


A RESPONSABILIDADE CIVIL DOS FORNECEDORES DE SERVIÇOS DIGITAIS POR FRAUDES DE TERCEIROS À LUZ DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

CIVIL LIABILITY OF DIGITAL SERVICE PROVIDERS FOR THIRD-PARTY FRAUD UNDER THE BRAZILIAN CONSUMER DEFENSE CODE

LA RESPONSABILIDAD CIVIL DE LOS PROVEEDORES DE SERVICIOS DIGITALES POR FRAUDE DE TERCEROS A LA LUZ DEL CÓDIGO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

 <https://doi.org/10.56238/arev8n5-079>

Data de submissão: 19/04/2026

Data de publicação: 19/05/2026

Gefferson Nascimento da Silva

Graduanda em Direito

Instituição: Faculdade de Teologia, Filosofia e Ciências Humanas (GAMALIEL)

E-mail: geferson.nascimento@faculdadegamaliel.com.br

Humberto Farias da Silva Junior

Mestre em Direito, Políticas Públicas e Desenvolvimento Regional

Instituição: Centro Universitário do Estado do Pará (CESUPA)

E-mail: humberto.junior@faculdadegamaliel.com.br

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6138696400186242>

RESUMO

O presente estudo analisa a responsabilidade civil dos fornecedores de serviços digitais por fraudes praticadas por terceiros no ambiente virtual, à luz do Código de Defesa do Consumidor. A pesquisa parte da constatação de que a expansão das relações de consumo digitais intensificou a vulnerabilidade do consumidor, especialmente diante da assimetria informacional, da coleta massiva de dados e da crescente sofisticação das fraudes eletrônicas. Nesse contexto, examina-se a aplicação da responsabilidade objetiva prevista no ordenamento consumerista, bem como a teoria do risco do empreendimento como fundamento para a responsabilização desses agentes econômicos. O trabalho também investiga a atuação dos fornecedores digitais na cadeia de consumo, demonstrando que suas funções ultrapassam a mera intermediação de transações, envolvendo controle tecnológico, gestão de pagamentos e organização do ambiente virtual. A metodologia adotada foi bibliográfica, com base em doutrina, legislação e jurisprudência. Conclui-se que a responsabilização civil dos fornecedores de serviços digitais mostra-se compatível com a lógica protetiva do Código de Defesa do Consumidor, especialmente quando evidenciada falha na prestação do serviço ou ausência de mecanismos adequados de segurança.

Palavras-chave: Responsabilidade Civil. Fraudes Digitais. Relações de Consumo. Serviços Digitais.

ABSTRACT

This study analyzes the civil liability of digital service providers for fraud committed by third parties in the virtual environment under the Brazilian Consumer Defense Code. The research is based on the premise that the expansion of digital consumer relations has intensified consumer vulnerability, especially due to informational asymmetry, massive data collection, and the increasing sophistication of electronic fraud. In this context, the study examines the application of strict liability under Brazilian

consumer law, as well as the enterprise risk theory as a basis for holding these economic agents liable. The paper also investigates the role of digital service providers within the consumer supply chain, demonstrating that their activities go beyond mere transaction intermediation, involving technological control, payment management, and organization of the virtual environment. The methodology adopted was bibliographic, based on doctrine, legislation, and case law. The study concludes that the civil liability of digital service providers is consistent with the protective logic of the Consumer Defense Code, especially when there is a failure in service provision or the absence of adequate security mechanisms.

Keywords: Civil Liability. Digital Fraud. Consumer Relations. Digital Services.

RESUMEN

Este estudio analiza la responsabilidad civil de los proveedores de servicios digitales por el fraude perpetrado por terceros en el entorno virtual, a la luz del Código de Protección al Consumidor. La investigación parte de la observación de que la expansión de las relaciones digitales con el consumidor ha intensificado la vulnerabilidad de este último, especialmente ante la asimetría de la información, la recopilación masiva de datos y la creciente sofisticación del fraude electrónico. En este contexto, se examina la aplicación de la responsabilidad objetiva prevista en el derecho del consumidor, así como la teoría del riesgo empresarial como base para responsabilizar a estos agentes económicos. El trabajo también investiga el papel de los proveedores digitales en la cadena de consumo, demostrando que sus funciones van más allá de la mera intermediación de transacciones, abarcando el control tecnológico, la gestión de pagos y la organización del entorno virtual. La metodología adoptada fue bibliográfica, basada en la doctrina, la legislación y la jurisprudencia. Se concluye que la responsabilidad civil de los proveedores de servicios digitales es compatible con la lógica protectora del Código de Protección al Consumidor, especialmente cuando se evidencia una deficiencia en la prestación del servicio o la ausencia de mecanismos de seguridad adecuados.

Palabras clave: Responsabilidad Civil. Fraude Digital. Relaciones con el Consumidor. Servicios Digitales.

1 INTRODUÇÃO

A expansão das plataformas digitais tem transformado de maneira significativa as relações de consumo, fazendo com que aplicativos, redes sociais e marketplaces passem a ocupar posição central na intermediação entre consumidores e fornecedores. Esse novo cenário trouxe maior comodidade, alcance e rapidez nas transações, mas também ampliou a exposição dos usuários a riscos, especialmente no que diz respeito à ocorrência de fraudes praticadas por terceiros. A crescente incidência de golpes virtuais, perfis falsos e transações fraudulentas evidencia a intensificação da vulnerabilidade do consumidor no ambiente digital, colocando em xeque a suficiência dos mecanismos tradicionais de proteção jurídica (Souza, 2024).

No ordenamento jurídico brasileiro, o Código de Defesa do Consumidor se apresenta como instrumento fundamental de tutela das relações de consumo, estruturado a partir da proteção da parte mais vulnerável. Embora tenha sido concebido em um contexto anterior à consolidação das plataformas digitais, seus princípios e normas continuam sendo amplamente aplicáveis às novas dinâmicas do mercado eletrônico. Nesse sentido, ganha relevância a discussão acerca da responsabilidade civil das plataformas digitais por danos causados por fraudes de usuários, sobretudo diante do papel cada vez mais ativo dessas empresas na organização e viabilização das transações virtuais (Assunção, 2022).

Apesar de frequentemente se apresentarem como meras intermediárias, as plataformas digitais exercem funções que vão além dessa condição, como a gestão de sistemas tecnológicos, o controle de políticas internas, a administração de pagamentos e a definição de critérios de reputação. Tais elementos reforçam o entendimento de que essas empresas integram a cadeia de fornecimento de serviços, o que pode atrair a incidência da responsabilidade objetiva prevista no Código de Defesa do Consumidor. Contudo, a jurisprudência ainda não é uniforme quanto à extensão dessa responsabilidade, o que gera certa insegurança jurídica e pode comprometer a efetividade da proteção do consumidor (Assunção, 2022; Anzai, 2025).

A vulnerabilidade do consumidor digital se agrava diante da assimetria informacional, do uso de estratégias persuasivas nas mídias digitais e da crescente sofisticação das fraudes, que muitas vezes superam a capacidade de prevenção do usuário médio. Nesse contexto, mostra-se relevante a aplicação da teoria do risco do empreendimento, segundo a qual aquele que auferir benefícios econômicos com determinada atividade deve também suportar os riscos a ela inerentes. Surge, então, a seguinte questão-problema: em que medida as plataformas digitais podem ser responsabilizadas civilmente, à luz do Código de Defesa do Consumidor, por fraudes praticadas por terceiros em seus ambientes virtuais?

Diante disso, o presente trabalho tem como tema a responsabilidade civil das plataformas digitais por fraudes praticadas por usuários, com enfoque na aplicação do Código de Defesa do Consumidor. A pesquisa justifica-se pela relevância do tema diante da crescente digitalização das relações de consumo, em que tais plataformas se consolidaram como principais meios de intermediação. Contudo, o aumento dessas interações também impulsionou a proliferação de golpes e práticas fraudulentas, intensificando a vulnerabilidade do consumidor.

O objetivo geral consiste em analisar a responsabilidade civil das plataformas digitais por fraudes praticadas por terceiros, à luz do Código de Defesa do Consumidor. Como objetivos específicos, busca-se: (i) examinar os conceitos de responsabilidade civil, com destaque para a responsabilidade objetiva e a teoria do risco do empreendimento; (ii) investigar a vulnerabilidade do consumidor no ambiente digital; e (iii) analisar o papel das plataformas digitais na cadeia de consumo, verificando em que medida sua atuação ultrapassa a função de mera intermediadora.

Quanto à metodologia, trata-se de pesquisa bibliográfica, fundamentada em doutrina, legislação e jurisprudência. Foram utilizados livros, artigos científicos e documentos jurídicos relacionados ao tema, com coleta de dados em bases como o Google Acadêmico e legislação vigente. A abordagem adotada permitiu uma análise crítica e sistematizada do problema proposto, contribuindo para uma melhor compreensão do fenômeno estudado (Lakatos; Marconi, 2021).

2 A RESPONSABILIDADE CIVIL NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO E SUA APLICAÇÃO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

A responsabilidade civil pode ser compreendida como o dever jurídico de reparar danos causados a terceiros em decorrência de uma conduta ilícita, seja por ação ou omissão. No direito brasileiro, esse instituto tem como principal finalidade restabelecer o equilíbrio jurídico e patrimonial rompido pela ocorrência do dano, garantindo à vítima a devida reparação. Tal dever encontra fundamento nos artigos 186 e 927, do Código Civil, que estabelecem a obrigação de indenizar sempre que houver violação de direito e prejuízo a outrem (Brasil, 2002).

O artigo 186, do Código Civil define o ato ilícito como a conduta que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, viola direito e causa dano a terceiro. Já o artigo 927 consolida o dever de indenizar como consequência dessa prática. Assim, não basta a existência do dano, sendo necessária também a presença de uma conduta juridicamente relevante e de um nexo causal entre o comportamento do agente e o prejuízo experimentado pela vítima.

Ao longo do tempo, a responsabilidade civil passou por significativa evolução. Inicialmente centrada na ideia de culpa, revelou-se insuficiente diante das transformações sociais e do surgimento

de atividades econômicas cada vez mais complexas. Nesse contexto, ganhou espaço a responsabilidade objetiva, especialmente em situações em que a atividade desenvolvida implica riscos relevantes para terceiros (Anzai, 2025).

No âmbito das relações de consumo, essa evolução se torna ainda mais evidente. O Código de Defesa do Consumidor adota uma perspectiva claramente protetiva, voltada à tutela da parte mais vulnerável da relação jurídica. A responsabilidade civil, nesse cenário, não exerce apenas função reparatória, mas também preventiva, ao incentivar maior cuidado por parte dos fornecedores na prestação de seus serviços (Assunção, 2022).

A responsabilidade civil subjetiva exige a comprovação da culpa do agente, seja na forma de dolo ou de culpa em sentido estrito, manifestada por negligência, imprudência ou imperícia. Trata-se do modelo clássico, ainda aplicável em diversas situações, mas que, nas relações de consumo é relativizado diante da necessidade de facilitar a proteção do consumidor.

Por outro lado, a responsabilidade civil objetiva dispensa a comprovação da culpa, exigindo apenas a demonstração do dano e do nexo causal. Essa modalidade encontra previsão no parágrafo único do artigo 927, do Código Civil, sendo aplicada sempre que a atividade desenvolvida implicar risco para os direitos de terceiros.

No campo consumerista, a responsabilidade objetiva constitui a regra geral. O artigo 14 do Código de Defesa do Consumidor estabelece que o fornecedor de serviços responde, independentemente de culpa, pelos danos causados aos consumidores em decorrência de defeitos na prestação do serviço ou de informações inadequadas sobre sua utilização (Brasil, 1990).

Esse regime jurídico está diretamente relacionado à teoria do risco do empreendimento, segundo a qual aquele que se beneficia economicamente de determinada atividade deve assumir os riscos inerentes a ela. Em outras palavras, o ônus decorrente da atividade não pode ser transferido ao consumidor, considerado a parte mais frágil da relação.

A doutrina contemporânea reforça esse entendimento ao destacar que a responsabilidade objetiva funciona como mecanismo de redistribuição dos riscos sociais. Exigir do consumidor a prova da culpa do fornecedor, especialmente em contextos marcados por complexidade técnica, tornaria excessivamente difícil a efetivação da tutela jurídica (Assunção, 2022).

Nesse sentido, a responsabilidade civil nas relações de consumo deve ser compreendida como instrumento de equilíbrio e proteção. Ao transferir ao fornecedor o risco da atividade econômica, o ordenamento jurídico busca assegurar maior efetividade na reparação dos danos e incentivar práticas mais seguras no mercado.

A teoria do risco do empreendimento, por sua vez, consolida essa lógica ao estabelecer que aquele que organiza e explora uma atividade econômica deve responder pelos prejuízos dela decorrentes. Esse entendimento encontra respaldo no próprio Código Civil, além de ser incorporado pelo Código de Defesa do Consumidor, especialmente no que se refere à responsabilidade por falhas na prestação do serviço.

Em contextos contemporâneos, marcados pela digitalização das relações de consumo, essa teoria assume papel ainda mais relevante. Isso porque os riscos decorrentes das atividades desenvolvidas por fornecedores de serviços digitais, como falhas de segurança, vazamento de dados e fraudes praticadas por terceiros, estão diretamente ligados à própria estrutura da atividade econômica desenvolvida.

Dessa forma, a aplicação da responsabilidade objetiva e da teoria do risco do empreendimento revela-se essencial para garantir a proteção do consumidor, especialmente em ambientes digitais, nos quais a assimetria informacional e a complexidade técnica são ainda mais acentuadas.

3 A VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR NO AMBIENTE DIGITAL E AS FRAUDES NAS PLATAFORMAS DIGITAIS

A vulnerabilidade do consumidor constitui um dos pilares do direito do consumidor, sendo expressamente reconhecida pelo ordenamento jurídico brasileiro como fundamento das relações de consumo. No ambiente digital, essa vulnerabilidade se intensifica, sobretudo em razão da ausência de contato direto entre as partes, da despersonalização das relações jurídicas e da complexidade tecnológica envolvida nas transações virtuais (Sampaio; Bittencourt, 2024).

O crescimento do comércio eletrônico e das interações mediadas por tecnologias digitais trouxe inegáveis benefícios, como maior praticidade e ampliação do acesso a produtos e serviços. No entanto, esse mesmo cenário também favoreceu o surgimento de novas formas de ilícitos, especialmente fraudes virtuais, que se manifestam por meio de golpes, sites falsos e manipulação de informações. Essas práticas desafiam a efetividade dos mecanismos tradicionais de proteção jurídica, exigindo uma releitura das normas existentes (Diniz, 2025).

Nesse contexto, a vulnerabilidade do consumidor assume contornos mais complexos, sendo fortemente marcada pela assimetria informacional, que se caracteriza pela correspondência à desigualdade de acesso às informações entre fornecedor e consumidor, situação em que o fornecedor detém maior conhecimento técnico, econômico e estratégico sobre a relação de consumo, colocando o consumidor em posição de desvantagem (Marques, 2019).

Nesse contexto, os fornecedores de serviços digitais detêm amplo acesso a dados e utilizam tecnologias capazes de influenciar o comportamento dos usuários, o que dificulta a tomada de decisões plenamente conscientes. Essa desigualdade informacional reforça a necessidade de uma proteção jurídica mais efetiva (Verbicaro; Montão, 2022).

Além disso, destaca-se a chamada vulnerabilidade eletrônica, decorrente da desterritorialização das relações de consumo e da dificuldade de identificação dos agentes envolvidos nas transações. Em muitos casos, o consumidor não possui informações suficientes sobre quem efetivamente está ofertando o produto ou serviço, o que dificulta a responsabilização em caso de dano e amplia a insegurança jurídica (Sampaio; Bittencourt, 2024).

Outro fator relevante diz respeito ao uso de estratégias persuasivas no ambiente digital. A partir da coleta massiva de dados, esses agentes econômicos conseguem direcionar conteúdos e anúncios de forma altamente personalizada, influenciando diretamente o comportamento do consumidor. Muitas vezes, essa influência ocorre sem transparência adequada, o que compromete a liberdade de escolha e potencializa práticas abusivas (Diniz, 2025).

Nesse cenário, ganha destaque a noção de vulnerabilidade algorítmica, relacionada ao uso intensivo de dados pessoais e sistemas automatizados de decisão. Os algoritmos são capazes de prever padrões de comportamento e direcionar conteúdos de forma estratégica, criando um ambiente propício à manipulação das escolhas do consumidor. Trata-se de uma dimensão mais sofisticada da vulnerabilidade, que exige respostas jurídicas igualmente complexas (Verbicaro; Montão, 2022).

As práticas publicitárias no meio digital também se tornaram mais sofisticadas e, em muitos casos, menos transparentes. Técnicas como publicidade disfarçada, conteúdo patrocinado pouco identificável e uso indevido de imagens contribuem para confundir o consumidor e dificultar a distinção entre informação e propaganda. Esse contexto amplia a vulnerabilidade e compromete a transparência nas relações de consumo (Sampaio; Bittencourt, 2024).

As fraudes digitais, por sua vez, configuram uma das principais ameaças ao consumidor no ambiente virtual. Elas se manifestam de diversas formas, como a clonagem de contas e fraudes financeiras, explorando a confiança do usuário e a ausência de conhecimento técnico mais aprofundado. A crescente sofisticação desses golpes torna sua identificação cada vez mais difícil, aumentando os prejuízos econômicos e os danos à privacidade (Diniz, 2025).

O furto de identidade é uma das consequências mais relevantes dessas práticas, permitindo que terceiros utilizem dados pessoais para realizar transações fraudulentas. Esse fenômeno evidencia a fragilidade dos mecanismos de segurança e a exposição dos consumidores a riscos significativos,

reforçando a importância da proteção de dados pessoais no ambiente digital (Sampaio; Bittencourt, 2024).

A coleta massiva de dados pessoais por esses agentes econômicos insere o consumidor em um contexto de vigilância constante, no qual suas informações são tratadas como ativos econômicos. Esse modelo, frequentemente associado ao chamado capitalismo de vigilância, amplia o poder das empresas e reforça a posição de vulnerabilidade do consumidor (Verbicaro; Montão, 2022).

O uso de tecnologias como big data, que se constitui ao processamento de grandes volumes de dados digitais utilizados para identificar padrões de comportamento e direcionar estratégias comerciais, permitindo às empresas prever e influenciar decisões de consumo (Zuboff, 2021), permite a segmentação precisa do mercado e o direcionamento estratégico de ofertas. Contudo, essas ferramentas também podem ser utilizadas de forma abusiva, explorando fragilidades emocionais e comportamentais dos consumidores, o que evidencia a necessidade de limites jurídicos e éticos para sua utilização (Verbicaro; Montão, 2022).

Embora o ordenamento jurídico brasileiro disponha de instrumentos relevantes de proteção, como o Código de Defesa do Consumidor e a Lei Geral de Proteção de Dados, ainda há dificuldades em acompanhar a velocidade das transformações tecnológicas. Essa defasagem normativa contribui para a persistência de lacunas na tutela do consumidor digital (Diniz, 2025).

A vulnerabilidade do consumidor também pode ser agravada por fatores individuais, como idade, nível de escolaridade e grau de familiaridade com tecnologias digitais. Consumidores com menor domínio tecnológico tendem a ser mais suscetíveis a fraudes e práticas abusivas, o que reforça a importância de políticas voltadas à educação digital (Sampaio; Bittencourt, 2024).

Diante desse cenário, torna-se essencial a adoção de medidas preventivas, tanto por parte dos consumidores quanto dos fornecedores de serviços digitais. A conscientização sobre segurança da informação, o uso de mecanismos de proteção e a verificação da autenticidade de transações são práticas fundamentais para a redução de riscos.

Por fim, a análise da vulnerabilidade no ambiente digital evidencia a necessidade de uma atuação conjunta entre Estado, mercado e sociedade. A efetiva proteção do consumidor depende não apenas da aplicação das normas existentes, mas também do desenvolvimento de políticas públicas e soluções tecnológicas que promovam maior segurança nas relações de consumo, tornando o ambiente digital mais confiável e equilibrado.

4 A RESPONSABILIDADE CIVIL DAS PLATAFORMAS DIGITAIS POR FRAUDES DE TERCEIROS À LUZ DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

A responsabilidade civil dos fornecedores de serviços digitais deve ser analisada à luz das transformações provocadas pela digitalização das relações de consumo. Nesse contexto, tais agentes econômicos passaram a exercer papel central na organização e viabilização de transações, deixando de atuar como simples intermediários para assumir funções estruturais no ambiente virtual (Anzai, 2025).

A crescente incidência de fraudes praticadas por terceiros, como golpes virtuais, clonagem de contas e manipulação de dados, evidencia a fragilidade do consumidor nesse cenário. Essas práticas se aproveitam da confiança depositada nesses ambientes digitais e da complexidade dos sistemas tecnológicos, dificultando a identificação dos responsáveis diretos pelo dano e reforçando a necessidade de uma resposta jurídica adequada (Cavaliere Filho, 2022).

O Código de Defesa do Consumidor estabelece, como regra, a responsabilidade objetiva do fornecedor de serviços, conforme previsto no artigo 14. Nesse modelo, basta a demonstração do dano e do nexo causal para a configuração do dever de indenizar, sendo dispensada a comprovação de culpa. Tal sistemática revela-se especialmente adequada às relações digitais, nas quais a prova da culpa seria excessivamente onerosa ao consumidor (Carvalho; Silva, 2025).

A responsabilidade objetiva, nesse cenário, encontra fundamento na teoria do risco do empreendimento. De acordo com essa teoria, aquele que auferir benefícios econômicos de determinada atividade deve assumir os riscos inerentes ao seu exercício. Assim, ao explorar economicamente ambientes digitais, os fornecedores de serviços devem responder pelos danos causados aos consumidores, inclusive quando decorrentes de fraudes praticadas por terceiros (Gagliano; Pamplona Filho, 2021).

Importa destacar que esses agentes não se limitam a aproximar consumidores e vendedores. Na prática, exercem controle sobre diversos aspectos da transação, como sistemas de pagamento, políticas de uso, mecanismos de reputação e organização do ambiente virtual. Essa atuação evidencia sua inserção na cadeia de fornecimento, o que justifica a incidência do regime de responsabilidade previsto no Código de Defesa do Consumidor (Carvalho; Silva, 2025).

A jurisprudência brasileira tem caminhado no sentido de reconhecer essa responsabilidade quando há falha na prestação do serviço. Em recente decisão, o Tribunal de Justiça de Mato Grosso entendeu que a administradora de marketplace deve responder por danos causados por fraude ocorrida em seu ambiente, diante da ausência de mecanismos eficazes de controle e segurança. No caso, restou

demonstrado que o sistema permitiu a atuação de vendedor sem cadastro regular, o que caracterizou defeito na prestação do serviço.

De modo semelhante, o Tribunal de Justiça do Paraná reconheceu o dever de indenizar em situação envolvendo fraude praticada após interação iniciada dentro do ambiente virtual. A decisão destacou que a manutenção de marketplace impõe o dever de implementar mecanismos adequados de segurança, especialmente quanto à verificação de usuários e prevenção de práticas ilícitas.

Esses precedentes reforçam o entendimento de que as fraudes digitais, em grande parte dos casos, configuram fortuito interno. Isso porque tais eventos estão diretamente relacionados aos riscos inerentes à atividade desenvolvida pelos fornecedores de serviços digitais, não sendo capazes de afastar sua responsabilidade (Cavaliere Filho, 2022).

A distinção entre fortuito interno e fortuito externo revela-se essencial nesse ponto. Enquanto o fortuito externo corresponde a eventos imprevisíveis e inevitáveis, estranhos à atividade desenvolvida, o fortuito interno decorre dos próprios riscos do empreendimento. No contexto digital, a maioria das fraudes apresenta características de previsibilidade, o que impõe aos fornecedores o dever de adotar medidas preventivas eficazes (Gagliano; Pamplona Filho, 2021).

Outro aspecto relevante refere-se à proteção de dados pessoais. Esses agentes econômicos coletam, armazenam e tratam grande volume de informações dos usuários, assumindo o dever de garantir sua segurança. A falha nesse dever pode facilitar a ocorrência de fraudes, configurando defeito na prestação do serviço e ensejando responsabilização civil (Almeida, 2023).

A Lei Geral de Proteção de Dados reforça essa obrigação ao estabelecer parâmetros para o tratamento seguro das informações pessoais. O vazamento ou uso indevido de dados pode potencializar danos ao consumidor, ampliando os riscos inerentes às relações digitais e reforçando a necessidade de responsabilização dos agentes envolvidos (Sarlet; Molinaro, 2020).

Além disso, o princípio da boa-fé objetiva desempenha papel fundamental na análise dessas relações. Esse princípio impõe deveres de lealdade, transparência e segurança, exigindo que os fornecedores adotem medidas efetivas para prevenir danos previsíveis. A omissão nesse dever pode caracterizar falha na prestação do serviço (Cavaliere Filho, 2022).

A confiança do consumidor constitui elemento central para o funcionamento do ambiente digital. Ao se apresentarem como espaços seguros para a realização de transações, esses agentes econômicos assumem implicitamente o dever de proteger os usuários contra riscos previsíveis. A quebra dessa confiança justifica a responsabilização civil, especialmente quando há falha na adoção de medidas de segurança adequadas (Carvalho; Silva, 2025).

Apesar dos avanços observados na jurisprudência, ainda existem lacunas na regulamentação da responsabilidade civil no ambiente digital. A diversidade de modelos de negócio e a constante evolução tecnológica dificultam a aplicação uniforme das normas existentes, o que pode gerar insegurança jurídica e comprometer a efetividade da proteção ao consumidor (Marques, 2019).

Diante desse cenário, a responsabilização civil dos fornecedores de serviços digitais por fraudes praticadas por terceiros revela-se medida necessária para assegurar o equilíbrio nas relações de consumo. Ao atribuir a esses agentes o ônus dos riscos inerentes à atividade econômica, o ordenamento jurídico busca garantir a reparação dos danos e incentivar a adoção de práticas mais seguras no ambiente digital.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa permitiu compreender que a responsabilidade civil dos fornecedores de serviços digitais constitui tema cada vez mais relevante diante das transformações provocadas pela expansão das relações de consumo no ambiente virtual. Embora a digitalização tenha proporcionado maior praticidade e acesso a produtos e serviços, também intensificou a exposição do consumidor a riscos relacionados a fraudes, golpes virtuais e utilização indevida de dados pessoais.

Ao longo do estudo, verificou-se que o consumidor digital ocupa posição de acentuada vulnerabilidade, sobretudo em razão da assimetria informacional, da complexidade tecnológica e da dificuldade de controle sobre as dinâmicas presentes no ambiente virtual. Além disso, a sofisticação das fraudes evidencia que os riscos inerentes às relações digitais ultrapassam, muitas vezes, a capacidade de prevenção do usuário médio.

A análise do ordenamento jurídico brasileiro demonstrou que o Código de Defesa do Consumidor permanece como importante instrumento de proteção nas relações de consumo digitais, especialmente por adotar a responsabilidade objetiva como regra geral. Nesse contexto, a teoria do risco do empreendimento assume papel central, ao estabelecer que aquele que desenvolve atividade econômica e dela obtém benefícios deve também suportar os riscos dela decorrentes.

Observou-se, ainda, que os fornecedores de serviços digitais exercem funções que vão além da mera intermediação entre consumidores e terceiros. Na prática, esses agentes controlam sistemas de pagamento, organizam o ambiente virtual, estabelecem mecanismos de reputação e administram fluxos de informação, participando diretamente da dinâmica das transações realizadas em seus ambientes digitais.

Diante disso, conclui-se que a responsabilização civil desses fornecedores por fraudes praticadas por terceiros mostra-se compatível com a lógica protetiva do Código de Defesa do

Consumidor, especialmente quando houver falha na prestação do serviço ou ausência de mecanismos adequados de segurança. A exclusão automática da responsabilidade, sob o argumento de mera intermediação, pode comprometer a efetividade da tutela do consumidor e transferir indevidamente ao usuário os riscos da atividade econômica.

Além disso, verificou-se que a jurisprudência brasileira vem gradualmente reconhecendo a responsabilidade desses agentes em hipóteses de fraudes ocorridas em ambientes digitais, sobretudo quando demonstrada falha nos deveres de segurança, transparência e proteção de dados. Ainda assim, persistem divergências interpretativas que evidenciam a necessidade de maior uniformização jurisprudencial e aprimoramento normativo.

Por fim, conclui-se que a proteção efetiva do consumidor no ambiente digital depende não apenas da aplicação das normas já existentes, mas também da adoção de medidas preventivas por parte dos fornecedores de serviços digitais, do fortalecimento da educação digital e da constante atualização do sistema jurídico diante das transformações tecnológicas. Somente com a atuação conjunta entre Estado, mercado e sociedade será possível construir um ambiente digital mais seguro, equilibrado e confiável para as relações de consumo.

REFERÊNCIAS

ANZAI, André Issao. A responsabilidade civil das plataformas digitais: (in)segurança jurídica e (in)efetividade dos direitos fundamentais dos usuários cibernéticos. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2025.

ASSUNÇÃO, Adriana Silva. Responsabilidade civil das plataformas de marketplace por transmissão de publicidade enganosa. UFERSA, 2022.

BEZERRA, Juliana. Proteção de dados pessoais e privacidade no ambiente digital. São Paulo: Saraiva, 2019.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Institui o Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilada.htm Acesso em: 20 dez. 2025.

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm Acesso em: 20 dez. 2025.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Mato Grosso. Apelação Cível n.º 1001565-39.2024.8.11.0040. Relator: Des. Luiz Octavio Oliveira Saboia Ribeiro. Quinta Câmara de Direito Privado. Julgado em: 03 fev. 2026.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Paraná. Recurso Inominado n. 0004572-33.2023.8.16.0014. Relatora: Juíza Adriana de Lourdes Simette. 3ª Turma Recursal. Julgado em: 11 mar. 2024.

CARVALHO, Ivy Wallace Lima; SILVA, Cliciano Vieira da. A proteção do consumidor no comércio digital: uma análise dos limites e alcances do CDC nas compras on-line. Revista Tópicos, 2025. Disponível em: <https://revistatopicos.com.br> Acesso em: 20 mar. 2026.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. Programa de responsabilidade civil. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2022.

CONJUR. Responsabilidade das plataformas digitais por fraudes cometidas por terceiros: uma análise à luz do CDC. 2025. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2025-abr-19/responsabilidade-das-plataformas-digitais-por-fraudes-cometidas-por-terceiros-uma-analise-a-luz-do-cdc/> Acesso em: 20 set. 2025.

DINIZ, Pedro David Barreto. A vulnerabilidade do consumidor no ambiente digital: desafios jurídicos frente às estratégias persuasivas nas mídias sociais. Revista FT, v. 29, n. 147, 2025.

ENCARNAÇÃO, Paulo Vitor Faria da. Responsabilidade das instituições financeiras por fraudes digitais. Migalhas, 2025. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/436385/responsabilidade-das-instituicoes-financeiras-por-fraudes-digitais> Acesso em: 20 dez. 2025.

GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. Novo curso de direito civil: responsabilidade civil. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2021.

GIORDANI, José Acir Lessa. A responsabilidade civil objetiva genérica no código civil de 2002. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2007.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais. 8. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

SARLET, Ingo Wolfgang; MOLINARO, Carlos Alberto. Direito à proteção de dados pessoais. São Paulo: Saraiva, 2020.

SOUZA, Roberta Arantes. As relações de consumo virtuais e a clonagem de aparelhos: uma análise sob a responsabilidade civil. UFU, 2024.

VERBICARO, Dennis; MONTÃO, Vanessa Maria Dias. O consumidor digital: da vulnerabilidade algorítmica ao empoderamento. Revista Jurídica (FURB), v. 26, 2022.

ZUBOFF, Shoshana. A Era do Capitalismo de Vigilância. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.