

O DIREITO DO CONSUMIDOR NA ERA DO COMÉRCIO DIGITAL: BENEFÍCIOS E DESAFIOS

Ester Ferreira Vieira Silva¹
Paulo Izidio da Silva Resende²

RESUMO: A presente pesquisa investiga o Direito do Consumidor na era do comércio digital, explorando os benefícios e desafios enfrentados por consumidores e empresas nesse contexto. A ascensão do comércio eletrônico trouxe uma série de vantagens, como conveniência e variedade de produtos, mas também levantou preocupações sobre a proteção do consumidor, incluindo questões de segurança de dados, práticas comerciais enganosas e acesso à justiça. Este estudo propõe analisar as leis e regulamentações existentes relacionadas ao comércio digital, identificar lacunas e áreas de melhoria, e propor estratégias para fortalecer a proteção do consumidor nesse ambiente em constante evolução. A pesquisa combinará métodos qualitativos e quantitativos, incluindo revisão de literatura. Os resultados esperados contribuirão para a compreensão dos desafios legais e éticos enfrentados pelos consumidores e eficazes empresas no comércio digital e para o desenvolvimento de políticas mais de proteção do consumidor.

Palavras-chave: Direito do Consumidor. Comércio Digital. Benefícios. Desafios. Proteção do Consumidor.

3000

ABSTRACT: This research investigates Consumer Law in the era of digital commerce, exploring the benefits and challenges faced by consumers and companies in this context. The rise of e-commerce has brought a number of advantages such as convenience and product variety, but it has also raised concerns about consumer protection, including data security issues, deceptive commercial practices and access to justice. This study proposes to analyze existing laws and regulations related to digital commerce, identify gaps and areas for improvement, and propose strategies to strengthen consumer protection in this constantly evolving environment. The research will combine qualitative and quantitative methods, including a literature review. The expected results will contribute to understanding the legal and ethical challenges faced by consumers and businesses in digital commerce and to the development of more effective consumer protection policies.

Keywords: Consumer Law. Digital Commerce. Benefits. Challenges. Consumer Protection.

¹ Acadêmica do curso de Direito, UNIRG.

² Orientador do curso de Direito, UNIRG. Professor, Advogado

INTRODUÇÃO

Na era contemporânea, marcada pela crescente digitalização e globalização dos mercados, o comércio digital emergiu como uma força transformadora nas relações de consumo. Sob essa perspectiva, o Direito do Consumidor se depara com uma série de desafios e oportunidades sem precedentes. O presente projeto de pesquisa se propõe a investigar os benefícios e desafios inerentes ao Direito do Consumidor na era do comércio digital.

A ascensão do comércio digital tem sido acompanhada por uma série de benefícios que influenciam diretamente a experiência do consumidor, como a conveniência, a acessibilidade global, a ampla oferta de produtos e serviços e a personalização das interações comerciais. No entanto, essa nova dinâmica de consumo também apresenta desafios significativos que demandam uma análise cuidadosa e aprofundada.

A proteção dos direitos dos consumidores no ambiente digital é uma questão central que permeia diversos aspectos do comércio eletrônico, incluindo a segurança dos dados pessoais, a transparência nas práticas comerciais, a resolução de disputas e a garantia de acesso à justiça. Diante desse contexto complexo e em constante evolução, compreender os benefícios e desafios do Direito do Consumidor na era do comércio digital torna-se fundamental para a construção de um ambiente de consumo mais justo, transparente e seguro.

3001

Nesse sentido, esta pesquisa se justifica pela sua contribuição para o avanço do conhecimento acadêmico sobre o tema para a elaboração de políticas públicas e práticas comerciais que promovam um comércio digital mais justo, transparente e seguro para os consumidores.

Diante da crescente digitalização do mercado e do aumento do comércio eletrônico, surge a seguinte questão de pesquisa: Quais são os principais desafios enfrentados pelos consumidores na era do comércio digital, e como as leis e regulamentações relacionadas ao Direito do Consumidor podem ser adaptadas e aprimoradas para garantir uma proteção efetiva dos direitos dos consumidores nesse contexto?

A pesquisa será bibliográfica, onde analisará materiais já publicados sem a interferência pessoal da autora. Ademais, a investigação dos benefícios e desafios do Direito do Consumidor na era do comércio digital pode subsidiar ações educativas voltadas para a conscientização dos consumidores sobre seus direitos e responsabilidades nesse ambiente, contribuindo para uma maior equidade e empoderamento dos consumidores no mercado digital.

Portanto, diante da crescente importância do comércio digital na economia global e da necessidade de garantir a proteção dos direitos dos consumidores nesse contexto, esta pesquisa se apresenta como uma iniciativa relevante e oportuna para abordar uma questão de grande interesse social e acadêmico.

Nesta pesquisa, serão explorados os diversos aspectos do Direito do Consumidor relacionados ao comércio digital, com o objetivo de identificar lacunas regulatórias, analisar casos relevantes e propor estratégias para fortalecer a proteção dos consumidores nesse contexto. Ao adotar uma abordagem multidisciplinar que combina elementos do direito, da economia e da tecnologia, espera-se contribuir para o avanço do conhecimento acadêmico e para o desenvolvimento de políticas públicas e práticas comerciais mais alinhadas com os princípios fundamentais do Direito do Consumidor.

2. EVOLUÇÃO DO DIREITO DO CONSUMIDOR E O COMÉRCIO DIGITAL

O direito do consumidor é uma área em constante evolução, refletindo mudanças sociais, econômicas e tecnológicas. Com a ascensão do comércio digital, os direitos do consumidor precisaram ser adaptados para garantir a proteção dos consumidores nas novas formas de transação online, como destaca Santanna:

O Código de Defesa do Consumidor é o conjunto de normas concebidas para proteger as relações de consumo. Nesta Unidade de Aprendizagem se conhecerá qual a importância dos princípios para o ordenamento jurídico. Estudar-se-á, também, qual a diferença entre princípios, regras e normas, bem como a posição assumida pelo Código de Defesa do Consumidor frente aos tribunais superiores. (2018, p. 10)

A proteção ao consumidor tem raízes que remontam ao final do século XIX e início do século XX, quando as primeiras regulamentações visavam proteger a saúde e a segurança da população, especialmente em relação a produtos alimentícios e medicamentos. No Brasil, a criação do Código de Defesa do Consumidor (CDC) em 1990 representou um marco essencial nesse processo, conforme leciona Khouri:

É fato que a força normativa do Código Civil, inclusive o francês, a partir do final do século XIX, foi sendo corroída pelas leis especiais, o que, por si só, revelava sua insuficiência para fazer face à dinâmica social. Nesse contexto, surge o CDC. Esse diploma não é uma simples lei, que regula um contrato específico, como é o caso da Lei de Locações, Lei da Incorporação Imobiliária, Lei dos Planos e Seguro-Saúde. O raio de alcance do CDC é muito maior, pois se apresenta como uma lei que pode incidir em qualquer relação de consumo, estendendo seu alcance aos crimes contra os consumidores, ao processo civil, quando trata da proteção do consumidor em Juízo, e ao direito administrativo, ao impor procedimentos aos órgãos envolvidos na proteção ao consumidor.

O CDC trouxe uma legislação abrangente e moderna para a época, incorporando princípios fundamentais como a boa-fé, o equilíbrio nas relações de consumo, e o direito à

informação e segurança. Sua promulgação significou um avanço significativo ao estabelecer um sistema de proteção que visava equilibrar a relação entre consumidores e fornecedores, em um contexto onde as práticas comerciais abusivas eram comuns, nesse sentido, doutrina Rocha:

Nas relações de consumo, esses novos direitos (ex. direito de revisão de cláusulas contratuais consideradas excessivamente onerosas e/ou abusivas; direito de interpretação do contrato de adesão em favor do consumidor etc.) têm como objetivo flexibilizar a força obrigatória dos negócios jurídicos de modo a reequilibrar a relação entre consumidores e fornecedores, a qual seria marcada pela vulnerabilidade do consumidor devido à existência de uma assimetria econômica, informativa e tecnológica entre ele e o fornecedor. (2018, p.14)

Com o crescimento do comércio eletrônico e o aumento da complexidade das transações online, o conceito de direito do consumidor teve de ser expandido. Inicialmente focado em relações físicas e diretas, o direito do consumidor passou a incluir transações em ambientes virtuais, impondo novos desafios regulatórios, em destaque, discorre Ribeiro:

Tema bastante atual, o comércio eletrônico diz respeito às negociações realizadas pela rede mundial de computadores, caracterizada pela oferta do produto feita de modo audiovisual por uma página da internet. As negociações via websão sinônimos de comodidade e rapidez, pois, o comércio virtual oferece uma proximidade entre cliente e fornecedor, demonstrando deste modo que já não existem fronteiras no mundo dos negócios, bastando um simples, clique, e a aquisição de um determinado produto ou serviço torna-se perfeitamente viável. (2024, p. 131)

A proteção do consumidor no comércio digital exige novas abordagens para garantir direitos como a privacidade, a transparência e a segurança das transações, adaptando normas e princípios para um ambiente em constante transformação. Assim, o CDC e outras normativas específicas precisaram evoluir para abarcar as características do comércio eletrônico, incorporando a necessidade de proteção em áreas como tratamento de dados e segurança de informação, nessa linha de estudo, menciona Neto e Bezerra:

As transações eletrônicas também devem vislumbrar determinadas regras, sobretudo aquelas que estabelecem direitos ao vultoso contingente de consumidores que, diariamente, celebram negócios pela internet. Mesmo que de modo exíguo, o ordenamento jurídico brasileiro já ampara o comércio eletrônico, sendo essencial conhecer e respeitar tais normas e princípios para o êxito de qualquer acordo efetuado no ambiente virtual. Reitera-se que não existe legislação, em sua acepção formal, específica a tratar sobre o tema, mas tão somente uma vinculação dos contratos eletrônicos ao Direito do Consumidor. (2024, p. 13)

Organizações como o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) e o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) exercem papel fundamental na fiscalização e na orientação dos consumidores. Essas entidades trabalham em conjunto com o CDC para garantir a aplicação dos direitos básicos dos consumidores, tais como o acesso à informação adequada, proteção contra práticas abusivas e segurança nas transações digitais. (Neto; Bezerra, 2024)

No contexto digital, o CDC continua a ser uma ferramenta importante, exigindo que as empresas de e-commerce informem de maneira clara sobre os produtos e serviços oferecidos e

respeitem o direito de arrependimento, além de fortalecer medidas de proteção contra fraudes e práticas abusivas comuns na internet. (Assunção, Fagundes e Révillion, 2019)

A popularização da internet e o desenvolvimento de novas tecnologias transformaram as relações entre consumidores e empresas. Antigamente restritas a lojas físicas e transações presenciais, essas relações se diversificaram para incluir interações online, compras por aplicativos e redes sociais. Isso trouxe novos tipos de produtos, serviços e intermediários (como plataformas de marketplace) para o cotidiano dos consumidores, ao mesmo tempo em que criou novas áreas de vulnerabilidade, como diz Assunção, Fagundes e Révillion:

O comércio eletrônico já é uma revolução incontestável no mundo dos negócios, tendo vindo para revolucionar a forma como pessoas e empresas transacionam mercadorias (produtos e serviços) de todos os tipos. A internet mudou a maneira como as pessoas compram — desde o básico para a manutenção das suas casas até compras mais complexas, feitas por grandes empresas. (2019, p. 31)

O avanço tecnológico introduziu uma nova dinâmica em que as decisões de consumo são tomadas rapidamente, muitas vezes sem a presença física do produto ou uma interação direta com o fornecedor. Essa mudança demandou a criação de um arcabouço legal mais robusto e flexível para atender a essas novas realidades. (Teixeira, 2020)

Contraditoriamente, quando o endereço eletrônico é tornado primordial para a existência das empresas na economia digital, sua localização no território assume relevância inédita. É daí que endereço do vendedor e endereço dos consumidores inaugura uma trama repleta de conflitos e estratégias. Ao contrário do que pode parecer indicar a abordagem por meio da noção de ciberespaço, a localização das sedes das empresas continua um dado relevante, e talvez não fosse mesmo forçoso reconhecer seu valor ainda mais estratégico na atualidade. (Venceslau; 2024, p. 4)

A economia digital representa um fenômeno global, caracterizado pelo aumento expressivo de transações online e pela criação de novas modalidades de negócios, como o e-commerce e os marketplaces. O ambiente virtual facilitou a expansão de empresas e fornecedores de diferentes portes, e hoje qualquer pessoa pode comprar ou vender produtos e serviços com poucos cliques, doutrina Teixeira acerca do tema:

A internet pode ser considerada uma ferramenta de aproximação entre as pessoas físicas e jurídicas. E o empresário, que sempre buscou transpor obstáculos para levar seus produtos e serviços a quem deles precisem, seja por terra, por água ou pelo ar, vê, agora, nos meios eletrônicos, um instrumento potencial – de custo relativamente baixo – de venda de suas “especiarias”. [...] Há alguns contratos que são próprios da internet, como o serviço de conexão, o armazenamento ou a manutenção de sites etc. Em contrapartida, há outros contratos que se utilizam dela apenas como manifestação da vontade no negócio. Por exemplo, a compra e a venda de insumo podem ser tratadas totalmente pela internet, utilizando-se de e-mail para, posteriormente, ser entregue fisicamente nas dependências do comprador. (Teixeira, 2020, p.6)

Além disso, os aplicativos de entrega, transporte e serviços tornaram-se parte essencial do cotidiano das pessoas. Esse cenário exige uma regulamentação que garanta segurança e

transparência para o consumidor, abordando desde a clareza nas informações sobre os produtos até a responsabilidade das plataformas intermediadoras. (Teixeira;2020)

O direito do consumidor no Brasil passou por uma transformação significativa para acompanhar as mudanças trazidas pelo comércio digital. A adaptação das leis existentes e a criação de novas regulamentações são essenciais para garantir que os direitos dos consumidores sejam protegidos em um ambiente cada vez mais digital e globalizado. (Venceslau; 2024)

O CDC, em conjunto com outras legislações específicas, continua a desempenhar um papel vital na promoção de uma relação equilibrada e justa entre consumidores e empresas, e sua evolução é fundamental para lidar com os desafios futuros trazidos pela economia digital. (Venceslau; 2024)

3. BENEFÍCIOS DO COMÉRCIO ELETRÔNICO/DIGITAL PARA O CONSUMIDOR

O comércio digital trouxe uma série de benefícios para o consumidor moderno, oferecendo acessibilidade, conveniência e novas formas de personalização. Ao contrário das compras tradicionais, onde o consumidor é limitado a interações presenciais e a um número restrito de opções, o ambiente online possibilita um leque de escolhas que se estende a diversos produtos, serviços e canais. (Fernandez; Nunes, 2024)

3005

O comércio eletrônico engloba os processos de relacionamento e colaboração devenda-compra dentro da organização, tanto no mercado empresarial (B2B ou business-to-business) quanto no mercado de consumidores (B2C ou business-to-consumer) e também nas transações entre consumidores (C2C ou consumer-to-consumer), além dos processos internos de suporte (Zwass, 2003). O comércio online oferece vantagens importantes para fazer negócios; as empresas estão adotando o comércio eletrônico para expandir mercados, melhorar o atendimento ao cliente, reduzir custos e aumentar a produtividade (Aghaunor, Lavin; Fotoh, 2006 apud Fernandez; Nunes, 2024, p.7)

Uma das maiores vantagens do comércio digital é a acessibilidade, especialmente para consumidores em regiões com infraestrutura comercial limitada. Antes do advento das plataformas digitais, consumidores de áreas remotas ou com pouco acesso ao comércio físico enfrentavam restrições significativas em relação à variedade e qualidade dos produtos, como diz Teixeira:

O comércio eletrônico ou e-commerce representa parte do presente e do futuro do comércio. Existem várias oportunidades de negócios espalhadas pela internet, além de muitas que são criadas em todo momento. É bem provável que uma pesquisa de preços na internet traga não só o menor preço, como também melhores opções de bens. E, apesar do gargalo representado pelo “analfabetismo digital” de uma grande parcela da população, o e-commerce já desponta junto a uma geração que nasceu com o computador “no colo” ou “nas mãos”. O crescimento do número de internautas na última década é espantoso. (2015, p. 19)

Com o comércio digital, essas barreiras foram minimizadas, permitindo que qualquer pessoa com acesso à internet tenha à disposição uma ampla gama de produtos e serviços. A conveniência é outro benefício direto, uma vez que os consumidores podem realizar compras em qualquer lugar e a qualquer hora, sem a necessidade de se deslocar fisicamente até um ponto de venda. (Andrade; Silva, 2017)

Além disso, novas modalidades de entrega, como o delivery e o pick-up em pontos de conveniência, oferecem maior flexibilidade ao consumidor, permitindo que ele escolha a forma de receber ou retirar suas compras de acordo com sua rotina e necessidades específicas. Esses modelos agilizam o processo de compra e tornam a experiência mais prática, especialmente para aqueles que têm restrições de tempo ou mobilidade como diz Andrade e Silva:

O comércio eletrônico mostra-se que veio para facilitar a compra e venda, fazendo uma revolução, tornando o que era fácil, mais confortável, rápido e de baixo custo. Com o comércio eletrônico, a flexibilidade na compra é maior. Além de não precisar ir até a loja, há a facilidade de comprar de qualquer lugar. Para que a utilização do comércio eletrônico, portanto, seja feita de maneira segura, a literatura salienta que é necessário pesquisar, busca informações sobre a empresa vendedora e procurar ler comentários sobre as experiências de compras. (2017, p. 101)

A diversidade de ofertas também é uma característica marcante do comércio digital, que possibilita ao consumidor escolher entre uma variedade de produtos e marcas, frequentemente indisponíveis em sua localidade. Essa ampla oferta também inclui formas inovadoras de venda, como produtos sob demanda e assinaturas personalizadas, que facilitam o acesso a produtos específicos e garantem a renovação automática para itens de uso recorrente. (Mata, 2021)

3006

Como observa Mata:

Pensando no vendedor, no estabelecimento físico a venda fica limitada a uma determinada cidade ou região, podendo alcançar um âmbito maior apenas se possuir alguma filial em outro local, o que faz com que o comércio eletrônico tenha maior potencial de vendas para um negócio, sem gerar custos de expansão. Já pelo lado do consumidor, o comércio eletrônico permitiu novas experiências de compra, como importar bens de outros países a qualquer hora ou lugar, ou realizar compras locais sem necessidade de pegar trânsito ou filas. (2021, p. 11)

A proteção do consumidor no comércio eletrônico exige uma abordagem multidisciplinar, que vai além dos aspectos econômicos e comerciais para incluir questões de segurança digital, privacidade e ética nas relações online. O CDC continua sendo uma referência na proteção ao consumidor, mas novas regulamentações específicas foram essenciais para atender aos desafios do ambiente digital, preconiza Souza:

No mundo atual, a falta de informação dos consumidores está cada vez mais profunda, principalmente no comércio eletrônico. A jurisprudência, porém, está demonstrando uma tendência de valorizar as informações prestadas, mesmo que através da marca ou aparência, e daí tirando instrumentos de compensação dessa vulnerabilidade intrínseca do papel de consumidor. (2016, p. 44)

Em um contexto onde o acesso à informação deveria ser facilitado pela tecnologia, a citação evidencia que os consumidores ainda enfrentam dificuldades para obter informações completas e transparentes, especialmente no comércio eletrônico. A jurisprudência, por sua vez, tem respondido a essa lacuna ao valorizar cada vez mais as informações que são oferecidas, sejam por meio da marca, da aparência dos produtos ou de outras formas de apresentação. (Fernandez; Nunes, 2024)

Esse movimento busca corrigir a vulnerabilidade dos consumidores, reconhecendo o papel fundamental da informação como elemento de equilíbrio nas relações de consumo e promovendo mecanismos que possam compensar eventuais falhas ou lacunas. Assim, a tendência jurídica atual representa um avanço na proteção dos consumidores, ao reconhecer que informações claras e acessíveis são essenciais. (Fernandez; Nunes, 2024)

4. DESAFIOS E RISCOS DO COMÉRCIO ELETRÔNICO/DIGITAL PARA O CONSUMIDOR

O comércio digital tem facilitado o acesso a produtos e serviços e trouxe inúmeros benefícios aos consumidores, mas também apresenta desafios e riscos significativos. Com o aumento das transações online e o uso extensivo de dados pessoais, o consumidor digital enfrenta problemas relacionados à segurança, privacidade, práticas abusivas e a complexidade das transações no ambiente virtual. (Marques; Mucelin, 2022)

3007

A segurança de dados e a privacidade do consumidor são um dos maiores desafios no comércio digital. Com o aumento das transações online, empresas coletam uma quantidade enorme de informações pessoais, que vão desde dados de contato até informações financeiras e de comportamento de compra. A falta de proteção adequada e o uso indevido desses dados podem resultar em violações de privacidade, como o roubo de identidade e fraudes financeiras. (Marques; Mucelin, 2022)

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no Brasil representa um avanço importante nesse aspecto, garantindo ao consumidor mais controle sobre suas informações pessoais e impondo obrigações de segurança e transparência às empresas. A LGPD, por exemplo, garante o controle dos consumidores sobre seus dados pessoais, protegendo-os contra usos abusivos e fraudes. Em conjunto, essas legislações ajudam a criar um ambiente virtual mais seguro e confiável para os consumidores, reafirmando o compromisso de proteção e transparência nas relações de consumo, como leciona Melo:

Nessa seara, é promulgada a Lei Geral de Proteção de Dados, dispondo acerca da obrigação de realizar o tratamento de dados pessoais de forma segura e responsável,

tutelando a privacidade digital e direcionando a forma adequada de tratar dados a fim de garantir a confidencialidade, integridade e disponibilidade destes. A obrigação trazida pela lei se fez vital quando os avanços tecnológicos foram tantos que possibilitaram a singularização de informações, vinculando os dados às pessoas. (2023, p. 24)

Apesar disso, a aplicação efetiva da LGPD e a implementação de medidas de segurança adequadas por parte das empresas ainda são desafios. Muitas plataformas online, especialmente pequenas empresas e e-commerces emergentes, podem não dispor de sistemas de proteção robustos, expondo os consumidores a riscos de vazamento de dados e ataques cibernéticos.

Nessa toada, a LGPD protege a pessoa natural, resguardando a titularidade de seus dados pessoais e garantidos os direitos fundamentais de liberdade, de intimidade e de privacidade. Os dados pessoais são tratados a partir de operações informatizadas, conforme preceitua o Princípio da Segurança disposto na LGPD, sendo este feito através de conversação, adaptação e organização dos dados. Conforme o art. 18 da Lei 13.709/2018, o titular dos dados pessoais tem direito a obter do controlador, em relação aos dados do titular por ele tratados, a qualquer momento e mediante requisição informações dos seus dados. (Melo, 2023, p. 33)

Além disso, o consumidor muitas vezes não tem plena consciência sobre como suas informações são utilizadas, o que dificulta a tomada de decisões informadas e aumenta a vulnerabilidade a práticas abusivas, nas palavras de Abreu:

O Código de Defesa do Consumidor, tem função de regulamentar as relações entre os fornecedores e consumidores. O comércio eletrônico teve uma representação, a qual o CDC não estava pronto. O crescimento neste meio de comércio, também teve um aumento nas demandas judiciais, envolvendo consumidores que se sentiam prejudicados. A responsabilidade do fornecedor é um dever de diligência, ou seja, a prática de serviços judiciais fora dos tribunais. A regulamentação do comércio eletrônico não garante total proteção devida à vulnerabilidade do consumidor nesse meio, especialmente, pela falta de conhecimento técnico no meio eletrônico. (2020, p. 39)

3008

Outro risco do comércio digital é a vulnerabilidade a fraudes e golpes online. Com o crescimento das transações virtuais, também aumentaram os casos de sites falsos, fraudes financeiras, produtos falsificados e golpes que se aproveitam da falta de familiaridade de alguns consumidores com o ambiente digital. Golpes como phishing, onde o consumidor é induzido a fornecer informações confidenciais por meio de sites ou e-mails falsos, representam um risco constante para os consumidores online. (Marques; Mucelin, 2022)

Diante da exposição do tema, resta claro que a conhecida “era da internet” modificou a relação entre as pessoas e, conseqüentemente, a relação de consumo entre os indivíduos. Inicialmente criada com o propósito de fomentar o relacionamento virtual entre pessoas, as redes sociais e a internet de modo geral, se transformaram em um grande espaço a ser explorado por empresas e prestadores de serviços com a finalidade de fomentar o consumo e o lucro. Assim, imperioso questionar o papel e as características que o consumidor virtual passa a assumir diante de tantas modificações. A partir da falta de informação e despreparo técnico e intelectual do consumidor frente aos negócios pactuados de forma online, busca-se desenvolver uma aplicação da exegese protetiva do Código de Defesa do Consumidor às contratações eletrônicas. Isto porque, embora a relação de consumo permaneça a mesma em sua essência, no comércio eletrônico, o consumidor perde todos os

referenciais a que está acostumado, tornando-o ainda mais vulnerável dado o estranhamento tecnológico. (Siqueira *et. al.*, 2021, p.9)

As fraudes também ocorrem com frequência em marketplaces, onde golpistas podem se disfarçar como vendedores legítimos, oferecendo produtos que não serão entregues ou que são diferentes do que foi anunciado. Em alguns casos, esses vendedores desaparecem logo após as transações, dificultando a recuperação do valor pago. Embora muitas plataformas ofereçam mecanismos de proteção ao consumidor, como a intermediação de pagamentos e a política de reembolso, ainda há muitos casos em que o consumidor arca com o prejuízo, especialmente se ele utilizar plataformas pouco conhecidas ou confiar em links suspeitos, para Marques e Mucelin:

Passando para as especificidades da ambiência virtual, é de se considerar que o meio eletrônico, automatizado e telemático, utilizado para o oferecimento de produtos e serviços, apresenta um desafio extra ou um complemento à vulnerabilidade técnica. Considera-se que o consumidor não é, nem mesmo por consideração, especialista ou experto em computadores, em sistemas de internet ou ciência de dados, por exemplo. A aceleração do digital com as plataformas, com a abundância de dados e com o uso da inteligência artificial aumenta esta vulnerabilidade. (2022, p. 8)

No comércio digital, práticas abusivas, como publicidade enganosa, manipulação de preços e condições ocultas, tornaram-se desafios comuns. Muitas vezes, os consumidores são induzidos a acreditar em promoções ou descontos que, na prática, não são vantajosos, ou a contratar serviços com tarifas e taxas não explicitadas. Isso acontece com frequência em serviços de assinatura, nos quais condições adicionais ou períodos de renovação automática não são informados de maneira clara, corrobora Siqueira *et. al.*:

A exacerbação da vulnerabilidade tornou-se tão notória diante dos mais diversos contratos de adesão pelos quais são obrigados a aceitar, informando seus dados pessoais e demais informações, que diversos mecanismos de proteção, para além do código do consumidor têm sido criados. A Lei Geral de Proteção de Dados demonstra a necessidade de reafirmação do Princípio da Vulnerabilidade no ciberespaço e a tutela dos indivíduos enquanto consumidores virtuais. (2021, p.10)

Outro problema é a falta de clareza em relação aos direitos do consumidor, especialmente quando as transações envolvem empresas de outros países. Por exemplo, muitos consumidores desconhecem o direito de arrependimento, previsto pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) no Brasil, que permite a devolução de produtos comprados online em até sete dias. Em alguns casos, plataformas internacionais não oferecem essa opção ou dificultam o processo de devolução e reembolso, o que torna a experiência mais complicada e potencialmente prejudicial ao consumidor, Nunes:

Ao analisar jurisprudências, pesquisar sobre autores e pesquisadores acerca da temática, nota-se que ainda existem muitas lacunas acerca dessa discussão, pois o CDC garante o direito do consumidor, mas em muitos casos é difícil identificar o fornecedor, e assim poder fazer cumprir com seus deveres para o cliente, e tal fato ocorre devido ao grande volume de informações no meio virtual e na grande variedade de fornecedores. Nos

dias atuais, o fornecedor facilmente consegue abrir uma loja virtual, postar os seus produtos e serviços, oferecer as formas de pagamento e envio dos produtos, porém nem sempre esses fornecedores são confiáveis, pois em muitos casos se trata de fornecedores fantasmas, criados por Hackers para poder coletar informações dos clientes e fazer procedimentos financeiros ilícitos. (2023, p.18)

A política de trocas e devoluções no comércio digital é outro aspecto que pode representar um desafio para os consumidores. Diferentemente das compras presenciais, onde o consumidor pode examinar o produto antes da compra, no ambiente digital a decisão é feita com base em imagens e descrições, o que aumenta a possibilidade de insatisfação com o produto recebido. Em muitos casos, a logística reversa (devolução de produtos) pode ser complexa e custosa, com prazos prolongados e custos adicionais que desmotivam o consumidor a exercer seu direito de devolução. (Nunes, 2023)

Além disso, algumas plataformas impõem restrições a certos produtos ou dificultam o contato com o suporte ao cliente, o que compromete o direito do consumidor de realizar trocas e devoluções. Embora o CDC garanta o direito ao arrependimento para produtos comprados a distância, muitos consumidores ainda enfrentam dificuldades ao tentar exercê-lo, o que gera desconfiança e pode afastá-los de futuras compras online. (Fernandez; Nunes, 2024)

As transações no comércio digital frequentemente envolvem fornecedores e consumidores localizados em diferentes países, o que cria desafios adicionais relacionados à jurisdição e à aplicação de leis. Em disputas internacionais, o consumidor pode enfrentar dificuldades para resolver problemas devido à falta de regulamentação específica ou a limitações na aplicação do CDC em compras feitas em plataformas internacionais, ainda sobre o tema:

A proteção internacional do consumidor demanda esforço comum dos países no sentido de reconhecer a vulnerabilidade do consumidor no mercado e a afirmação de direitos básicos como o direito à proteção da vida, da saúde e da segurança contra produtos e serviços nocivos e perigosos. (Maciel; Simões, 2021, p. 12)

O comércio digital trouxe facilidades e novas oportunidades para os consumidores, mas também apresenta desafios e riscos que exigem atenção e regulamentação adequadas. Questões como a segurança de dados, a vulnerabilidade a fraudes e a falta de transparência nas transações online são problemas reais que podem comprometer a experiência de compra do consumidor e impactar a confiança no ambiente digital. Assim, o comércio digital poderá continuar a evoluir de forma responsável, proporcionando benefícios reais e minimizando os riscos para os consumidores. (Marques; Mucelin, 2022)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O avanço do comércio digital trouxe inúmeras facilidades e benefícios para o consumidor, como acessibilidade, conveniência, personalização e a possibilidade de comparar preços e promoções com mais agilidade. Essas inovações tecnológicas transformaram as relações de consumo, ampliando o leque de opções para o cliente e proporcionando uma experiência mais prática e direcionada. No entanto, essa era digital também gerou desafios e riscos, como a vulnerabilidade a fraudes, a exposição de dados pessoais e a falta de transparência em algumas práticas comerciais.

A legislação de proteção ao consumidor, como o Código de Defesa do Consumidor (CDC) no Brasil e a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), desempenha um papel essencial nesse contexto, garantindo direitos fundamentais e impondo obrigações às empresas. Contudo, à medida que as práticas de comércio digital se expandem e se diversificam, é necessário que a legislação continue a evoluir para atender às especificidades do ambiente virtual e proporcionar maior segurança e clareza para o consumidor.

A ausência de um marco regulatório global para o comércio eletrônico deixa o consumidor vulnerável, especialmente em relação a fraudes e práticas comerciais abusivas praticadas por empresas estrangeiras. A aplicação de leis e sanções em transações transnacionais é complexa e, muitas vezes, o consumidor fica desamparado, já que as leis locais de proteção ao consumidor não são aplicáveis em outros países.

3011

Assim, o direito do consumidor na era digital deve equilibrar a promoção de um ambiente econômico dinâmico e inovador com a proteção efetiva dos direitos do cliente, garantindo que a experiência de consumo seja ao mesmo tempo satisfatória e segura. A colaboração entre empresas, legisladores e organizações de defesa do consumidor será essencial para o desenvolvimento de regulamentações que acompanhem a velocidade das inovações tecnológicas, assegurando um ambiente de comércio digital que valorize e respeite o consumidor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, MARIANA CARMO VASCONCELOS. A VULNERABILIDADE DOS CONSUMIDORES EM RELAÇÃO AO COMÉRCIO ELETRÔNICO. 2020. Trabalho de conclusão de curso.

ANDRADE, Marta Cleia Ferreira; SILVA, Naiara Gonçalves. O comércio eletrônico (e-commerce): um estudo com consumidores. *Perspectivas em Gestão & Conhecimento*, v. 7, n. 1, p. 98-III, 2017.

ASSUNÇÃO, Wagner S.; FAGUNDES, Pâmela F.; RÉVILLION, Anya S P. Comércio eletrônico. Porto Alegre: SAGAH, 2019. E-book. p.31. ISBN 9788595028869. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595028869/>. Acesso em: 06 ago. 2024.

DA ROCHA, L. P. Desafios atuais do direito de arrependimento do consumidor. Disponível em:

<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/2/2131/tde-30102020-034005/en.php>. Acesso em: 20 ago. 2024.

FERNANDES, Thyago; NUNES, Sander Martinelli. PARÂMETROS DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR DIGITAL. Revista Multidisciplinar do Nordeste Mineiro, v. 5, n. 1, 2024.

KHOURI, Paulo R. Roque A. Direito do Consumidor. 7th ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2020. E-book. p.36. ISBN 9788597026443. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597026443/>. Acesso em: 03 nov. 2024.

MACIEL, Paulyane Andrade; SIMÕES, Marcelo Maranhão. O Comércio Eletrônico Internacional à Luz do Direito Consumerista Brasileiro e Internacional. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso.

MATA, Késley Brenner da Costa. E-commerce: Análise de dados sobre o comércio eletrônico no Brasil. 2021. (Trabalho de Conclusão de Curso)

Melo, Thalyta Sthefany Mendes Lgpd e direito à privacidade em meio a sociedade do consumo: o tratamento dos dados pessoais no comércio eletrônico a partir do pseudoconsentimento do consumidor./ Thalyta Sthefany Mendes Melo. — São Luís, 2023. 57 f.

3012

MARQUES, Claudia Lima; MUCELIN, Guilherme. Vulnerabilidade na era digital: um estudo sobre os fatores de vulnerabilidade da pessoa natural nas plataformas, a partir da dogmática do Direito do Consumidor. Civilistica. com, v. 11, n. 3, p. 1-30, 2022.

NETO, Francisco das Chagas Bezerra; BEZERRA, Paulo Gomes. Contratações no comércio eletrônico e a regulamentação econômica. Cuadernos de Educación y Desarrollo, v. 16, n. 6, p. e4382-e4382, 2024.

NUNES, Gilmar. O COMÉRCIO ELETRÔNICO E AS GARANTIAS PROTETIVAS AO CONSUMIDOR (DIREITO). Repositório Institucional, v. 1, n. 1, 2023.

TEIXEIRA, Tarcísio. Comércio eletrônico e legislação aplicável. Rio de Janeiro: Expressa, 2020. E-book. p.6. ISBN 978655593242. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/978655593242/>. Acesso em: 03 nov. 2024.

TEIXEIRA, Tarcísio. Comércio Eletrônico - conforme o marco civil da internet e a regulamentação do e-commerce no Brasil, 1ª edição.. Rio de Janeiro: Saraiva Jur, 2015. E-book. p.19. ISBN 9788502622494. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502622494/>. Acesso em: 15 de set. 2024.

VENCESLAU, Igor. Comércio eletrônico e usos do território brasileiro: tipologia e topologia de grandes empresas. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso.

RIBEIRO, Roberta Lísie D.'Almeida Barcelos. O COMÉRCIO ELETRÔNICO NA ATUALIDADE: AS COMPRAS ONLINE E O DIREITO DO CONSUMIDOR. Epitaya E-books, v. 1, n. 79, p. 129-144, 2024.

SANTANNA, Gustavo. Direito do consumidor. Porto Alegre: SAGAH, 2018. E-book. p.ii. ISBN 9788595022874. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595022874/>. Acesso em: 20 ago. 2024.

SOUZA, Wendelss Júnior Rodrigues de. A proteção do consumidor no comércio eletrônico. 2016. (Trabalho de Conclusão de Curso)

SIQUEIRA, Oniye Nashara et al. A (hiper) vulnerabilidade do consumidor no ciberespaço e as perspectivas da LGPD. Revista Eletrônica Pesquiseduca, v. 13, n. 29, p. 236-255, 2021.