defesa do Consumidor por analogia, fundamentando sua interpretação em princípios constitucionais como a dignidade da pessoa humana e a proteção da confiança.

A efetiva proteção dos direitos do consumidor online depende, portanto, de uma compreensão aprofundada de sua nova condição de vulnerabilidade, que exige a harmonização dos princípios jurídicos para a justa resolução de conflitos e a correção de desequilíbrios nas relações de consumo.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACIOLI, Catarine Gonçalves. A proteção dos dados dos consumidores: reflexão sobre caminhos para sua efetividade no Brasil. **Direito & Justiça**, Porto Alegre, v. 38, n. 2, p. 132-140, jul./dez. 2012. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/fadir/article/view/12540>. Acesso em: 14 ago. 2025.

AZEVEDO, Fernando Costa de. O direito do consumidor e seus princípios fundamentais. **Revista Eletrônica da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Pelotas (UFPel)**, v. 3, n. 1, p. 25-48, jan./jun. 2017. ISSN 2448-3303. Disponível em: <https://doi.org/10.15210/rfdp.v3i1.11960>. Acesso em: 12 ago. 2025.

AZEVEDO, Fernando Costa de; SANTOS, Karinne Emanoela Goettems dos; MOREIRA, Tássia Rodrigues. Vulnerabilidade dos consumidores na sociedade da informação e a necessidade da proteção jurídica de seus dados nas relações estabelecidas em ambiente digital. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 31, n. 141, p. 201-218, maio-jun. 2022. Disponível em: <https://bd.tjdft.jus.br/handle/tjdft/53992>. Acesso em: 14 ago. 2025.

BASTOS NETO, Patrício Firmino; COSTA, Ricardo Sérvulo Fonsêca da. O contrato eletrônico e o Código de Defesa do Consumidor na proteção e defesa do consumidor. **Revista FESP Faculdades: periódico de diálogos científicos – O Direito Digital em Foco 2022.1**, João Pessoa, v. XVII, n. 31, p. 106-127, jan./jun. 2022. ISSN 1982-0895.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. [Código de Defesa do Consumidor]. Brasília, DF: Presidência da República, [2021]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 14 ago. 2025.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Brasília, DF: Presidência da República, [2021]. Disponível em:

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 14 ago. 2025.

CASTRO, Thamis Dalsenter Viveiros de. Contrato eletrônico como cibercomunicação jurídica. **Revista de Direito GV**, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 407-428, dez. 2009. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1808-24322009000200010>.

DIAS, Rafael da Silva Fernandes. A aplicação da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais nas relações de consumo. **Conteúdo Jurídico**, [S. I.], 2021. Disponível em: <https://conteudojuridico.com.br/consulta/Artigos/57648/a-aplicao-da-lei-geral-de-proteo-de-dados-pessoais-nas-relaes-de-consumo>. Acesso em: 14 ago. 2025.

E-COMMERCE BRASIL. LGPD e segurança de dados dentro do e-commerce. **E-commerce Brasil**, [S. I.], 10 maio 2023. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/lgpd-e-seguranca-de-dados-dentro-do-e-commerce>. Acesso em: 14 ago. 2025.

MANZATO, Wellington Junior Jorge; SOARES, Marcelo Negri; CUGULA, Jarbas Rodrigues Gomes. Lei Geral de Proteção de Dados e a importância da tutela dos direitos da personalidade nos contratos digitais. **Boletim de Conjuntura (BOCA)**, Boa Vista, ano VI, v. 18, n. 54, p. 620-634, 2024. ISSN 2675-1488. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13357906>.

NEMETE, Carolyn Gil. **O consumidor no comércio eletrônico: uma análise em face da aplicabilidade da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais nas relações de consumo virtuais**. 2021. Monografia (Bacharelado em Direito) – Centro Universitário Unidade de Ensino Superior Dom Bosco, São Luís, 2021.

PALMEIRA, Mariana de Moraes. **Vulnerabilidade, hipossuficiência e proteção de dados na jornada de consumo em ambiente digital**. 2022. 266 f. Tese (Doutorado em Direito) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

PIMENTEL, Anderson Teixeira de Carvalho. **A proteção de dados pessoais do consumidor em contratos eletrônicos das relações virtuais de consumo digital sob a égide da Lei n. 13.709/2018**. 2022. 46 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/28284/1/ATCP011223.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2025.

SIQUEIRA, Patrícia Gonzaga de. A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no Brasil: desafios e impactos nas relações de consumo no ambiente digital. **Conteúdo Jurídico**, [S. I.], 24 fev. 2025. Disponível em: <http://www.conteudojuridico.com.br/consulta/Artigos/67890/a-lei-geral-de-proteo-de-dados-lgpd-no-brasil-desafios-e-impactos-nas-relaes-de-consumo-no-ambiente-digital>. Acesso em: 12 ago. 2025.

SOUZA, Aldryn Amaral de et al. Contratos eletrônicos sob a ótica da vulnerabilidade do consumidor. **RCMOS – Revista Científica Multidisciplinar O Saber**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 1-15, jan./jul. 2025. ISSN 2675-9128.