

PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO ELETRÔNICO: FUNDAMENTOS JURÍDICOS E CORRESPONSABILIDADE DAS PLATAFORMAS DE COMÉRCIO ELETRÔNICO

**CARLOS HENRIQUE RODRIGUES ROQUE¹; CARLOS AUGUSTO BRUN DE
MARTINI²;
JOÃO PEDRO SEEFELDT PESSOA³**

¹Universidade Federal de Pelotas– carloshenriquerodriguesroque@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – carlosbrundemartini@gmail.com

³ Universidade Federal de Pelotas – joao.seefeldt@ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

Com o avanço da tecnologia e a consolidação do uso da Internet pelas pessoas e empresas, houve uma transformação nas relações de consumo. Atualmente, é bastante corriqueira a ocorrência de uma transação comercial realizada por meios eletrônicos, em que há a transferência de recursos financeiros e de dados, bem como a troca de informações, estando em completo acordo com a definição de comércio eletrônico apresentada por SALVADOR (2013).

O fato é que a sociedade digital evolui em um ritmo acelerado, exigindo que o Direito acompanhe as transformações, caso contrário, corre o risco de o ordenamento jurídico se tornar obsoleto, conforme relatado por PINHEIRO (2016). Surge, assim, a necessidade de verificar de que maneira as plataformas podem ser responsabilizadas civilmente pelos danos causados aos consumidores.

O presente trabalho tem como objetivo analisar como o direito do consumidor é capaz de tutelar os consumidores no ambiente virtual, exigindo, portanto, a análise da legislação, da doutrina e da jurisprudência atual, bem como o Projeto de Reforma do Código Civil (PL 4/2025), que conta com um Livro a respeito do Direito Civil Digital.

Além disso, válido ressaltar, que conforme o artigo 7º do CDC, restou expressamente estabelecido que os direitos dos consumidores não se limitam apenas aos artigos elencados no código de defesa do consumidor. Sendo imprescindível destacar que as normas devem sempre ser interpretadas da maneira mais favorável ao consumidor, em concordância com o princípio da aplicação da norma jurídica mais benéfica ao consumidor. Sendo que a pesquisa em questão se baseou justamente nesse entendimento, buscando demonstrar que a proteção do consumidor deve ser analisada de maneira mais ampla e não se limitando ao CDC para assegurar os interesses do consumidor.

2. METODOLOGIA

A presente pesquisa se fundamenta em uma abordagem metodológica qualitativa, sendo notadamente enriquecida por meio da utilização de artigos online, denominados de “webgrafia” e também de bibliografias. Essa metodologia busca compreender de forma profunda e contextualizada os processos e fenômenos estudados, explorando a dinâmica dos eventos e a complexidade das relações sociais.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A priori, tem-se que os consumidores que utilizam plataformas digitais para comprar produtos ou contratar serviços, possuem vulnerabilidade agravada pelo meio eletrônico, tendo como as principais consequências, a ampliação do dever de informar dos fornecedores no ambiente virtual, em função da vulnerabilidade técnica, fática e informacional (GOULART, 2018).

Atualmente, a maneira de consumir passou por uma grande transformação, sendo que a maneira que os consumidores, contratam e compram foi alterada, migrando do ambiente físico para o virtual (BUSSAB, 2017). Nesse contexto, observou-se que as plataformas digitais criam um sistema contratual complexo, caracterizado pela intermediação entre o consumidor e o fornecedor, o que demanda maior atenção na aplicação da legislação vigente.

Esse cenário evidencia que o CDC, embora ofereça proteção aos consumidores, não consegue sozinho tutelar os consumidores de maneira efetiva no ambiente virtual. A principiologia do CDC mantém-se plenamente aplicável, contudo, as peculiaridades das contratações digitais exigem a integração com normas complementares que tratem de questões específicas, como segurança da informação, proteção de dados pessoais e práticas abusivas em plataformas digitais.

A pesar de o artigo 49 do CDC disciplinar o direito de arrependimento, que dá ao consumidor o direito de desistir do contrato no prazo de sete dias a partir da assinatura do contrato ou do recebimento do produto ou serviço, quando contratado de maneira digital fora do estabelecimento comercial. Alguns autores, acreditam que é preciso examinar com cautela a que produtos e serviços o direito de arrependimento do consumidor que contrata a distância, fora do estabelecimento empresarial e por meio eletrônico ou similar, para se evitar uma banalização do instituto de forma que os fornecedores passem a não o respeitar mais, argumentando que o consumidor está abusando de seu direito (KLEE, 2022)

Nesse sentido, o para ampla proteção do consumidor no meio digital, o CDC deverá ser aplicado em conjunto com outras normas que beneficiam o consumidor, como por exemplo o decreto N° 7.962/2013 aperfeiçoado posteriormente pelo PL 3.514/2015, que alterou o código de defesa do consumidor, buscando uma maior proteção do consumidor no comércio eletrônico.

No mesmo sentido, destaca-se a relevância da aprovação do Projeto de Lei nº 4, de 2025, que dispõe sobre a atualização da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 (Código Civil), pois estabelece regulamentação específica para os contratos firmados em meio digital, além de inaugurar um novo livro dedicado exclusivamente ao Direito Digital.

Ademais, tem-se que as plataformas digitais não se limitam à mera intermediação entre os consumidores e os fornecedores, atuando diretamente no fluxo de informações, nas transações e na intermediação da comunicação entre o consumidor e o fornecedor (GALLI, 2017). Assim, tornam-se corresponsáveis pela integridade e confiabilidade das relações de consumo realizadas em seus ambientes.

Ademais, a confiança depositada pelo consumidor na plataforma intermediadora é determinante para a perfectibilização contratual, uma vez que a percepção de segurança e veracidade influencia diretamente nas contratações e a expectativa de cumprimento das obrigações contratuais por parte do fornecedor

(BUSSAB, 2017). Nesse sentido, práticas de omissão/informações incompletas ou falhas na mediação podem gerar danos ao consumidor.

Tal afirmativa é endossada na jurisprudência, como no RESP 1107024, que possui como relatora a ministra Maria Isabel, na qual firmou o entendimento de que a plataforma intermediadora responde objetivamente pela falha de segurança do serviço de intermediação de negócios e pagamentos oferecido ao consumidor. Esse precedente ilustra a tendência de responsabilização solidária ou objetiva das plataformas digitais, alinhando-se à ideia de corresponsabilidade na cadeia de fornecimento.

Constata-se, assim que a hipervulnerabilidade digital não é apenas um conceito teórico, mas uma realidade que impacta diretamente na vida do consumidor. A multiplicidade de fatores técnicos, informacionais e fáticos intensifica a exposição do consumidor a riscos que anteriormente não existiam nas contratações realizadas de maneira física (GOULART, 2018). Em suma, é evidente a centralidade do princípio da vulnerabilidade do consumidor no contexto digital e evidencia que as plataformas digitais devem ser corresponsáveis na cadeia de fornecimento.

4. CONCLUSÕES

A pesquisa demonstrou que o avanço tecnológico e a expansão do comércio eletrônico transformaram profundamente as relações de consumo, evidenciando a hipervulnerabilidade digital do consumidor. Nesse contexto, o Código de Defesa do Consumidor continua sendo fundamental, mas sua aplicação isolada revela-se insuficiente para garantir proteção efetiva, sendo necessário integrá-lo a normas complementares, como o Decreto nº 7.962/2013, o PL 3.514/2015 e o Projeto de Lei nº 4, de 2025, que atualiza o Código Civil e regulamenta os contratos digitais.

Além disso, as plataformas digitais não podem ser vistas apenas como intermediadoras neutras. Ao atuarem diretamente na comunicação, no fluxo de informações e nas transações financeiras, assumem papel ativo na relação contratual e devem ser corresponsáveis na cadeia de fornecimento. A jurisprudência, como o REsp 1.107.024, já reconhece essa responsabilidade objetiva, reforçando a necessidade de assegurar confiança, segurança e cumprimento das obrigações pelos fornecedores.

Em síntese, a proteção do consumidor no meio digital depende da conjugação entre atualização legislativa, interpretação sistemática do ordenamento jurídico e responsabilização efetiva das plataformas digitais. Somente assim será possível equilibrar a relação de consumo, garantindo segurança, transparência e tutela plena ao sujeito mais vulnerável: o consumidor.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livro

Rodrigo da Guia Silva e Gustavo Tepedino coordenadores. **O Direito Civil na era da inteligência artificial**. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.

Artigos

LIMA, C.R.P.L. Contratos de adesão eletrônicos (“shrink-wrap” e “click-wrap”) e termos e condições de uso (“browse-wrap”). **Revista de direito do consumidor**, v. 30, n. 133, p. 109-254 jan./fev. 2021.

CANUT, L.C. Proteção do consumidor na Era Digital: Desafios ao Direito do consumidor tradicional. **Conpedi**

RAMOS, ALAR. FROTA, PMCF Produtos de conteúdo virtual: linguagem comercial abusiva, juridiquês e a disciplina jurídica do comércio eletrônico no Brasil. **Revista de Direito do Consumidor**

KLEE, AELK. Necessária atualização do CDC no comércio eletrônico e direito de arrependimento. **ConJur**

KLEE, AELK. O necessário reforço do direito de arrependimento do consumidor na era de produtos e serviços digitais

KLEE, AELK. O diálogo das fontes nos contratos pela internet do vínculo contratual ao conceito de estabelecimento empresarial virtual e a proteção do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**

Documentos eletrônicos

PROJETO DE LEI Nº 4, DE 2025 Dispõe sobre a atualização da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 (Código Civil), e da legislação correlata. Acessado em: 20 ago. 2025. Online. Disponível em:

<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/166998>

GOULART, G.D.G. Hipervulnerabilidade do consumidor no ciberespaço e o tratamento dos dados pessoais à luz da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais Brasileira (LGPD). **REVISTA CESUMAR MESTRADO, 2019** Acessado em: 20 ago. 2025. Online. Disponível em:

https://www.academia.edu/39347952/HIPERVULNERABILIDADE_DO_CONSUMIDOR_NO_CIBERESPA%C3%87O

BUSSAB, R.C.B. A proteção do consumidor na era virtual: desafios da responsabilidade do marketplace. Acessado em: 20 ago. 2025. Online. Disponível em:

<https://site.conpedi.org.br/publicacoes/34q12098/tbq52696/jjK7Gn537e4g30tm.pdf>

REsp 1107024 / DF RECURSO ESPECIAL 2008/0264348-2 Acessado em: 20 ago. 2025. Online. Disponível em:

https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=200802643482&dt_publicacao=14/12/2011

DECRETO Nº 7.962, DE 15 DE MARÇO DE 2013, Acessado em: 20 ago. 2025. Online. Disponível em:

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm

BRASIL. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 3.514/2015. Altera a Lei n. 8.078. Acesso em: 20 ago. 2025. Disponível em:

https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1408274&filename=PL+3514/2015

É possível a aplicação de uma norma jurídica mais favorável? Acesso em: 20 ago. 2025. Disponível em:

<https://www.jusbrasil.com.br/artigos/e-possivel-a-aplicacao-de-uma-norma-juridica-mais-favoravel/174801996-dex.htm>