REVISTA ERR01 ISSN: 2595-1378

CONSUMO VIRTUAIS INTERLIGADO AO DIREITO DO CONSUMIDOR COM BASE GENERALIZADORA

VIRTUAL CONSUMPTION INTERCONNECTED WITH CONSUMER LAW BASED ON A GENERALIZING PERSPECTIVE

EL CONSUMO VIRTUAL Y SU INTERRELACIÓN CON EL DERECHO DEL CONSUMO DESDE UNA PERSPECTIVA GENERALIZADORA

https://doi.org/10.56238/ERR01v10n7-056

Davi Henrique Klen Leal
Graduando em Direito
Instituição: Faculdade Gamaliel
Endereço: Pará, Brasil
E-mail: davihenriquek@gmail.com

Vanesse Louzada Coelho
Professora orientadora da disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC 2)

RESUMO
O referido artigo analisa o direito do consumidor no contexto das compras pela internet, destacando a evolução histórica das relações de consumo e a necessidade de proteção jurídica diante das transformações provocadas pelo avanço tecnológico. A popularização do acesso à internet no Brasil impulsionou o comércio eletrônico, tornando as transações mais rápidas, acessíveis e, ao mesmo tempo, expondo os consumidores a novos riscos. O estudo contextualiza o consumo desde a Antiguidade até os dias atuais, demonstrando que sua estruturação jurídica se consolidou com o movimento consumerista e foi fortalecida no Brasil com a Constituição Federal de 1988 e o Código de Defesa do Consumidor (CDC), instituído pela Lei nº 8.078/90. O CDC introduz princípios essenciais como a vulnerabilidade do consumidor e a transparência nas relações contratuais, com o objetivo de equilibrar a assimetria existente entre consumidores e fornecedores. O artigo conclui que a legislação brasileira tem buscado acompanhar as mudanças sociais e econômicas, especialmente no comércio eletrônico, garantindo um ambiente mais seguro e justo para o consumidor.

Palavras-chave: Comércio Eletrônico. Direito do Consumidor. Compras Online. Código de Defesa do Consumidor.

ABSTRACT
This article analyzes consumer rights in the context of online shopping, highlighting the historical evolution of consumer relations and the need for legal protection in the face of transformations brought about by technological advancement. The widespread use of the internet in Brazil has boosted e-commerce, making transactions faster and more accessible, while simultaneously exposing consumers to new risks. The study contextualizes consumption from antiquity to the present day, demonstrating that its legal structure was consolidated by the consumerist movement and strengthened in Brazil by the 1988 Federal Constitution and the Consumer Defense Code (CDC), established by Law No.

8,078/90. The CDC introduces essential principles such as consumer vulnerability and transparency in contractual relationships, aiming to balance the existing asymmetry between consumers and suppliers. The article concludes that Brazilian legislation has sought to keep pace with social and economic changes, especially in e-commerce, ensuring a safer and fairer environment for consumers.

Keywords: Ecommerce. Consumer Law. Online Shopping. Consumer Protection Code.

RESUMEN

Este artículo analiza el derecho del consumidor en el contexto de las compras en línea, destacando la evolución histórica de las relaciones de consumo y la necesidad de protección legal ante las transformaciones derivadas de los avances tecnológicos. La popularización del acceso a internet en Brasil ha impulsado el comercio electrónico, agilizando y haciendo más accesibles las transacciones, a la vez que expone a los consumidores a nuevos riesgos. El estudio contextualiza el consumo desde la antigüedad hasta la actualidad, demostrando que su estructura jurídica se consolidó con el movimiento de consumidores y se fortaleció en Brasil con la Constitución Federal de 1988 y el Código de Protección al Consumidor (CDC), establecido por la Ley n.º 8.078/90. El CDC introduce principios esenciales como la vulnerabilidad del consumidor y la transparencia en las relaciones contractuales, con el objetivo de equilibrar la asimetría existente entre consumidores y proveedores. El artículo concluye que la legislación brasileña ha buscado adaptarse a los cambios sociales y económicos, especialmente en el comercio electrónico, garantizando un entorno más seguro y justo para los consumidores.

Palabras clave: Comercio Electrónico. Derecho del Consumidor. Compras en Línea. Código de Protección al Consumidor.

ISSN: 2595-1378

1 INTRODUÇÃO

Quanto a evolução tecnológica e a popularização da internet que transformaram profundamente as relações de consumo. Adentrando que a possibilidade de adquirir bens e serviços sem sair de casa, por meio de plataformas digitais, proporcionou praticidade e acesso a uma ampla variedade de produtos. No entanto, esse novo cenário também impôs desafios significativos ao ordenamento jurídico, especialmente no que tange à proteção dos direitos do consumidor nas transações virtuais procedentes.

Já o crescimento basicamente acelerado do comércio eletrônico, surgiram preocupações quanto à transparência nas ofertas, à segurança dos dados pessoais, à clareza nas informações e à efetividade do direito de arrependimento. O Decreto n.º 7.962/2013 foi instituído como um complemento ao Código de Defesa do Consumidor, com o objetivo de regular as relações de consumo realizadas por meios eletrônicos e garantir maior segurança jurídica aos consumidores.

Adentramos que a justificativa para a escolha deste tema se dá pela relevância crescente das compras online no cotidiano dos brasileiros e pelos frequentes relatos de abusos praticados por fornecedores virtuais. Problemas como descumprimento de prazos de entrega, propaganda enganosa, dificuldade de contato com o fornecedor e ausência de informações claras sobre os produtos são recorrentes. Tais situações reforçam a necessidade de uma análise aprofundada sobre o atual estado da legislação consumerista no ambiente digital.

Quanto ao problema de pesquisa que norteia este trabalho é: as bases das normas no âmbito atual do ordenamento jurídico brasileiro, especialmente o Decreto 7.962/2013, são de evidências eficazes na proteção dos direitos do consumidor nas compras interligadas pela internet?

Abordamos como hipótese, parte-se do pressuposto de que, embora existam avanços legais importantes, a eficácia da proteção ao consumidor ainda depende de maior fiscalização, da conscientização dos fornecedores e da ampla divulgação dos direitos aos consumidores.

Já o objetivo geral deste artigo propicia-se em analisar a aplicação das normas de proteção ao consumidor no comércio eletrônico brasileiro, com ênfase no Decreto 7.962/2013 e sua integração com o Código de Defesa do Consumidor. Como objetivos específicos, busca-se: Compreender os principais direitos do consumidor previstos para compras online; Verificar a aplicabilidade prática do Decreto 7.962/2013 no comércio eletrônico; Identificar os principais conflitos enfrentados pelos consumidores em compras virtuais; Avaliar a atuação dos órgãos de fiscalização na garantia dos direitos do consumidor online. Já a metodologia adotada neste trabalho é qualitativa, com abordagem exploratória e descritiva.

Utiliza-se pesquisa bibliográfica e documental, com base em doutrinas, legislações, artigos científicos, jurisprudência e dados de órgãos oficiais, como o Procon e o Ministério da Justiça. A

ISSN: 2595-1378

análise crítica será conduzida a partir de uma revisão teórica e da interpretação normativa da legislação vigente.

2 A HISTÓRIA DO DIREITO DO CONSUMIDOR E SUA EVOLUÇÃO

No decorrer dos os séculos XVIII e XIX, abordamos que a Inglaterra vivenciou um intenso processo de êxodo rural, motivado, principalmente, pela ampliação das oportunidades de trabalho nas cidades, impulsionadas pelo advento das máquinas a vapor. Esse novo cenário urbano-industrial acarretou um aumento expressivo da demanda por bens de consumo, o que forçou os comerciantes a alterar a lógica das relações de mercado.

Conforme aponta Bolzan (2019)[1], a tradicional relação bilateral entre vendedor e consumidor foi rapidamente substituída por uma relação unilateral, na qual o foco se deslocou da qualidade para a quantidade dos produtos ofertados.

Sendo assim, até então, as relações comerciais eram pautadas por uma dinâmica de equilíbrio entre necessidade e qualidade, onde ambas as partes tinham voz ativa na negociação, inclusive quanto às cláusulas contratuais e aos insumos utilizados na produção. Com a industrialização, essa realidade se transformou. Segundo Monteiro (2020, p. 221)[2], a lógica de mercado passou a privilegiar a padronização e a massificação dos produtos, impulsionando mudanças profundas nos métodos de venda, na publicidade e nas práticas de crédito.

Mediante a essa nova configuração, os consumidores passaram a ter basicamente duas alternativas: aceitar as condições previamente impostas pelo fornecedor, especialmente em encomendas, ou adquirir produtos sobre os quais pouco ou nada se sabia a respeito de sua origem ou composição (Bolzan, 2019)[1]. Esse desequilíbrio nas relações comerciais gerou inúmeros prejuízos aos consumidores, tanto econômicos quanto físicos. No entanto, como observa Spréa (2018)[3], os instrumentos jurídicos disponíveis à época não eram suficientes para resolver tais conflitos, o que ensejou a necessária intervenção estatal.

Mostrando que foi nesse contexto que surgiu o chamado movimento consumerista, cujo objetivo era evidenciar a real condição dos consumidores, retirando-os da posição idealizada de "reis do sistema" para o reconhecimento de sua vulnerabilidade frente ao poderio das grandes corporações. Tal movimento escancarou a necessidade de normativas específicas para equilibrar as relações de consumo (Spréa, 2018)[3].

Quanto a preocupação com os direitos do consumidor que ganhou ainda cada vez mais força

[1] BOLZAN, José Luiz. **Direito do consumidor:** fundamentos e perspectivas. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2019.
[2] MONTEIRO, Washington de Barros. **Curso de direito civil:** contratos. 40. ed. São Paulo: Saraiva, 2020.
[3] SPRÉA, Eduardo. **Movimento consumerista e a proteção jurídica do consumidor**. Curitiba: Juruá, 2018.

ISSN: 2595-1378

no cenário internacional após a Segunda Guerra Mundial, quando os avanços tecnológicos permitiram a produção em larga escala de uma ampla variedade de bens. No Brasil, à época, o direito civil ainda se orientava por uma perspectiva privatista, presumindo um equilíbrio entre as partes envolvidas nos contratos. Isso tornava o ordenamento jurídico ineficaz para lidar com a hipossuficiência do consumidor, já que o sistema legal não previa mecanismos de proteção específicos para essa parte mais frágil da relação contratual (Bolzan, 2019)[1].

Paulatinamente na tentativa de suprir essas lacunas, a comunidade internacional começou a se mobilizar para garantir proteção efetiva ao consumidor. Um marco importante foi a Conferência Mundial do Consumidor, realizada em 1972, em Estocolmo, que estabeleceu quatro direitos básicos do consumidor: segurança, informação, escolha e representação (Miragem, 2010)[4].

Sendo que posteriormente, em 1985, a Organização das Nações Unidas (ONU) elevou os direitos do consumidor à condição de direitos fundamentais de terceira geração, reconhecendo a desigualdade estrutural entre fornecedor e consumidor. Como destacam Benjamim, Marques e Bessa (apud Machtposition, 2010)[5], essa assimetria justifica a intervenção estatal para reequilibrar a relação contratual.

Já no Brasil, a proteção do consumidor ganhou respaldo constitucional com a promulgação da Constituição Federal de 1988. Os artigos 5º, inciso XXXII, e 170, inciso V, estabelecem a defesa do consumidor como princípio fundamental, reforçado pelo artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT), que determinou a elaboração do Código de Defesa do Consumidor (CDC).

> O CDC, instituído pela Lei nº 8.078/1990, representou um avanço significativo na efetivação desses direitos, oferecendo instrumentos jurídicos eficazes para a proteção dos consumidores. A legislação incorporou princípios como a boa- fé objetiva, a transparência e a vulnerabilidade do consumidor, promovendo uma visão mais justa e equitativa das relações de consumo (Bolzan, 2019, p. 59)[4].

Contudo, com o crescimento exponencial do comércio eletrônico — intensificado ainda mais durante a pandemia da COVID-19 — novas dinâmicas de consumo surgiram, trazendo consigo desafios inéditos. Conforme aponta Baptista (2020)[5], o atual ordenamento jurídico brasileiro, embora robusto, não consegue abranger todas as nuances e riscos das transações online.

Sendo assim, torna-se urgente a atualização das normas de proteção ao consumidor, a fim de acompanhar as transformações do mercado digital e garantir que os direitos fundamentais do

[4] MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 9. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2024.
[5] BAPTISTA, Patrícia Peck Pinheiro. **Direito digital: internet e os desafios da proteção de dados pessoais**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2020.

consumidor sejam plenamente respeitados diante das novas formas de consumo.

2.1 COMÉRCIO ELETRÔNICO E SEU CONCEITO

Ao compreender de forma adequada o que se entende por comércio eletrônico, é necessário analisar a junção de seus dois elementos principais: "comércio" e "eletrônico". Segundo Teixeira (2015)[6], o termo “comércio” refere-se ao conjunto de operações de compra e venda voltadas à obtenção de lucro ou satisfação, enquanto a expressão “eletrônico” remete à forma como essas transações são viabilizadas, isto é, por meio de sistemas digitais e impulsos elétricos que caracterizam a comunicação através da internet.

Quanto ao comércio eletrônico, também conhecido como e-commerce, surgiu como uma extensão do comércio tradicional, representando um ambiente virtual onde ocorrem operações comerciais mediadas por dispositivos eletrônicos. Essa forma de comércio tornou-se possível graças aos avanços na tecnologia da informação e comunicação, sendo caracterizada pela negociação, contratação e, muitas vezes, execução de contratos de forma totalmente online (Silva, 2022)[7].

Conforme Vissotto e Boniati (2013)[8], o e-commerce pode ser definido como a prática de comprar, vender ou trocar bens, serviços e informações por meio da internet. Eles destacam que dispositivos como computadores, smartphones e tablets são os principais meios utilizados para a realização dessas transações, ampliando significativamente as possibilidades de alcance e atuação do setor comercial.

De acordo com que pontua Costa (2020, p. 136)[9]:

> Ao realizar uma transação comercial por meio eletrônico, o consumidor manifesta sua vontade de adquirir um bem ou serviço, caracterizando assim uma relação jurídica válida no ambiente digital. Esse modelo de negócio se fortaleceu principalmente devido à conectividade proporcionada pela internet, que se tornou cada vez mais acessível à população em geral, promovendo o crescimento acelerado das relações de consumo mediadas por plataformas online.

Já o crescimento do e-commerce se intensificou ainda mais durante a pandemia da Covid-19. Com as medidas de isolamento social e o fechamento temporário dos estabelecimentos físicos, muitas empresas precisaram se reinventar para sobreviver. O comércio eletrônico foi a principal alternativa encontrada. Segundo dados divulgados pela Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), aproximadamente 20,2 milhões de brasileiros realizaram sua primeira compra online em

[6] TEIXEIRA, Tarcísio. **Comércio eletrônico:** conforme o Marco Civil da Internet e a regulamentação do e-commerce no Brasil. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.
[7] SILVA, Emílio. Contratos eletrônicos: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2022.
[8] VISSOTTO, Eduardo; BONIATI, André. **E-commerce:** teoria e prática. Curitiba: Juruá, 2013.
[9] COSTA, José Reinaldo de Lima Lopes. **Comércio eletrônico e direito do consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020.

ISSN: 2595-1378

2020, e cerca de 150 mil novas lojas passaram a atuar no ambiente digital (Alvarenga, 2021)[10].

Conforme Simionato (2021)[11], ao abordar os impactos da pandemia no comportamento do consumidor, afirma que 47% dos brasileiros aumentaram a frequência de compras online desde o início da crise sanitária, enquanto 36% reduziram suas visitas a comércios locais. Em termos globais, esses percentuais foram de 43% e 30%, respectivamente, demonstrando que o Brasil superou a média mundial nesse quesito.

Quanto aos setores que mais se destacaram no ambiente digital durante esse período foram os de primeira necessidade, como alimentação, supermercados, produtos farmacêuticos, bebidas, itens de higiene, petshops e produtos hospitalares, como máscaras e álcool em gel. Isso evidencia como o comércio eletrônico se adaptou rapidamente para atender às demandas emergenciais da população (Cunha, 2022)[12].

Dessa forma, o comércio eletrônico passou a representar não apenas uma tendência, mas uma necessidade diante das novas dinâmicas sociais e econômicas. O avanço tecnológico e a conectividade global trouxeram uma nova lógica às relações de consumo, exigindo um olhar atento sobre os direitos do consumidor nesse novo cenário.

2.2 RELAÇÃO DO CONSUMIDOR E FORNECEDOR VOLTADA AS COMPRAS PELA INTERNET INTERLIGADA AO CDC

Sendo que as primeiras formas de consumo caracterizavam-se por uma relação direta e equilibrada entre o produtor e o consumidor, pois, em geral, o próprio produtor era o responsável pela venda de seus produtos.

Esse modelo permitia que ambas as partes tivessem pleno conhecimento sobre os processos de produção, formas de pagamento, condições de entrega e utilização dos bens. Tratava-se, portanto, de uma relação marcada pela confiança e pela paridade entre os envolvidos.

Com o advento das Revoluções Industriais e, posteriormente, da produção em massa no século XX, esse cenário foi profundamente transformado. A relação direta entre produtor e consumidor desapareceu, sendo substituída por uma cadeia de produção e comercialização complexa e intermediada. Conforme observa Grinover et at. (2021)[13], o consumidor passou a ocupar uma posição de vulnerabilidade diante de fornecedores com maior poder econômico e informacional,

[10] ALVARENGA, Flávio. **Manual de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Método, 2022.
[11] SIMIONATO, Ana Julia Barros. **Estado, sociedade internacional e a crise de refugiados sob a luz do princípio r2p.** Ed. São Paulo. 2021.
[12] CUNHA, Marcelo. **O impacto da pandemia no comércio eletrônico brasileiro**. São Paulo: Editora Jurídica, 2022.
[13] GRINOVER, Ada Pellegrini et al. **Código de defesa do consumidor:** comentado pelos autores do anteprojeto. 13. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021.

estabelecendo uma assimetria que dificultava a negociação justa e equilibrada.

Sendo que em resposta a essa disparidade, diversos países passaram a adotar normas protetivas voltadas à defesa do consumidor. No Brasil, essa proteção encontra respaldo na Constituição Federal de 1988, nos artigos 5º, inciso XXXII, e 170, inciso V, bem como no Código de Defesa do Consumidor (CDC), instituído pela Lei nº 8.078/1990, em vigor desde março de 1991. Além disso, foram promulgadas normas complementares adaptadas às novas formas de consumo, como o Decreto nº 7.962/2013, que regulamenta as transações no comércio eletrônico, e a Lei nº 12.965/2014, que institui o Marco Civil da Internet (Nery Junior, 2020)[14].

Já a evolução legislativa tem se mostrado essencial diante das constantes mudanças nas práticas de consumo, especialmente com a ascensão das tecnologias digitais. A internet, ao conectar consumidores e empresas, alterou profundamente o comportamento do consumidor, que passou a ter maior acesso à informação e aos meios de manifestação de sua insatisfação, principalmente por meio das redes sociais, desencadeando o chamado "efeito de crítica digital" (Silva; Almeida, 2022) . Esse novo cenário ampliou o poder de escolha dos consumidores e aumentou a responsabilidade dos fornecedores diante da transparência exigida pelo mercado virtual.

Nesse panorama, as relações jurídicas de consumo tornaram-se mais complexas e dinâmicas. Segundo Nunes (2021)[15], caracteriza-se relação de consumo sempre que for possível identificar, de um lado, o consumidor e, de outro, o fornecedor, tendo como objeto um produto ou serviço. Trata-se de uma relação bilateral, estruturada entre dois sujeitos distintos com funções jurídicas complementares.

Quanto ao consumidor, segundo o artigo 2º do CDC, é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. O parágrafo único do referido artigo amplia esse conceito ao incluir a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que tenham participado da relação de consumo. Tal concepção é reforçada por Benjamin, Marques e Bessa (2020)[16], ao afirmarem que o CDC protege não apenas os adquirentes formais de produtos e serviços, mas também terceiros afetados por práticas comerciais abusivas, como a publicidade enganosa ou a falha na prestação de informações essenciais.

CDC protege não apenas os adquirentes formais de produtos e serviços, mas também terceiros afetados por práticas comerciais abusivas, como a publicidade enganosa ou a falha na prestação de informações essenciais.

Já ao conceito de consumidor pessoa jurídica, Filomeno (apud Tartuce; Neves, 2020)[16] explica

[14] NERY JUNIOR, Nelson. **Código de defesa do consumidor comentado**. 17. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020.
[15] NUNES, Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 16. ed. São Paulo: SaraivaJur, 2021.
[16] TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor**: direito material e processual. 14. ed. São Paulo: Método, 2020.

que este será considerado consumidor sempre que adquirir produtos ou serviços como destinatário final, ou seja, quando não os incorporar ao seu processo produtivo, independentemente de sua finalidade lucrativa. Assim, a interpretação do CDC deve ser pautada na destinação econômica do bem ou serviço adquirido, como defendem os doutrinadores de orientação maximalista, os quais propõem uma aplicação ampla e objetiva do conceito de consumidor (Marques, 2021)[17].

Sendo que por outro lado, o fornecedor, segundo o artigo 3º do CDC, é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços. Tal definição é intencionalmente ampla, visando abarcar toda a cadeia de produção e fornecimento.

Mediante ao complemento, o artigo 12 do CDC estabelece a responsabilidade objetiva dos fabricantes, produtores, construtores e importadores pelos danos causados ao consumidor, mesmo na ausência de culpa, quando decorrentes de defeitos de projeto, fabricação, manipulação ou informações inadequadas sobre os riscos do produto.

De acordo com Amaral (2019)[18], conceitua o fornecedor como um gênero jurídico que compreende múltiplas espécies, como comerciantes, industriais, prestadores de serviços e instituições públicas ou privadas.

Já Tartuce e Neves (2020)[16], afirmam que o fornecedor pode ser tanto uma pessoa natural quanto jurídica, incluindo entes públicos e estrangeiros, desde que participe da cadeia de consumo.

Já Nunes (2021)[15], ao comentar sobre a aplicabilidade do CDC, destaca a importância de reconhecer a atuação da pessoa jurídica estrangeira no mercado nacional, pois sua responsabilidade não é afastada pela origem internacional, desde que atue de forma direta na comercialização de produtos ou prestação de serviços no Brasil.

Quanto a relação de consumo moderna é resultado de uma série de transformações sociais, econômicas e tecnológicas que exigiram um aparato normativo protetivo para garantir o equilíbrio entre as partes. O CDC representa, nesse sentido, um marco regulatório fundamental, capaz de adaptar-se às novas demandas e desafios do consumo contemporâneo.

2.3 QUANTO AOS PRODUTOS E SERVIÇOS

Quanto ao Código de Defesa do Consumidor (CDC) define, em seu artigo 3º, §1º, que produto é "qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial", abrangendo desde itens físicos até bens

[17] BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.
[18] AMARAL, Luiz Edson Fachin. **Curso de direito do consumidor**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

intangíveis, como softwares e direitos. No tocante à reclamação por vícios aparentes ou de fácil constatação, o artigo 26 da mesma legislação estabelece prazos decadenciais distintos, conforme a natureza do produto ou serviço:

> Art. 26. O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em:
> – Trinta dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos não duráveis;
> – Noventa dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos duráveis.

Quanto ao dispositivo ainda determina que a contagem do prazo se inicia com a efetiva entrega do produto ou com a conclusão da prestação do serviço (§1º). Nos casos de vício oculto, o prazo é contado a partir do momento em que o defeito se tornar evidente (§3º). A legislação também prevê causas que suspendem a decadência, como a formulação de reclamação formal ao fornecedor (§2º, I).

De acordo com Nunes (2021, p. 315)[15], o conceito de produto adotado pelo CDC é amplamente aceito no cenário jurídico global e reflete a lógica do mercado capitalista, em que o bem se insere como elemento essencial nas relações de consumo. Amaral (2019)[18], ao comentar a obra de Cretella Júnior, destaca que o produto, para ser juridicamente reconhecido como tal no âmbito do direito do consumidor, deve estar vinculado a uma relação jurídica específica de consumo.

Sendo assim, no que se refere aos serviços, o §2º do artigo 3º do CDC conceitua-os como "qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista." Ou seja, trata-se de uma definição ampla, que abarca múltiplas formas de prestação de serviços, desde que mediadas por retribuição econômica e situadas no contexto do mercado de consumo.

Conforme Lima Marques et at. (2021)[19], os serviços prestados no âmbito das relações de consumo devem ser analisados sob a ótica da vulnerabilidade do consumidor, uma vez que as informações sobre tais serviços geralmente estão concentradas nas mãos do fornecedor. Isso acarreta um desequilíbrio informacional que se intensifica, sobretudo, nas transações realizadas à distância, como é o caso das compras pela internet. O ambiente digital, apesar de ampliar a oferta e o acesso à informação, acentua o distanciamento técnico e econômico entre as partes, agravando a posição de vulnerabilidade do consumidor (Marques; Benjamin; Bessa, 2021)[17].

Dessa forma procede que assim, tanto os produtos quanto os serviços são elementos centrais nas relações jurídicas de consumo e exigem proteção normativa eficaz, a fim de garantir o equilíbrio

[19] LIMA MARQUES, Cláudia et al. **Contratos de serviços em tempos digitais:** contribuição para uma nova teoria geral dos serviços e princípios de proteção dos consumidores. São Paulo: [23] Revista dos Tribunais, 2021.

contratual e a segurança do consumidor nas relações de mercado contemporâneas.

3 DIREITOS DO CONSUMIDOR

Sabemos que o Código de Defesa do Consumidor (CDC) é frequentemente classificado de forma contínua como uma lei principiológica, uma vez que sua estrutura normativa é fortemente fundamentada em princípios e cláusulas gerais. Segundo Cláudia Lima Marques (2021)[19], a principiologia do CDC confere à legislação uma maleabilidade interpretativa essencial para acompanhar as constantes transformações nas relações de consumo.

Já os princípios passam a ser normas orientadoras dotadas de alto grau de abstração, que refletem valores ético-sociais compartilhados por determinada sociedade. Nas palavras de Sérgio Cavalieri Filho (2022)[20], os princípios representam "valores éticos e morais abrigados no ordenamento jurídico, como a dignidade da pessoa humana, a boa-fé, a solidariedade, a liberdade e a igualdade". Já as cláusulas gerais, conforme destaca o autor, não são normas detalhadas, mas molduras normativas que exigem concretização pelo intérprete, especialmente o juiz, com base nos valores jurídicos fundamentais e na realidade fática do caso.

Sendo que para Miguel Reale assinala que os princípios exercem função estruturante, ou seja, garantem unidade e coesão ao sistema jurídico, funcionando como "vigas mestras" que sustentam todo o edifício normativo. Já Celso Antônio Bandeira de Mello (2020) considera os princípios como mandamentos nucleares de um sistema, cuja violação implica afronta a todo o ordenamento: "violar um princípio é muito mais grave do que transgredir uma norma qualquer".

Ao retratarmos sobre quanto às cláusulas gerais e conceitos jurídicos indeterminados, a doutrina contemporânea observa que são indispensáveis à adaptação da norma às novas realidades sociais. Como explica Judith Martins-Costa (2021)[21], a cláusula geral é "um enunciado de conteúdo aberto, cuja concretização depende da valoração judicial segundo critérios axiológicos e normativos do sistema jurídico".

3.1 CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E SEUS FUNDAMENTOS

3.1.1 Boa-fé objetiva

Quanto a boa-fé objetiva, cláusula geral prevista expressamente no art. 422 do Código Civil e implicitamente em diversos dispositivos do CDC, impõe às partes padrões mínimos de lealdade, confiança e cooperação. Como ensina Anderson Schreiber (2021)[22], trata-se de um modelo de conduta

[20] CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2022.
[21] MARTINS-COSTA, Judith. **A cláusula geral da boa-fé no direito privado**. 4. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2021.
[22] SCHREIBER, Anderson. **Boa-fé objetiva:** a cláusula geral de tutela da confiança. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

que visa impedir abusos e assegurar a confiança legítima no vínculo contratual. A doutrina aponta três funções primordiais da boa-fé objetiva (Tartuce, 2023)[23]:

> a) Função interpretativa, permitindo a leitura contratual conforme os valores do sistema (art. 113 do CC e art. 47 do CDC);
> b) Função integrativa, que cria deveres acessórios (de informação, de proteção, de lealdade);
> c) Função limitadora, que coíbe o exercício abusivo de direitos (art. 187 do CC e art. 39 do CDC).

3.1.2 Vulnerabilidade

Já o princípio da vulnerabilidade está positivado no art. 4º, I, do CDC e reconhece, como regra geral, que todo consumidor é vulnerável nas relações de consumo. Segundo Rizzatto Nunes (2023) [22], a vulnerabilidade decorre da desigualdade técnica, informacional e econômica entre consumidores e fornecedores. Essa presunção absoluta visa garantir tratamento jurídico diferenciado ao consumidor, em consonância com o princípio constitucional da isonomia material.

3.1.3 Transparência

Quanto ao princípio da transparência, decorrência da boa-fé objetiva, assegura o direito à informação clara, adequada e ostensiva, nos termos dos arts. 6º, III, e 31 do CDC. Conforme observa Fernanda Tartuce (2022), a transparência é pressuposto essencial para o consumo consciente e seguro, e seu descumprimento pode gerar responsabilidade civil do fornecedor (arts. 12, 14 e 46 do CDC).

Porém, os artigos 30 e 35 do CDC conferem força obrigatória à informação veiculada na publicidade e na oferta, integrando o contrato ainda que posteriormente se tente alterá-la. A violação à legítima expectativa do consumidor acarreta responsabilidade objetiva do fornecedor.

3.1.4 Segurança e equidade / confiança e solidariedade

Já o vies voltado ao direito à segurança (art. 6º, I, do CDC) garante que produtos e serviços não coloquem em risco a vida, saúde ou integridade física do consumidor. O fornecedor deve alertar claramente sobre eventuais riscos, instruindo sobre formas de evitá-los. Como ressalta Marques (2021) [22], o silêncio ou a omissão sobre perigos relevantes caracteriza defeito de informação, ensejando indenização.

Quanto a equidade contratual pressupõe o equilíbrio nas obrigações entre as partes. O art. 51 do CDC prevê a nulidade de cláusulas abusivas, especialmente aquelas que gerem vantagem exagerada

[23] TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor**: direito material e processual. 14. ed. São Paulo: Método, 2023.

ao fornecedor. A jurisprudência tem reconhecido que cláusulas redigidas unilateralmente e sem a devida clareza não prevalecem, mesmo que aceitas formalmente pelo consumidor (STJ, AgInt no AREsp 1.241.974/SP).

Referente a essa ótica, a confiança legítima depositada pelo consumidor é tutelada, inclusive quando se verifica falha na prestação do serviço. Aplica-se, a teoria do risco do empreendimento, que impõe ao fornecedor o dever de indenizar independentemente de culpa.

Quanto a devolução em dobro prevista no art. 42, parágrafo único, do CDC, também reforça esse princípio, impondo ao fornecedor o cuidado na cobrança de valores, sob pena de reparação em dobro, salvo erro justificável.

Porém, o CDC estabelece a responsabilidade solidária entre os integrantes da cadeia de fornecimento (art. 18 e 25 do CDC). A doutrina, como ensina Carlos Alberto Bittar (2023), reconhece que essa solidariedade protege o consumidor, permitindo que ele demande reparação de qualquer um dos participantes da cadeia – do fabricante ao comerciante – assegurando assim maior eficácia ao direito à reparação.

4 DIREITOS DOS INDIVÍDUOS NA INTERNET – ARREPENDIMENTO

Entretanto, no que se refere aos direitos fundamentais do consumidor, o artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor (CDC) representa um marco essencial na consolidação desses direitos no ordenamento jurídico brasileiro. Para Nunes (2022) [18], tais direitos visam garantir a dignidade da pessoa humana nas relações de consumo, protegendo o consumidor em sua posição de vulnerabilidade técnica, jurídica e econômica frente ao fornecedor. Essa proteção abrange não apenas os contratos presenciais, mas também os celebrados por meios eletrônicos, cuja incidência tem crescido de forma exponencial.

Quanto a um dos principais pilares desses direitos é o direito à vida, à saúde e à segurança, mesmo diante da comercialização de produtos com riscos inerentes, desde que os consumidores estejam plenamente informados e os riscos sejam justificados em benefício social (Tepedino, 2023)[24].

Já o artigo 6º, incisos IV e V, do CDC trata da proteção contra práticas comerciais e cláusulas contratuais abusivas. Segundo Marques e Rizzato Nunes (2021) [18], esses dispositivos visam coibir condutas que coloquem o consumidor em desvantagem excessiva ou o induzam ao erro. Assim, práticas como publicidade enganosa ou abusiva, além de cláusulas que contrariem os princípios da boa-fé e da equidade, são rechaçadas pelo ordenamento jurídico.

[24] TEPEDINO, Gustavo; BARBOZA, Heloisa Helena; MORAES, Maria Celina Bodin de. **Código Civil interpretado:** conforme a Constituição da República. 2. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2012. v. 2.

ISSN: 2595-1378

Podemos ressaltar que o direito à informação também se destaca entre os direitos fundamentais do consumidor. De acordo com Tartuce (2022)[15], esse direito está diretamente ligado ao princípio da transparência, pois permite que o consumidor tome decisões conscientes, sobretudo em um cenário cada vez mais digitalizado e marcado por relações contratuais instantâneas e massificadas.

Torna-se cada vez mais necessário ressaltar, que o artigo 7º do CDC complementa o artigo 6º ao prever que os direitos nele previstos não excluem outros decorrentes de tratados internacionais, da Constituição Federal ou de legislações específicas, reconhecendo a natureza dinâmica e expansiva da proteção ao consumidor (Nery Junior; Nery, 2022)[14].

> Com o avanço das tecnologias e o aumento do comércio eletrônico, os contratos digitais passaram a ocupar espaço central nas relações de consumo. Esses contratos devem observar os mesmos critérios de validade dos contratos tradicionais, como consentimento, objeto lícito e forma prescrita em lei (Gagliano; Pamplona Filho, 2021, p. 1025)[25].

Já a contratação à distância, como explica Claudia Lima Marques (2023)[19], tem imposto novos desafios à proteção do consumidor, especialmente porque a oferta publicitária invade os espaços privados do consumidor por meio da internet, aplicativos e redes sociais, promovendo um tipo moderno de coação, ainda que sutil e constante.

Para Marques (2023)[19], reforça que esses contratos impõem cláusulas pré- estabelecidas unilateralmente, tornando essencial o controle de seu conteúdo à luz dos princípios da equidade, transparência e boa-fé. O CDC proíbe cláusulas abusivas e determina que, em caso de dúvida interpretativa, as cláusulas devem ser interpretadas da forma mais favorável ao consumidor, conforme dispõe o artigo 47 do CDC (Nunes, 2022)[15].

Mediante a vulnerabilidade contratual se intensifica no meio digital, exigindo mecanismos eficazes de proteção. Para Ventura (2020)[26], os contratos eletrônicos de consumo devem ser construídos com clareza e responsabilidade, a fim de garantir segurança jurídica tanto para fornecedores quanto para consumidores, prevenindo conflitos e litígios que possam surgir no uso dos serviços e produtos adquiridos online.

Quanto ao comércio eletrônico impõe uma releitura das garantias clássicas do Direito do Consumidor, exigindo uma atuação proativa do Estado, do Poder Judiciário e dos próprios fornecedores no sentido de assegurar práticas transparentes, seguras e respeitosas à dignidade do consumidor no ambiente digital. O direito do consumidor encontra respaldo na Constituição Federal de 1988, estando previsto nos artigos 5º, inciso XXXII, e 170, inciso V. Esses dispositivos reconhecem o dever do

[25] GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo curso de direito civil:** parte geral. 25. ed. São Paulo: SaraivaJur, 2023. v. 1.
[26] VENTURA, Deise. **Contratos eletrônicos e proteção do consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020.

ISSN: 2595-1378

Estado em garantir a proteção dos consumidores. Tal proteção foi concretizada de forma mais contundente com a promulgação da Lei nº 8.078/90, o Código de Defesa do Consumidor (CDC).

Fomentamos que está vinculado aos direitos fundamentais, o direito do consumidor ocupa posição de destaque no ordenamento jurídico brasileiro. Sua menção no artigo 5º da Constituição – ainda que em rol exemplificativo – demonstra sua importância na limitação do poder estatal em favor da liberdade e autonomia individuais, cuja base é a dignidade da pessoa humana.

No contexto de está Inserido na terceira geração dos direitos fundamentais, também chamados de direitos de fraternidade, o direito do consumidor reflete as mudanças sociais globais que priorizam a qualidade de vida e tutelam interesses coletivos e difusos. De acordo com o artigo 2º do CDC, "consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final" (Brasil, 1990)[27]. O mesmo diploma legal define, no artigo 3º, quem são os fornecedores:

> Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços (Brasil, 1990, s.p.)[27].

Conforme a função primordial do CDC é oferecer proteção à parte considerada mais frágil na relação de consumo, ou seja, o consumidor. O artigo 4º, inciso I, explicita essa vulnerabilidade, o que justifica a necessidade de normas específicas que promovam o equilíbrio e a justiça nas relações contratuais.

Já no caso de compras realizadas à distância – como por telefone, internet, televisão ou fora do estabelecimento comercial –, aplicam-se as disposições do CDC a partir do artigo 46. Em especial, o artigo 49 regula o direito de arrependimento:

> O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de sete dias a contar de sua assinatura ou do recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou à domicílio. Parágrafo único. Se o consumidor exercer esse direito, os valores pagos deverão ser restituídos de imediato, devidamente atualizados (Brasil, 1990, s.p.)[27].

Mediante o objetivo do artigo 49 é proteger o consumidor que realiza aquisições sem contato direto com o produto ou serviço, como nas compras feitas pela internet, telefone ou até mesmo por catálogo. Ainda que a norma mencione apenas o telefone e o domicílio, o uso da palavra

[27] BRASIL. Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013. **Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico**. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 15 mar. 2013. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm. Acesso em: 19 maio 2025.

ISSN: 2595-1378

"especialmente" indica que o legislador teve a intenção de listar apenas exemplos, sem limitar os meios de contratação.

De acordo com o avanço da tecnologia, a internet tornou-se o principal meio de comércio à distância. Assim, qualquer modalidade de compra fora do estabelecimento físico deve observar os mesmos direitos previstos no CDC. O prazo de sete dias para arrependimento começa a contar da assinatura do contrato ou do recebimento do produto. Caso a entrega ocorra por retirada nos Correios, considera-se como início do prazo a data da retirada.

Embora a lei estipule o prazo mínimo de sete dias, nada impede que fornecedores ofereçam prazos mais amplos, como observa Nunes (2018, p. 731)[15], ao afirmar que "com a evolução do mercado, muitos comerciantes passaram a oferecer prazos de 10, 15 e até 30 dias para a desistência do contrato." Importa destacar que o exercício do direito de arrependimento não exige justificativa.

Basta que o consumidor manifeste, de forma objetiva, sua decisão de desistir do contrato. Como aponta Nunes (2018, p. 730)[15] :

> O prazo de 'reflexão' parte do princípio de que, como a decisão de compra não foi tomada de forma plena e consciente, e o consumidor ainda não experimentou o produto ou serviço, ele pode optar pela desistência após uma análise mais apurada.

Quanto a manifestação de arrependimento possui efeito ex tunc, ou seja, tem caráter retroativo, desconstituindo o contrato desde sua origem. Gomide (2014, p. 68)[28] esclarece:

Ao retratar sobre o direito de arrependimento previsto no artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor permite ao consumidor rescindir o contrato no prazo de sete dias, contados do recebimento do produto ou da assinatura do contrato, sempre que a contratação ocorrer fora do estabelecimento comercial. A jurisprudência brasileira tem confirmado essa prerrogativa. Como decidido pelo Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul:

> APELAÇÃO CÍVEL. DIREITO PRIVADO NÃO ESPECIFICADO. DECLARATÓRIA. DIREITO DE ARREPENDIMENTO NO PRAZO DE SETE DIAS. ART. 49 DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. A rescisão do contrato é admitida quando requerida dentro do prazo do direito de arrependimento inserido no artigo 49 do CDC. NEGARAM PROVIMENTO À APELAÇÃO. UNÂNIME. (Apelação Cível Nº 70075031930, Vigésima Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator.: Walda Maria Melo Pierro, Julgado em 08/11/2017). (TJ-RS - AC: 70075031930 RS, Relator: Walda Maria Melo Pierro, Data de Julgamento: 08/11/2017, Vigésima Câmara Cível, Data de Publicação: Diário da Justiça do dia 14/11/2017).

Conforme o exercer esse direito, as partes devem ser restituídas ao estado anterior à contratação. O parágrafo único do artigo 49 reforça essa ideia ao garantir a devolução imediata de eventuais valores pagos, corrigidos monetariamente, o que assegura maior equidade e proteção ao

consumidor.

4.1 DECRETO 7.962/2013

Mediante ao Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013, regulamenta aspectos essenciais do comércio eletrônico no Brasil. Suas disposições abrangem desde o direito de arrependimento até questões contratuais e pré-contratuais, além de tratar de ofertas em compras coletivas e demais aspectos pertinentes às relações de consumo realizadas por meios digitais.

Para Gomide (2014)[28], esse instrumento normativo fornece orientações detalhadas aos fornecedores que atuam no ambiente virtual, exigindo, por exemplo, a apresentação clara do nome e endereço da empresa, bem como a descrição precisa dos produtos e das condições da oferta, tudo de maneira acessível e em local de fácil visualização. O artigo 1º do Decreto enumera os direitos dos consumidores em compras pela internet, incluindo: I – acesso a informações claras sobre produtos, serviços e fornecedores; II – atendimento facilitado ao consumidor; e III – respeito ao direito de arrependimento (Brasil, 2013)[27].

Mostrandoo assim, que antes da publicação do referido decreto, essas diretrizes eram tratadas de forma mais genérica pelo Código de Defesa do Consumidor (1990). Assim, a norma atual reforça a proteção aos consumidores, especialmente àqueles que anteriormente demonstravam receio ou desconfiança em relação a transações online.

Já o artigo 2º da norma impõe aos sites e plataformas eletrônicas a obrigação de disponibilizar, em local de destaque, informações fundamentais como: I – razão social e número de inscrição no CPF ou CNPJ; II – endereço físico e eletrônico do fornecedor; III – principais características do produto ou serviço, incluindo eventuais riscos à saúde ou segurança; IV – detalhamento de custos adicionais, como frete ou seguro; V – condições completas da oferta, métodos de pagamento, prazos e forma de entrega ou execução dos serviços; VI – informações claras sobre possíveis restrições à oferta (Brasil, 2013)[27].

Conforme o artigo 4º do decreto também estabelece medidas para garantir um atendimento eficaz ao consumidor. Dentre elas, destacam-se: a disponibilização de um resumo do contrato com destaque às cláusulas limitativas de direitos; ferramentas que permitam a identificação e correção de erros antes da conclusão do pedido; confirmação imediata da aceitação da oferta; entrega do contrato em formato que permita sua reprodução e arquivamento; atendimento eletrônico eficiente para solução de dúvidas, reclamações e solicitações de cancelamento; confirmação imediata das interações com o consumidor; e o uso de mecanismos seguros para tratamento de dados e realização de pagamentos (BRASIL, 2013)[27].

[28] GOMIDE, Lucas Abreu Barroso. **Direito do consumidor:** teoria e prática. 2. ed. Belo Horizonte: Fórum, 2014.

Porém, essas exigências demonstram o esforço normativo em assegurar um ambiente de consumo mais transparente e seguro no meio digital. O parágrafo único do artigo 4º ainda estabelece que as demandas do consumidor devem ser respondidas em até cinco dias, o que reforça o compromisso com a agilidade e a eficiência no atendimento.

O artigo 5º do Decreto, por sua vez, determina que os fornecedores devem informar de forma clara os canais para exercício do direito de arrependimento. Esse direito pode ser exercido pelo mesmo meio utilizado para a contratação, sem prejuízo de outras formas disponíveis. Conforme pontua Gomide (2014, p. 168)[28], a principal inovação trazida pelo Decreto 7.962/2013 é a garantia ao consumidor de exercer seu direito de arrependimento a qualquer momento do dia, por meio de sistemas eficazes.

Pode ocorrer caso o consumidor opte por se arrepender da compra, o fornecedor deverá notificar imediatamente a instituição financeira ou operadora de cartão de crédito, a fim de impedir o lançamento da cobrança ou providenciar o estorno, caso este já tenha sido realizado.

Sendo que o Decreto contribui significativamente para o ordenamento jurídico das relações de consumo online, sendo aplicável a todas as modalidades de comércio eletrônico, independentemente do porte da empresa. Em caso de descumprimento, estão previstas sanções administrativas como multas, apreensão de produtos e outras medidas previstas no art. 56 do Código de Defesa do Consumidor. Almeida (2021) ressalta que:

> As contratações no comércio eletrônico deverão observar o cumprimento das condições da oferta, com a entrega dos produtos e serviços contratados, observados prazos, quantidade, qualidade e adequação, sob pena de incidência das sanções administrativas previstas no art. 56 do CDC. (Almeida, 2021, p. 72)[29].

Podemos dizer, que é importante destacar que tanto o Decreto 7.962/2013 quanto o Código de Defesa do Consumidor não abrangem todas as relações de consumo realizadas eletronicamente. A proteção oferecida se aplica às situações em que o consumidor adquire produtos ou serviços para uso próprio, sendo considerado destinatário final. Aqueles que compram com intenção de revenda, por exemplo, não se enquadram nas proteções asseguradas por essas normas, conforme esclarece Rodrigues (2020) [39].

Quanto à luz do Decreto 7.962/2013, é possível concluir que houve avanços relevantes no âmbito do comércio eletrônico, especialmente quanto à transparência das informações, ao direito de arrependimento e à segurança nas relações de consumo digital.

[29] ALMEIDA, Rafael. **Direito do consumidor:** aspectos fundamentais. São Paulo: Atlas, 2021.

ISSN: 2595-1378

5 CONCLUSÃO

Procede-se que qiante da análise realizada, torna-se primordial conclui-se que o direito do consumidor desempenha um papel fundamental na consolidação de um ambiente seguro, transparente e equilibrado para as compras realizadas pela internet. A crescente expansão do comércio eletrônico no Brasil, impulsionada pelo avanço tecnológico e pela ampliação do acesso à internet, trouxe novas possibilidades de consumo, mas também novos desafios para a proteção dos consumidores.

Abordando que os instrumentos jurídicos como o Código de Defesa do Consumidor e o Decreto nº 7.962/2013 revelam-se essenciais para assegurar os direitos básicos dos consumidores, especialmente no que diz respeito à informação clara, ao direito de arrependimento, à segurança dos dados e à garantia de um atendimento eficaz nos meios digitais. Tais dispositivos demonstram a preocupação do ordenamento jurídico brasileiro em adaptar-se às dinâmicas do mundo digital, buscando mitigar a vulnerabilidade do consumidor frente à assimetria das relações de consumo online.

Dessa forma, mesmo com os avanços legais, ainda é necessário aprimorar a fiscalização e ampliar o acesso à informação sobre os direitos do consumidor, além de incentivar práticas empresariais mais responsáveis no ambiente virtual. A educação digital do consumidor e o fortalecimento dos mecanismos de denúncia e resolução de conflitos são medidas fundamentais para garantir que o comércio eletrônico continue se desenvolvendo de maneira ética e segura.

Porém, o estudo reafirma a importância da atualização constante da legislação e da atuação efetiva dos órgãos de defesa do consumidor, de modo a acompanhar as transformações sociais e tecnológicas, garantindo a efetividade dos direitos nas novas formas de consumo que surgem com a era digital.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Rafael. **Direito do consumidor:** aspectos fundamentais. São Paulo: Atlas, 2021.

AMARAL, Luiz Edson Fachin. **Curso de direito do consumidor**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

BAPTISTA, Patrícia Peck Pinheiro. **Direito digital: internet e os desafios da proteção de dados pessoais**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2020.

BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 8. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020.

BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009.

BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais e inteligência artificial:** perspectivas regulatórias no Brasil. São Paulo: Data Privacy Brasil, 2023.

BITTAR, Carlos Alberto. **Direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2023.

BOLZAN, José Luiz. **Direito do consumidor:** fundamentos e perspectivas. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor**. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 12 set. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 19 maio 2025.

BRASIL. Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013. **Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico**. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 15 mar. 2013. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm. Acesso em: 19 maio 2025.

BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. **Marco Civil da Internet**. Disponível em: https://www.planalto.gov.br. Acesso em: 05/05/2025.

BRASIL. Projeto de Lei nº 2.338/2023. **Estabelece princípios, direitos e deveres para o uso da inteligência artificial no Brasil**. Disponível em: https://www.camara.leg.br. Acesso em: 05/05/2025.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) 6387**. Rel. Min. Edson Fachin. Julgado em 20/10/2020.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2022.

COSTA, José Reinaldo de Lima Lopes. **Comércio eletrônico e direito do consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020.

CUNHA, Marcelo. **O impacto da pandemia no comércio eletrônico brasileiro**. São Paulo: Editora Jurídica, 2022.

DONEDA, Danilo. **Da privacidade à proteção de dados pessoais**: elementos da formação da Lei Geral de Proteção de Dados. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021.

DONOSO, André. **Responsabilidade civil na era digital:** plataformas, dados e consumidores. São Paulo: Saraiva, 2023.

GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo curso de direito civil:** parte geral. 25. ed. São Paulo: SaraivaJur, 2023. v. 1.

GOMIDE, Lucas Abreu Barroso. **Direito do consumidor:** teoria e prática. 2. ed. Belo Horizonte: Fórum, 2014.

GRINOVER, Ada Pellegrini et al. **Código de defesa do consumidor:** comentado pelos autores do anteprojeto. 13. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021.

LIMA MARQUES, Cláudia et al. **Contratos de serviços em tempos digitais:** contribuição para uma nova teoria geral dos serviços e princípios de proteção dos consumidores. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2021.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor:** o novo regime das relações contratuais. 8. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2021.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor:** o novo regime das relações contratuais. 8. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

MARTINS-COSTA, Judith. **A cláusula geral da boa-fé no direito privado**. 4. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2021.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 9. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2024.

MONTEIRO, Washington de Barros. **Curso de direito civil:** contratos. 40. ed. São Paulo: Saraiva, 2020.

NERY JUNIOR, Nelson. **Código de defesa do consumidor comentado**. 17. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020.

NERY JUNIOR, Nelson; NERY, Rosa Maria de Andrade. **Código de Processo Civil comentado e legislação extravagante**. 16. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2022.

NUNES, Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 16. ed. São Paulo: SaraivaJur, 2025.

NUNES, Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 17. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

PECK, Patrícia. Direito digital aplicado 4.0. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2022.

SALIBA, Emílio. Contratos eletrônicos: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2021.

SIMIONATO, Ana Julia Barros. **Estado, sociedade internacional e a crise de refugiados sob a luz do princípio r2p.** Ed. São Paulo. 2021.

SCHREIBER, Anderson. **Boa-fé objetiva:** a cláusula geral de tutela da confiança. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

SPRÉA, Eduardo. **Movimento consumerista e a proteção jurídica do consumidor**. Curitiba: Juruá, 2018.

TARTUCE, Flávio. **Manual de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Método, 2022.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor**: direito material e processual. 14. ed. São Paulo: Método, 2023.

TEIXEIRA, Tarcísio. **Comércio eletrônico:** conforme o MarcoCivil da Internet e a regulamentação do e-commerce no Brasil. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

TEPEDINO, Gustavo; BARBOZA, Heloisa Helena; MORAES, Maria Celina Bodin de. **Código Civil interpretado:** conforme a Constituição da República. 2. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2012. v. 2.

VENTURA, Deise. **Contratos eletrônicos e proteção do consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020.

VIEIRA, Luciane Klein. **Responsabilidade civil nas plataformas digitais:** um estudo sobre os Marketplaces. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2023.

VISSOTTO, Eduardo; BONIATI, André. **E-commerce:** teoria e prática. Curitiba: Juruá, 2013.

ZANATTA, Rafael. **Governança de algoritmos e direitos fundamentais**. Brasília: FGV Editora, 2022.