



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ – UESPI
CAMPUS PROF. BARROS ARAÚJO
CURSO DE BACHARELADO EM DIREITO**



**A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NAS COMPRAS ON-LINE E *E-COMMERCE*:
DESAFIOS E A EFICÁCIA DA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA**

PICOS-PI

2025

JOAQUIM JUSSELINO DA ROCHA LUZ JÚNIOR

**A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NAS COMPRAS ON-LINE E *E-COMMERCE*:
DESAFIOS E A EFICÁCIA DA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA**

Monografia apresentada ao curso de Bacharelado em Direito da Universidade Estadual do Piauí – UESPI, como requisito à obtenção do grau de Bacharel em Direito.

Orientador: Prof. Me Alekssandro Souza Libério.

PICOS - PI

2025

Ficha elaborada pelo Serviço De Catalogação da Biblioteca Central Da Uespi

L979p Luz Júnior, Joaquim Jusselino da Rocha.

A proteção ao consumidor nas compras on-line e e-commerce: desafios e a eficácia da legislação brasileira / Joaquim Jusselino da Rocha Luz Junior. - 2025.

46f.: il.

Monografia (graduação) - Universidade Estadual do Piauí - UESPI, Campus Prof. Barros Araújo, Bacharelado em Direito, 2025.

"Orientador: Prof. Me Alekssandro Souza Libério".

1. Direito do Consumidor. 2. E-commerce. 3. Proteção Jurídica.
4. Resolução de Conflitos Online. I. Libério, Alekssandro Souza .
II. Título.

CDD 342.5

JOAQUIM JUSSELINO DA ROCHA LUZ JÚNIOR

**A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NAS COMPRAS ON-LINE E *E-COMMERCE*:
DESAFIOS E A EFICÁCIA DA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA**

Monografia apresentada ao curso de Bacharelado em Direito da Universidade Estadual do Piauí – UESPI, como requisito à obtenção do grau de Bacharel em Direito.

Aprovado em: 18, de Junho de 2025. Nota: 9,0

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Me. Alekssandro Souza Libério.
(Orientador e Presidente)

Prof.^a Dra. Amélia Coelho Rodrigues
(Membro)

Prof. Me. Ricardo Araújo Lima
(Membro)

Dedico este trabalho a minha família, em especial aos meus pais, cuja dedicação incansável se reflete na árdua missão de guiar meus passos.

AGRADECIMENTOS

A Deus, minha base inabalável, minha fonte de força e esperança, expresso minha mais profunda gratidão. Sem sua graça e sustento, cada desafio teria sido ainda mais árduo. Foi ele quem me guiou, fortaleceu e iluminou meu caminho até aqui.

À minha família, meu porto seguro, minha gratidão é imensurável. Aos meus pais, minhas irmãs e minha sobrinha, obrigado por cada palavra de incentivo, por cada gesto de amor e por toda paciência ao longo dessa caminhada. Sem o apoio de vocês, essa conquista não teria o mesmo significado. Cada sacrifício feito por mim, cada demonstração de confiança e cada abraço apertado me deram forças para seguir em frente. Cada conquista minha é reflexo do amor e da força que encontro em vocês diariamente

Aos meus amigos e colegas, tanto da UESPI quanto de fora dela, agradeço por tornarem essa jornada mais leve e por cada troca de aprendizado, apoio e incentivo.

Minha gratidão também se estende ao corpo docente que compartilharam conhecimento e me ajudaram a crescer, especialmente ao meu orientador, cuja paciência, dedicação e orientações foram essenciais para a construção deste trabalho.

Que este trabalho seja não apenas a realização de um objetivo acadêmico, mas também uma homenagem a todos que, de alguma forma, fizeram parte dessa caminhada e contribuíram para meu crescimento. Muito obrigado!

O fim material de toda a atividade humana é o consumo.

William Beveridge

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

CDC – Código de Defesa do Consumidor

ODR – Online Dispute Resolution

ADR – Alternative Dispute Resolution

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar os principais desafios enfrentados pelos consumidores nas compras *on-line* no Brasil, considerando a legislação brasileira, em especial o Código de Defesa do Consumidor (CDC) e o Decreto n.º 7.962/2013. Com o aumento significativo do comércio eletrônico no Brasil, motivado por aspectos como a digitalização e alterações nos comportamentos de consumo, emergem novos desafios para assegurar a eficácia dos direitos dos consumidores. A investigação utiliza uma abordagem qualitativa e dedutiva, fundamentada em revisão bibliográfica e análise documental. Primeiramente, a pesquisa expõe a evolução e as particularidades do comércio eletrônico, discutindo seus efeitos sociais e econômicos, além de analisar o perfil do consumidor digital. Em sequência, examina-se a pertinência dos princípios do Código de Defesa do Consumidor no contexto digital, bem como as normas específicas definidas pelo Decreto 7.962, de 2013. Por último, analisa-se a efetividade dos instrumentos de solução de disputas, com ênfase na mediação virtual e na atuação de entidades como o PROCON. Conclui-se que, embora tenham ocorrido progressos nas normas, persistem lacunas na supervisão e na formação do consumidor, sendo imprescindível o aprimoramento das políticas públicas e dos instrumentos jurídicos para assegurar uma proteção efetiva na era digital.

Palavras-chave: Direito do Consumidor. E-commerce. Proteção Jurídica. Resolução de Conflitos Online

ABSTRACT

This paper aims to analyze the main challenges faced by consumers when shopping online in Brazil, considering Brazilian legislation, especially the Consumer Defense Code (CDC) and Decree No. 7,962/2013. With the significant increase in e-commerce in Brazil, driven by aspects such as digitalization and changes in consumer behavior, new challenges emerge to ensure the effectiveness of consumer rights. The research uses a qualitative and deductive approach, based on a literature review and document analysis. First, the research exposes the evolution and particularities of e-commerce, discussing its social and economic effects, in addition to analyzing the profile of the digital consumer. Next, the research examines the relevance of the principles of the Consumer Defense Code in the digital context, as well as the specific rules defined by Decree 7,962/2013. Finally, the effectiveness of dispute resolution instruments is analyzed, with an emphasis on virtual mediation and the performance of entities such as PROCON. It is concluded that, although progress has been made in standards, gaps persist in supervision and consumer education, making it essential to improve public policies and legal instruments to ensure effective protection in the digital age.

Keywords: Consumer Law. E-commerce. Legal Protection. Online Dispute Resolution.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. O QUE É E-COMMERCE? UMA ANÁLISE SOBRE SEU DESENVOLVIMENTO, CARACTERÍSTICAS E CONSOLIDAÇÃO NO BRASIL.....	13
2.1. Definição e características do comércio eletrônico	14
2.2. Evolução do e-commerce no Brasil	16
2.3. Desafios e impactos econômicos e sociais das compras on-line	19
2.4. O crescimento do consumo digital e o perfil do consumidor on-line.....	21
3. A EFETIVIDADE DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO ELETRÔNICO: UMA ANÁLISE À LUZ DO CDC E DO DECRETO 7.962/2013	23
3.1. Princípios fundamentais do Código de Defesa do Consumidor (CDC)	24
3.2. Aplicação do CDC ao ambiente digital	27
3.3. Regras específicas do Decreto 7.962/2013 para o e-commerce	31
4. A EFICÁCIA DO CDC E A MEDIAÇÃO DIGITAL: PERSPECTIVAS JURÍDICAS SOBRE A RESOLUÇÃO DE CONFLITOS NO E-COMMERCE	34
4.1. A Resolução de Disputas Online (ODR) como Instrumento de Acesso à Justiça na Era Digital	35
4.2. O Papel do PROCON na Garantia dos Direitos do Consumidor	39
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	41
REFERENCIAS	42

1 INTRODUÇÃO

Diante da crescente digitalização da sociedade atual, o comércio eletrônico firmou-se como uma das principais modalidades de consumo, oferecendo comodidade, celeridade e abrangência global nas interações comerciais. Contudo, essa nova dinâmica também apresentou desafios relevantes para a proteção eficaz dos direitos do consumidor, que historicamente são respaldados pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) brasileiro. A mudança do ambiente físico para o virtual acarretou novas vulnerabilidades, demandando interpretações renovadas da legislação vigente, além da elaboração de normativas específicas para o espaço digital.

Com o aumento das compras online, surgem diversos desafios para os clientes, tais como a ausência de informações precisas, demora na entrega, problemas para trocar produtos ou solicitar reembolso, entre outros. Embora leis como o Código de Defesa do Consumidor sejam aplicadas, muitas dessas circunstâncias ainda não são solucionadas de maneira eficiente. Neste cenário, a relevância deste estudo está na necessidade de analisar a defesa do consumidor nas compras feitas online e no comércio eletrônico, concentrando-se nos obstáculos encontrados e na eficácia da legislação brasileira. Pensando nisso, a questão norteadora é: A legislação brasileira atual está realmente a proteger os consumidores nas compras *on-line*, ou ainda existem falhas que precisam ser resolvidas?

O objetivo geral consiste em analisar os principais desafios enfrentados pelos consumidores nas compras *on-line* no Brasil que impedem transações seguras e avaliar a real eficácia da legislação brasileira vigente no que tange a proteção ao consumidor no mercado digital ou e-commerce. Os objetivos específicos permeiam entre: examinar a aplicação prática das normas de proteção ao consumidor brasileiras atualmente em vigor, avaliando sua eficácia e as demandas de adaptação diante dos desafios encontrados no comércio eletrônico; identificar os principais problemas enfrentados pelos consumidores nas aquisições virtuais e no e-commerce; além de propor alterações e mecanismos jurídicos para a legislação de proteção ao consumidor, visando assegurar a segurança jurídica e a efetividade na salvaguarda dos direitos do consumidor no ambiente digital.

Para a referida análise, utilizou-se o método dedutivo, iniciando pela análise de princípios gerais do Direito do Consumidor para, em seguida, avaliar sua aplicação

específica no comércio eletrônico. Adota-se, ainda, uma abordagem qualitativa, direcionada à interpretação de normas jurídicas, a doutrinas especializadas, a estudos empíricos e a dados estatísticos referentes ao e-commerce no Brasil.

Com relação à natureza, a pesquisa é de caráter teórico-bibliográfico e documental, apoiando-se na análise de legislações relevantes — como o Código de Defesa do Consumidor (Lei n.º 8.078/1990) e o Decreto n.º 7.962/2013 —, além de obras, artigos acadêmicos, relatórios de entidades voltadas à defesa do consumidor (como o PROCON e o SENACON), e fontes oficiais como IBGE e E-bit/Nielsen. Dessa forma, busca-se contribuir para a discussão acerca da adequação da legislação em relação às inovações tecnológicas e para a real promoção da justiça nas relações de consumo no ambiente digital.

A estrutura do referencial teórico neste estudo foi elaborada visando assegurar uma abordagem coerente, graduada e extensiva do tema apresentado, levando em consideração a exigência de uma contextualização histórica, uma análise normativa e uma reflexão crítica acerca da proteção do consumidor no comércio eletrônico.

O primeiro capítulo se compromete em responder "O que é E-commerce?". Apresenta uma análise a respeito de seu desenvolvimento, características e consolidação no Brasil tem a função de apresentar ao leitor o universo do comércio eletrônico. Inicia-se com a definição e a identificação das principais características do comércio eletrônico, apresentando uma categorização de elementos imprescindíveis para a compreensão dos fundamentos desse novo modelo de consumo. No item 4.2, por exemplo, é efetuada uma análise histórica e evolutiva do comércio eletrônico no Brasil, evidenciando como aspectos econômicos, tecnológicos e sociais contribuíram para sua consolidação. O capítulo também aprofunda a análise acerca dos desafios enfrentados, bem como dos impactos sociais e econômicos resultantes da crescente popularização das compras online, delineando um panorama crítico.

O segundo capítulo, por sua vez, destina-se a examinar o arcabouço jurídico brasileiro pertinente à proteção do consumidor digital. Em primeiro lugar, seus itens foram elaborados para expor os princípios essenciais do Código de Defesa do Consumidor (CDC), os quais constituem a fundamentação teórica para a salvaguarda nas relações de consumo. Discutir de maneira específica a implementação dos direitos do consumidor no contexto digital, abrangendo as interpretações adaptativas do Código de Defesa do Consumidor (CDC).

O terceiro e último capítulo do referencial concentra-se nas estratégias práticas para a resolução de litígios no ambiente digital, sublinhando a relevância da Resolução de Disputas Online (ODR) como um mecanismo para assegurar o acesso à justiça em um cenário de aumento significativo de conflitos de consumo que se manifestam à distância. Além disso, examina-se a função do PROCON e de outras organizações voltadas à proteção do consumidor na mediação e supervisão das relações de consumo no contexto digital, ressaltando a importância da adaptação dessas instituições às novas exigências da sociedade de consumo eletrônico.

O critério adotado para a seleção das fontes bibliográficas deu preferência a materiais divulgados nos últimos dez anos, exceto nos casos de textos clássicos que sejam fundamentais para a fundamentação teórica do tema em questão. A divisão sugerida garante um desenvolvimento consistente do pensamento científico, iniciando pela definição fundamental e avançando até a avaliação crítica das práticas jurídicas atuais, facilitando uma compreensão integral e atualizada da temática.

2. O QUE É E-COMMERCE? UMA ANÁLISE SOBRE SEU DESENVOLVIMENTO, CARACTERÍSTICAS E CONSOLIDAÇÃO NO BRASIL

Deve-se iniciar este estudo destacando a conexão da vasta globalização proporcionada pela internet ao mundo. Este progresso tem beneficiado várias pessoas e estratos sociais, juntamente com as novas tecnologias empregadas na venda online.

Com a chegada do século XXI, tudo se tornou mais fácil e veloz, bastando um simples "clique" para localizar o que se procura na internet, seja para esclarecer dúvidas, obter informações ou até mesmo fazer compras. Com isso em mente, fica evidente a grande inquietação que a globalização pode trazer. Se é simples encontrar o que se procura, também é simples oferecer o que se procura.

Antigamente, as transações comerciais eram realizadas exclusivamente presencialmente, com o pagamento e a retirada do produto desejado pelo comprador. Isso facilitava a prevenção de enganos e fraudes, pois o cliente tinha contato direto com o produto que desejava comprar, levando-o após o pagamento.

Já no contexto do mundo globalizado o desenvolvimento da tecnologia eletrônica, as empresas, de modo geral, têm passado por grandes mudanças. Hoje, a tecnologia oferece às empresas algumas vantagens, como: ganhos de eficiência, maior praticidade no atendimento ao cliente, tomada de decisão mais acertada, flexibilidade, maior dinamismo no giro do estoque, dentre outras.

Todos esses fatores permitem às empresas buscar uma atuação que satisfaça as necessidades dos clientes. Nesse contexto, desponta-se a modalidade do comércio eletrônico (*e-commerce*), com um potencial de gerar mais vendas para as empresas e, consequentemente, mais vantagens para os consumidores, além de abrir novas possibilidades de negócios que seriam impensáveis anteriormente (Diniz, 1999)

Vale destacar que o comércio eletrônico, Segundo dados do *Ebit|Nielsen* (2023), é visto por muitos como uma nova ferramenta capaz de expandir as vendas realizadas de forma convencional, ou seja, vendas realizadas por meio de lojas, centros comerciais, entre outros. As transações comerciais realizadas através do comércio eletrônico ocorrem online, isto é, através da internet.

Este capítulo é justificado pela intenção de examinar e detalhar o desenvolvimento do comércio eletrônico desde sua origem até a atualidade, destacando principalmente as restrições que essa forma de comércio ainda enfrenta,

bem como possíveis táticas para sua propagação.

2.1 Definição e características do comércio eletrônico

As compras online tornaram-se um componente essencial da vida contemporânea, oferecendo aos consumidores comodidade e acesso a uma vasta gama de produtos. Contudo, com a expansão do comércio eletrônico, os desafios que os consumidores enfrentam também se intensificaram, particularmente em relação à proteção das transações.

Conforme Nakamura (2011), o comércio eletrônico surge como resultado do progresso da internet. Atuando como uma revolução no comércio, aliada à inovação tecnológica, permite que as empresas se tornem mais adaptáveis e eficazes em suas operações, estreitando relações com seus fornecedores e tornando-se mais eficazes em satisfazer as demandas de seus clientes.

Segundo Bertholdo (2025), o e-commerce é a venda de produtos e serviços através da internet, utilizando aparelhos eletrônicos como computadores e smartphones. As transações podem ser realizadas através de vários canais, como lojas virtuais, mercados virtuais e redes sociais. Apesar de serem comumente confundidos, os termos "e-commerce" e "loja virtual" têm suas diferenças. O e-commerce abrange todas as transações comerciais na internet, enquanto a loja virtual é apenas um dos vários canais disponíveis nesse contexto.

Assim, o comércio eletrônico, também conhecido como e-commerce, surgiu como um paradigma revolucionário nas transações comerciais, ultrapassando os obstáculos físicos e remodelando a maneira como mercadorias e serviços são negociados. No âmbito jurídico, essa forma de comércio requer uma avaliação detalhada de suas particularidades e implicações legais, com o objetivo de salvaguardar os direitos dos consumidores e garantir a segurança das transações online.

O comércio eletrônico se refere à execução de transações comerciais através de plataformas online, englobando desde a disponibilização de produtos e serviços até a finalização da aquisição, que inclui o pagamento e a entrega. Esta definição abrange uma vasta variedade de atividades, incluindo a comercialização de produtos em lojas virtuais, a oferta de serviços na internet, a organização de leilões eletrônicos

e a negociação de contratos através de plataformas digitais.

Também é algo a se destacar a falta de contato físico entre os envolvidos, o que requer a implementação de sistemas de segurança e autenticação para assegurar a autenticidade das transações. A internet possibilita a interação global entre empresas e consumidores, ampliando a abrangência do mercado e demandando a convergência das leis nacionais. Segundo Vasconcelos (2021), a complexidade e a rapidez nas variações de mercado frequentemente deixam o consumidor vulnerável a práticas enganosas e, por isso, a legislação precisa ser adaptável e abrangente. A afirmação de Vasconcelos refere-se a um ponto crucial no cenário atual do comércio, especialmente no contexto do e-commerce: a vulnerabilidade do consumidor diante da complexidade e da rápida evolução do mercado.

Mas no geral, as operações online ocorrem de maneira ágil e eficaz, exigindo a adaptação das leis para se adequar à dinâmica do mercado. As companhias têm a capacidade de reunir informações sobre os clientes para fornecer produtos e serviços personalizados, o que requer a salvaguarda da privacidade e dos dados pessoais. Pois, à medida que os consumidores abandonam cada vez mais as lojas físicas em favor das plataformas online, surge a necessidade urgente de garantir que eles estejam adequadamente protegidos contra riscos específicos associados ao ambiente virtual.

Conforme Oliveira (2020), uma das maiores inquietações dos consumidores é a confiabilidade das plataformas digitais, o que aponta para a urgência de mecanismos jurídicos eficientes que garantam a salvaguarda dos direitos dos consumidores no ambiente digital. Este estudo tem como objetivo examinar os principais obstáculos que os consumidores encontram ao realizar compras online no Brasil, enfatizando os obstáculos que prejudicam a segurança dessas transações.

A evolução tecnológica e a disseminação do comércio eletrônico demandaram que o direito do consumidor se adaptasse às novas modalidades de negócio. Segundo Silva (2019), a legislação brasileira, apesar de ter progredido em diversos aspectos, ainda enfrenta obstáculos para se ajustar à velocidade crescente do comércio eletrônico.

O comércio eletrônico enfrenta desafios legais intrincados, tais como a salvaguarda dos direitos dos consumidores, a proteção das transações virtuais, a tributação do comércio eletrônico e a solução de disputas na internet. A legislação brasileira tem se esforçado para se ajustar a essa nova situação, através do decreto

do Comércio Eletrônico (Decreto no 7.962/2013) e do Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014), que definem princípios e orientações para a regulamentação do comércio eletrônico no país.

O comércio eletrônico é um terreno propício para estudos jurídicos, visando assegurar a segurança e a equidade nas transações comerciais na internet. A avaliação das propriedades e implicações legais do comércio eletrônico é crucial para estabelecer um ambiente digital seguro e confiável, que fomente o crescimento econômico e resguarde os direitos dos consumidores.

2.2 Evolução do e-commerce no Brasil

O crescimento do comércio eletrônico no Brasil tem sido exponencial, oferecendo aos consumidores acesso a uma vasta variedade de produtos e serviços de maneira simples e conveniente. Isso está revolucionando o cenário do varejo e afetando de maneira significativa a economia do país. Contudo, essa mudança digital também apresentou desafios consideráveis no que diz respeito à proteção do consumidor.

Conforme Silva Filho

O comércio eletrônico tem a capacidade de mudar o sistema econômico ao derrubar uma das principais barreiras (geografia/distância) para possibilitar transações entre compradores e vendedores se comunicando pela Internet.” (Silva Filho, 2023, p. 12)

A chegada da internet ao Brasil na década de 1990 sinalizou o começo da trajetória do comércio eletrônico no país. No começo, as compras online eram restritas a um grupo restrito de pessoas, devido à baixa penetração da internet e à ausência de infraestrutura apropriada.

Desde a década de 2000, o comércio eletrônico no Brasil passou por uma fase de crescimento e solidificação, impulsionada pelo crescimento da utilização da internet, pela melhoria da infraestrutura de telecomunicações e pelo aumento da confiança dos clientes nas transações online. A emergência de plataformas de mercado como o Mercado Livre e a Amazon Brasil expandiu a variedade de produtos e serviços, tornando o comércio eletrônico mais acessível e variado.

Seguindo essa linha, Barbalho destaca que,

A partir do advento da internet, o mundo passou por diversas transformações, tanto positivas quanto negativas. E com isso, no momento em que a sociedade contemporânea vive em um mundo completamente conectado à era virtual, seja por meio de aplicativos de mensagens e fotos, seja por meio de outras plataformas digitais, a forma de comunicação e o relacionamento dos atores sociais são modificados. (Barbalho, 2023, p. 1)

O trecho citado de Barbalho ressalta o impacto significativo da internet na sociedade contemporânea, esse advento que foi discutido anteriormente não deixa de ter sido o pontapé inicial das compras online realmente expressivas.

A pandemia, que começou em 2020, acelerou ainda mais a expansão do comércio eletrônico no Brasil, promovendo a digitalização do setor de varejo e modificando os costumes de consumo dos brasileiros. Com a quarentena e o encerramento das lojas presenciais, muitos clientes começaram a fazer compras online pela primeira vez, impulsionando a expansão do setor e estabelecendo o comércio eletrônico como uma via de vendas indispensável.

De acordo com a Resultados Digitais (2021), em 2020, os brasileiros efetuaram 301 milhões de compras online, um crescimento de 68,5% em comparação a 2019. Portanto, a receita também aumentou consideravelmente, resultando em uma receita de 162,3 bilhões de reais, um crescimento de 68,1% em relação a 2019. No mesmo ano de 2020, o comércio eletrônico conquistou aproximadamente 20,2 milhões de novos consumidores, um aumento de 36,7% em comparação a 2019. Também em crescimento, o número de lojas virtuais ultrapassou 40% no mesmo ano.

Ainda de acordo a Resultados Digitais (2021), em 2019, existiam aproximadamente 930 mil lojas virtuais, número que aumentou consideravelmente para 1,3 milhão de estabelecimentos online. Este aumento no consumo no comércio eletrônico já ocorre há algum tempo e não é uma novidade significativa. A sua expansão está ligada à grande comodidade de fazer compras ou encomendas de qualquer lugar, à facilidade de encontrar a melhor oferta e ao preço mais competitivo. Assim, com essas alterações acontecendo, as empresas estão atentas a este cenário. Eles estão em busca de estratégias para satisfazer as demandas do comportamento do consumidor digital, garantindo assim um aumento nas vendas.

Embora tenha crescido consideravelmente, o comércio eletrônico no Brasil ainda lida com obstáculos como a logística de distribuição, a proteção das transações online e a demanda por uma regulamentação apropriada.

A progressão do comércio eletrônico no Brasil tem provocado várias

consequências legais, demandando a modificação da legislação para salvaguardar os direitos dos consumidores e assegurar a proteção das transações online. O decreto do Comércio Eletrônico (Decreto nº 7.962/2013) e o Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014) são exemplos de regulamentos destinados a regular o comércio eletrônico no país, definindo princípios e orientações para a defesa dos consumidores e a proteção das transações online.

O cenário futuro do comércio eletrônico no Brasil se mostra ainda mais animador, com a adoção cada vez maior de tecnologias inovadoras e a constante digitalização da população. O comércio móvel, as compras por voz, a realidade aumentada e a inteligência artificial são algumas das tendências que devem impulsionar a expansão do setor nos anos vindouros, revolucionando a experiência de compra dos clientes no Brasil.

O varejo brasileiro é o principal impulsionador do comércio eletrônico, sendo responsável por atender às demandas de consumo no mercado, proporcionar experiências de compra prazerosas e distribuir os produtos das indústrias até o consumidor final. Nas últimas décadas, as empresas varejistas têm passado por um acelerado processo de mudança.

Muitos modelos de lojas tradicionais foram cedendo lugar aos novos formatos, mais eficientes e mais adequados às necessidades do mercado consumidor (Paes, 2016). Diante desse cenário de transformação, o comércio eletrônico encontra-se em um momento de crescimento, impulsionado pelo desenvolvimento das tecnologias atreladas à internet. No Brasil, embora o momento seja favorável, existem alguns desafios a serem superados, principalmente em termos de integração dos canais de venda.

O hábito do consumidor tem sido objeto de estudo há algum tempo, uma vez que é crucial entender as necessidades, os anseios, as emoções, além de tentar compreender o processo de lealdade do cliente. Atualmente, as empresas estão em busca de maneiras de conquistar as preferências do consumidor, procurando estratégias para atingir esse público.

Hoje em dia, o uso da internet é constante. Já faz parte do cotidiano das pessoas, seja para praticar atividades físicas, estudar em casa, trabalhar através de um computador ou até mesmo monitorar os batimentos cardíacos através do celular, já que o relógio envia a informação para o celular. Com o passar do tempo, as coisas e as atitudes das pessoas se transformam, e isso deve ser observado pelo comércio,

especialmente no que diz respeito ao comércio eletrônico. As organizações procuram entender as novas tendências comportamentais do seu público-alvo, a fim de maximizar o aproveitamento das melhores oportunidades.

E, a evidência das transformações é que as pessoas estão em busca de agilidade, o consumidor não deseja esperar no universo digital. De acordo com Vilela (2021), o consumo persistiu durante a pandemia e as compras online cresceram, mesmo diante da pandemia do Covid-19, que impôs o isolamento social como regra de saúde e obrigou o fechamento de estabelecimentos físicos.

Mesmo com os obstáculos ligados à logística, segurança e regulamentação, o e-commerce no Brasil segue em expansão. O aumento da digitalização da população, o crescimento do *mobile commerce* e a implementação de tecnologias emergentes como a inteligência artificial que proporciona novas possibilidades de crescimento.

No Brasil, o futuro do comércio eletrônico é animador, impulsionado por tendências como compras por voz, realidade aumentada e personalização. A constante adaptação às inovações tecnológicas e às necessidades dos consumidores será fundamental para a continuidade do êxito do comércio eletrônico no território nacional.

2.3 Desafios e impactos econômicos e sociais das compras on-line

A ascensão do comércio online no Brasil, impulsionada pela globalização e crescente pela pandemia de COVID-19, apresentou uma série de desafios e consequências econômicas e sociais que necessitam de avaliação. Embora as compras pela internet proporcionem comodidade e acesso a uma ampla variedade de produtos e serviços, elas também levantam questões complexas ligadas à concorrência, ao emprego, à desigualdade social e à defesa do consumidor. Como evidencia Silva Filho (2023),

A pandemia de Covid-19 que começou no Brasil em março de 2020 A pandemia tem levado as pessoas a optarem cada vez mais por receber produtos em casa, já que muitos passam a evitar as inevitáveis aglomerações de pessoas nos tradicionais shoppings. À medida que os pedidos crescem, o comércio eletrônico desempenha um papel cada vez mais importante entre os Provedores de Serviços Logísticos (PSLs) que operam no Brasil. (Silva Filho, 2023 p. 8)

O progresso do e-commerce proporcionou inúmeros benefícios aos consumidores, porém também apresentou desafios consideráveis no que diz respeito à proteção e segurança. Pesquisas recentes ressaltam que, mesmo com o avanço do comércio eletrônico, a defesa do consumidor continua com deficiências significativas, principalmente em mercados em ascensão como o Brasil (Ebit/Nielsen, 2020). Este cenário mutável do comércio eletrônico exige uma constante atualização da legislação para lidar com as novas demandas e perigos que surgem.

Segundo Longwood University (2021) um dos maiores obstáculos que os consumidores enfrentam é a ausência de clareza nos procedimentos de compra, o que frequentemente leva a práticas comerciais desleais. Este contexto é intensificado pela complexidade das informações fornecidas durante a compra online, o que torna mais difícil para os consumidores tomar decisões informadas. Pesquisas empíricas apontam para a necessidade de estruturas regulatórias que assegurem a transparência e o acesso às informações (Longwood University, 2021).

A expansão do e-commerce traz novos desafios, como a exigência de uma educação e informação apropriada para os clientes acerca de seus direitos e obrigações no ambiente digital. Segundo Carvalho (2022), programas de educação podem potencializar consideravelmente a habilidade dos consumidores em detectar e prevenir fraudes, além de compreender seus direitos e obrigações nas compras online (Carvalho, 2022).

Outro ponto crucial é a proteção das informações pessoais, que se transformou em um desafio considerável com o crescimento das compras online. Salles ressalta que a salvaguarda dos dados do consumidor está diretamente relacionada à sua confiança nas transações online. A implementação da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no Brasil representou um avanço significativo, contudo, ainda persistem obstáculos na implementação e supervisão eficaz dessa legislação (Santos, 2023).

Em suma, as compras online representam uma força transformadora na economia e na sociedade brasileira, com impactos positivos e negativos. É fundamental que o governo, as empresas e a sociedade civil trabalhem juntos para mitigar os riscos e maximizar os benefícios do comércio eletrônico, promovendo um ambiente digital justo, seguro e inclusivo.

2.4 O crescimento do consumo digital e o perfil do consumidor on-line

A expansão acelerada do consumo digital no Brasil está constantemente remodelando o perfil do usuário online, um fenômeno alimentado pela expansão da internet e pelo uso de tecnologias móveis. Este cliente, progressivamente mais informado e rigoroso, procura experiências de compra personalizadas, comodidade e clareza nas compras online.

Novamente é conveniente lembrar que a pandemia intensificou essa mudança, estabelecendo o comércio online como um meio de compra indispensável. Segundo estudos recentes, um número considerável de consumidores no Brasil tem aumentado suas aquisições online, evidenciando uma preferência por marcas que proporcionam uma experiência digital completa e unificada. Este novo perfil se destaca pela procura de informações minuciosas sobre produtos e serviços, avaliações de outros clientes e a facilidade de comparar preços.

Em relação ao rendimento do comércio eletrônico, Silva, Schmidt e Kliass (2022) ressalta um aumento notável ao longo dos anos. Em 2001, a receita totalizou cerca de R\$ 550 milhões. Este montante cresceu consideravelmente, atingindo R\$ 10,5 bilhões em 2009, o que representa um aumento de 19 vezes nesse intervalo de tempo. Em 2010, o setor registrou um faturamento de R\$ 14,8 bilhões, enquanto em 2019 alcançou R\$ 61,9 bilhões, demonstrando um crescimento constante. No entanto, em 2016, foi registrada a taxa de crescimento mais baixa desde 2001, devido a circunstâncias econômicas desfavoráveis. Depois do começo da pandemia, essa tendência de crescimento foi intensificada. Com as limitações impostas e o distanciamento social, muitos clientes mudaram para o ambiente virtual, o que impulsionou as vendas no setor de comércio eletrônico. Durante esse período, setores como o de alimentos e bebidas, anteriormente menos relevantes nas vendas online, ganharam maior importância.

De acordo com a E-bit/Nielsen, cada vez mais, as transações realizadas por meio de aplicativos e navegadores estão se tornando unificadas. No semestre inicial de 2024, 61,8% dos consumidores utilizaram aplicativos e navegadores para realizar suas compras online. Esta postura indica um aumento na interação entre as plataformas, onde os usuários optam pela comodidade e acessibilidade que cada uma oferece, conforme a necessidade e o cenário de uso.

O procedimento de pagamento e a agilidade na entrega, aliados à variedade, são os elementos chave que garantem a satisfação do cliente durante sua experiência de compras. Entre os vários aspectos examinados, a atratividade dos programas de fidelidade oferecidos pelo canal foi o que menos se destacou, exibindo uma significativa proporção de avaliações com baixos níveis de satisfação (25,6%). A combinação de uma navegação intuitiva, processos de pagamento simplificados e uma administração de estoque eficiente são elementos fundamentais para garantir a satisfação do cliente.

Dutra(2022) em relação ao comportamento do consumidor, indica que a popularização dos smartphones e a facilidade de acesso à internet foram elementos cruciais para essa mudança, possibilitando que consumidores de várias classes sociais optassem pelo comércio eletrônico como meio de compra.

Bertholdo (2025) por sua vez destaca tendências para o e-commerce a partir deste ano como comércio de redes sociais, compras de retirada rápidas em redes integradas (em que se inicia a compra online se finaliza na loja física). Ou ainda o uso de IA e automação personalizará a jornada de compra, com *chatbots* avançados e gestão de inventário eficiente, aprimorando a experiência do cliente.

3. DIREITOS DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO ELETRÔNICO SEGUNDO O CDC E O DECRETO 7.962/2013

O progresso tecnológico e a disseminação da internet fizeram do comércio eletrônico uma das formas de consumo mais relevantes. Portanto, tornou-se crucial estabelecer regras para as relações entre consumidores e fornecedores, com o objetivo de assegurar maior transparência, segurança e respeito aos direitos básicos dos consumidores. No Brasil, o Código de Defesa do Consumidor (CDC), o Decreto 7.962/2013 e a PL são os principais regulamentos que definem normas para o comércio online, resguardando os clientes de práticas abusivas e assegurando uma experiência de compra mais equitativa e segura.

O Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990) é a principal lei de defesa do consumidor no Brasil. Ele define diretrizes gerais que se aplicam a todas as relações de consumo, incluindo as que ocorrem no meio digital. Entre os direitos garantidos pelo CDC, estão o direito à informação precisa e transparente sobre produtos e serviços, a defesa contra publicidade enganosa e abusiva, o direito de arrependimento e a garantia de um serviço adequado para a resolução de questões.

O Decreto 7.962/2013 foi estabelecido para complementar o Código de Defesa do Consumidor e tratar especificamente do comércio eletrônico. Este decreto define orientações para a promoção e aquisição de produtos e serviços online, enfatizando a importância da transparência e segurança nas transações online. O Projeto de Lei (PL) nº 3.514 de 2015 veio posteriormente para interpretar e integrar as leis e contratos de maneira mais benéfica ao consumidor, reduzindo a vantagem do fornecedor, que é o que possui mais recursos. O Projeto de Lei também possui uma perspectiva sustentável, incentivando a produção e o consumo de maneira mais responsável.

Segundo Lourenço (2023), o Projeto de Lei no 3.514 de 2015 foi criado com o objetivo de melhorar a proteção do consumidor no setor de comércio eletrônico. O Projeto de Lei sugere mudanças no Código de Defesa do Consumidor (CDC) e na Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro (LINDB) com o objetivo de aumentar a proteção ao consumidor e suprir eventuais brechas na relação de consumo.

Adicionalmente a essas ações, o comércio eletrônico também está sujeito às diretrizes gerais do Código de Defesa do Consumidor, tais como a vedação de cláusulas abusivas, a responsabilidade conjunta entre fornecedores e intermediários,

e a exigência de cumprimento das promoções divulgadas.

Ainda que essas normas sejam aplicadas, muitos clientes ainda se deparam com obstáculos no comércio eletrônico, tais como demoras na entrega, produtos diferentes dos anunciados e obstáculos para exercer o direito de remorso. Portanto, é crucial que os consumidores estejam cientes de seus direitos e cobrem a aplicação da legislação em vigor, além de recorrerem a entidades de proteção ao consumidor, como o Procon, em caso de violações.

Em suma, a regulamentação do comércio eletrônico no Brasil tem como objetivo assegurar maior proteção e segurança ao consumidor, harmonizar a relação de consumo e evitar práticas abusivas. O Código de Defesa do Consumidor e o Decreto 7.962/2013 representam progressos significativos na proteção dos direitos dos consumidores no contexto digital. É crucial que tanto os consumidores quanto os fornecedores estejam informados sobre suas responsabilidades e direitos para fomentar um comércio eletrônico mais equitativo e seguro.

3.1 Princípios fundamentais do Código de Defesa do Consumidor (CDC)

Inicialmente, é imprescindível conceituar o consumidor, cuja definição estrita está no artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor, estabelece ser consumidor “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. Isto é, o consumidor é a pessoa que adquire diretamente o produto ou serviço; além disso, também é considerado consumidor quem apenas utiliza o serviço. Nessa situação, por exemplo, quando um indivíduo recebe um fogão como presente de outra pessoa, pode, por sua vez, reivindicar perante o fornecedor todos os direitos decorrentes do Código de Defesa do Consumidor, da mesma forma que o comprador do produto.

Neste contexto, a Lei nº 8.078 de 1990, que instituiu o Código de Defesa do Consumidor (CDC), é um marco na legislação do Brasil ao definir orientações essenciais para a salvaguarda dos direitos dos consumidores.

Tamaoki e Araújo , (2023) destaca o Código de Defesa do Consumidor, como consolidado no cenário nacional como uma lei que tratada efetiva desigualdade existente entre os consumidores e fornecedores, quando de um lado encontra-se o produtor de bens e serviços e, de outro, quem deseja para a satisfação pessoal.

o CDC é considerado uma lei principiológica, cujo objetivo principal é o

de abranger todas as situações de consumo, sem, contudo, especificar cada caso, como faz grande parte de nosso ordenamento. (Tamaoki; Araújo 2023)

Neste ponto, os autores Tamaoki e Araújo ressaltam um aspecto crucial do Código de Defesa do Consumidor (CDC): sua natureza principiológica. Ao contrário de outras leis que especificam situações particulares, o Código de Defesa do Consumidor define princípios gerais que se aplicam a uma vasta variedade de relações de consumo.

Esta estratégia possibilita que o CDC se ajuste às mudanças contínuas do mercado, incorporando novas tecnologias e práticas comerciais sem a exigência de constantes mudanças legislativas. Os preceitos do Código de Defesa do Consumidor, tais como a boa-fé, a transparência e a vulnerabilidade do consumidor, constituem a fundação para a interpretação e implementação da legislação em situações práticas.

Em suma, o CDC é uma legislação versátil e ampla, apta a salvaguardar os direitos dos consumidores em várias circunstâncias, sem se ater a pormenores específicos que poderiam se tornar ultrapassados rapidamente.

Estamos cientes de que nosso sistema é totalmente orientado por princípios e que a criação de qualquer norma ou direito obedece sempre, sem exceção, aos princípios principiológicos daquela sociedade.

Neste caso os princípios do CDC atuam como uma orientação para a interpretação da norma. Ao analisar qualquer caso fático, mesmo os mais simples, o juiz primeiramente analisará os princípios para determinar em que direção eles apontam para a resolução do caso.

Os seus princípios básicos asseguram a segurança, a clareza e a harmonia nas relações de consumo, com o objetivo de corrigir a vulnerabilidade do consumidor em relação ao fornecedor. Com o passar dos anos, o Código de Defesa do Consumidor passou por modificações para se ajustar às novas dinâmicas do mercado, particularmente com a chegada da internet, que revolucionou as transações comerciais e exigiu mudanças legislativas para garantir a proteção dos consumidores no contexto digital.

Consoante a estas considerações, Tamaoki e Araujo destacam que:

os princípios constitucionais são considerados vigas mestras, alicerces e base de nosso sistema jurídico. Nesse sentido, devem ser rigorosamente seguidos, sob pena de desestruturar o ordenamento, consequentemente trazendo insegurança jurídica. (Tamaoki; Araújo 2023)

O princípio da vulnerabilidade do consumidor é um dos princípios fundamentais do Código de Defesa do Consumidor, que reconhece sua posição de desvantagem perante os fornecedores e justifica a intervenção do Estado na regulação dessas relações. Também é crucial o princípio da boa-fé objetiva, que estabelece um padrão de comportamento ético para ambas as partes, com o objetivo de assegurar relações comerciais justas e equilibradas. Ademais, o direito a informações claras e precisas possibilita ao consumidor fazer escolhas informadas, prevenindo práticas abusivas e fraudes.

Com o progresso da internet e a expansão do e-commerce, surgiram novos obstáculos para a implementação do CDC. A disponibilidade de produtos e serviços na internet apresentou vantagens, porém também apresentou perigos, tais como fraudes, publicidade enganosa e desafios na resolução de conflitos. Portanto, o legislador procurou atualizar a legislação para assegurar a proteção do consumidor no contexto digital.

Um caso notável foi a Lei no 12.965/2014, também chamada de Marco Civil da Internet, que definiu diretrizes para a salvaguarda de dados pessoais e direitos digitais dos usuários. Recentemente, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), estabelecida pela Lei no 13.709/2018, destacou a importância da transparência e segurança no processamento de dados pessoais, resguardando os consumidores contra o mau uso de suas informações.

Além das novas leis, o Código de Defesa do Consumidor também sofreu alterações para atender às demandas do universo digital. A Lei no 12.741, promulgada em 2013, no seu Art. 2º, IV tornou obrigatório a indicação dos impostos nos documentos fiscais, aumentando a transparência nas operações comerciais.

informações claras sobre o fornecedor, incluindo o nome empresarial, o número de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ, endereço físico e eletrônico, e demais informações necessárias para sua localização e contato. (Brasil, 2013)

Esse aspecto em debate favorece a transparência e a segurança jurídica para o consumidor. Ao demandar que os fornecedores ofereçam informações transparentes e acessíveis acerca de sua identificação e localização, o legislador busca reduzir os riscos presentes nas relações de consumo ocorridas à distância,

principalmente no contexto digital, onde o anonimato pode propiciar práticas abusivas ou fraudulentas.

Ademais, este inciso materializa o princípio da boa-fé objetiva, estabelecido no Código de Defesa do Consumidor (CDC), ao exigir do fornecedor a obrigação de lealdade e de transparência em relação ao consumidor. A falta dessas informações pode ser classificada como prática abusiva, conforme estabelece o artigo 39 do Código de Defesa do Consumidor, além de prejudicar o direito à informação, previsto no artigo 6º, inciso III, do mesmo código.

Os progressos tecnológicos também apresentaram obstáculos à supervisão das empresas e à implementação eficaz do CDC. Por exemplo, a prática de venda casada está cada vez mais disfarçada em serviços digitais e assinaturas. Ademais, a publicidade direcionada por algoritmos suscita dúvidas acerca do direito à privacidade e da clareza na apresentação de produtos.

Portanto, o Código de Defesa do Consumidor continua sendo um instrumento crucial para a defesa do consumidor, porém necessita de uma constante atualização para se adaptar às alterações do mercado e às inovações tecnológicas. A lei brasileira tem mostrado progressos notáveis na regulação do consumo digital, assegurando que os direitos básicos dos consumidores sejam preservados mesmo em um cenário de constante mudança. O desafio futuro consiste em assegurar a eficácia da proteção jurídica frente às novas modalidades de relações de consumo, fomentando um mercado mais equitativo e transparente para todos.

3.2 Aplicação do CDC ao ambiente digital

A ascensão do ambiente digital provocou mudanças significativas nas relações de consumo, demandando uma nova interpretação e adequação dos princípios presentes no Código de Defesa do Consumidor. O mencionado diploma legal, apesar de ter sido elaborado no âmbito das relações de consumo convencionais, permanece relevante em sua essência principiológica, podendo ser aplicado às novas dinâmicas contratuais mediadas por plataformas digitais. Entretanto, as particularidades do comércio eletrônico e dos serviços digitais demandam uma interpretação sistemática e evolutiva, com o objetivo de assegurar a efetividade dos direitos fundamentais do consumidor previstos na legislação nacional.

A Era Digital garante, por meio de sua notável acessibilidade e constante desenvolvimento, o acesso mais fácil já visto a produtos e serviços, além de comparação instantânea de preços, avaliações e feedbacks, juntamente com a possibilidade de efetuar transações por meio de qualquer dispositivo conectado à internet, assim como a capacidade de corrigir quaisquer “bugs” ou hackersem tempo considerado recorde. (Silva et al, 2025).

Nesse contexto, Silva et.al (2025) indica um panorama de consumo modificado pela Era Digital, no qual a acessibilidade e a rapidez se constituem como características distintivas. À luz do Direito, essa realidade requer uma avaliação abrangente, levando em conta tanto os aspectos positivos quanto os obstáculos que ela apresenta. É imprescindível considerar os efeitos da Era Digital no Direito do Consumidor, enfatizando a urgência de uma proposta jurídica que assegure os direitos dos consumidores, sem prejudicar a inovação e o progresso tecnológico.

Um dos princípios fundamentais do Código de Defesa do Consumidor (CDC) é o da informação, encontrado no artigo 5º, inciso XIV, que estabelece ao fornecedor a obrigatoriedade de fornecer, de maneira clara, precisa e destacada, todas as informações relevantes acerca do produto ou serviço oferecido. Paludo (2005), destaca o princípio da informação, presente no artigo supracitado como um elemento crucial para o equilíbrio das relações de consumo. “O fornecedor deve fornecer informações precisas sobre o produto ou serviço, bem como sobre os termos do contrato” (Paludo, 2005).

No ambiente digital, em que o consumidor efetua compras à distância e sem interação física com o produto ou com o fornecedor, a adoção desse princípio torna-se ainda mais essencial. A apresentação integral do produto, incluindo imagens precisas, especificações técnicas, condições de pagamento, políticas de devolução e prazos de entrega, deve ser disponibilizada de forma clara, sob risco de infringir o direito à informação, acarretando a responsabilização do fornecedor.

O direito de arrependimento, estabelecido no artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, garante ao consumidor um prazo de sete dias para desistir do contrato, sempre que a contratação se realizar fora do estabelecimento comercial, como nas aquisições realizadas pela internet ou por meio telefônico.

Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do

estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio. Parágrafo único. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados. (Brasil, 1990)

Trata-se de um mecanismo de proteção que tem o objetivo de compensar a falta de interação física com o produto ou serviço no instante da compra, assegurando ao consumidor a oportunidade de realizar uma avaliação mais confiável e isenta de pressões comerciais. O dispositivo determina que, no caso de arrependimento, os valores que eventualmente tenham sido pagos devem ser restituídos imediatamente e atualizados monetariamente. Trata-se de um mecanismo de proteção que tem como objetivo compensar a vulnerabilidade acentuada do consumidor em transações realizadas fora do ambiente comercial, possibilitando uma análise mais criteriosa do produto adquirido, a qual só se torna viável após o recebimento físico do item.

O mencionado Art. 49 pode ser considerado um dos fundamentos da proteção ao consumidor no comércio eletrônico e nas vendas a distância, assegurando ao consumidor um período de reflexão para reconsiderar sua aquisição fora do contexto convencional de consumo.

Seguindo o pensamento, o crescimento da economia digital também fomentou os debates acerca da salvaguarda dos dados pessoais dos consumidores. Embora o Código de Defesa do Consumidor inclua normas relacionadas à privacidade, a promulgação da Lei Geral de Proteção de Dados, Lei nº 13.709/2018.

As organizações que operam no ambiente digital devem, assim, respeitar de maneira rigorosa os princípios da finalidade, necessidade, transparência e segurança no gerenciamento dos dados, sob risco de enfrentarem penalidades de natureza administrativa e civil.

Outro ponto significativo diz respeito à publicidade digital, principalmente no que se refere à proibição de práticas enganosas ou abusivas, conforme estabelecido no artigo 37 do Código de Defesa do Consumidor.

A referida legislação, promulgada sob o nº 13.709/2018, enriquece o CDC, especialmente no contexto das aquisições digitais, estabelecendo garantias concretas relacionadas ao tratamento de dados pessoais, bem como assegurando que os consumidores tenham controle sobre suas informações. (Silva et al, 2025).

A responsabilidade civil objetiva dos fornecedores, estabelecida no artigo 14

do Código de Defesa do Consumidor, preserva sua total aplicabilidade no ambiente digital. A concretização dos direitos do consumidor no ambiente digital também exige a adequação dos dispositivos de atendimento e solução de conflitos. A digitalização do atendimento ao consumidor, através de canais como chats automatizados, e-mails e plataformas online para resolução de disputas, representa um recurso fundamental para garantir o acesso à justiça e a rápida solução de conflitos. 4043/19, aprovado pela Câmara dos Deputados, que autoriza a disponibilização do CDC em formato digital pelos estabelecimentos comerciais.

Tal medida, além de promover maior acessibilidade à informação, contribui com a sustentabilidade ao dispensar o uso de meios físicos, alinhando-se às exigências da era digital. Questões como a responsabilidade por conteúdos gerados por terceiros, a tutela do consumidor em transações internacionais e a regulamentação do comércio mediado por redes sociais ainda carecem de regulamentação mais específica, exigindo constante atenção por parte dos operadores do Direito. A educação para o consumo consciente e informado emerge como componente essencial na consolidação de um mercado digital equilibrado. Campanhas educativas e programas de capacitação podem empoderar o consumidor para o exercício pleno de seus direitos, bem como fomentar práticas empresariais mais transparentes e éticas.

A atuação conjunta dos órgãos de defesa do consumidor, das entidades civis e do setor empresarial revela-se, pois, indispensável à construção de um ambiente digital seguro e justo. Em síntese, a aplicação do Código de Defesa do Consumidor ao ambiente digital demanda uma abordagem hermenêutica que concilie os princípios da legislação consumerista com as peculiaridades da economia digital. A proteção do consumidor contemporâneo depende não apenas da literalidade do texto legal, mas de uma interpretação sistemática e evolutiva, pautada pela dignidade da pessoa humana, pelo equilíbrio contratual e pela boa-fé objetiva. Somente assim será possível assegurar a efetividade dos direitos do consumidor na sociedade da informação.

Em síntese, a aplicação do Código de Defesa do Consumidor ao ambiente digital demanda uma abordagem hermenêutica que concilie os princípios da legislação consumerista com as peculiaridades da economia digital. A proteção do consumidor contemporâneo depende não apenas da literalidade do texto legal, mas de uma interpretação sistemática e evolutiva, pautada pela dignidade da pessoa

humana, pelo equilíbrio contratual e pela boa-fé objetiva. Somente assim será possível assegurar a efetividade dos direitos do consumidor na sociedade da informação.

3.3 Regras específicas do Decreto 7.962/2013 para o e-commerce

O comércio eletrônico, consolidado como um dos principais canais de consumo na contemporaneidade, apresenta uma série de peculiaridades que demandaram adaptações legislativas específicas para garantir a efetividade dos direitos do consumidor.

Com o intuito de complementar o Código de Defesa do Consumidor no tocante às relações contratuais firmadas à distância, foi promulgado o Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013, o qual regulamenta dispositivos do CDC aplicáveis ao e-commerce. Este diploma jurídico visa disciplinar com maior precisão a atuação dos fornecedores no ambiente digital, buscando assegurar transparência, segurança e confiança nas relações de consumo realizadas por meios eletrônicos.

Art. 1º Este Decreto regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico, abrangendo os seguintes aspectos: I - informações claras a respeito do produto, serviço e do fornecedor; II - atendimento facilitado ao consumidor; e III - respeito ao direito de arrependimento. (Brasil, 2013)

A regulamentação estabelecida por este decreto é fruto da necessidade de resposta estatal à crescente digitalização das relações comerciais. Em razão da ausência de contato físico entre consumidor e fornecedor, bem como da impossibilidade de o consumidor examinar previamente o produto ou serviço, torna-se essencial que as informações disponibilizadas ao público sejam claras, completas e acessíveis.

Nesse contexto, o Decreto 7.962/2013 determina que as informações essenciais acerca do fornecedor, do produto ou serviço, e das condições contratuais estejam visíveis de forma ostensiva nos meios digitais. A ênfase recai sobre a identificação precisa do fornecedor, incluindo razão social, endereço físico e eletrônico, CNPJ ou CPF, o que contribui para a responsabilização em eventuais litígios e facilita o exercício do direito à reparação de danos.

Além disso, o decreto impõe deveres relativos à clareza contratual. As

condições gerais da contratação, como formas de pagamento, prazos de entrega e políticas de devolução, devem ser informadas de maneira inequívoca e antes da finalização da compra. A ausência dessas informações constitui prática abusiva, sendo vedada pelo CDC. No mesmo sentido, a exigência de confirmação expressa do consumidor ao término do processo de compra, mediante a apresentação clara do resumo da transação, garante que o ato de consumo seja efetuado de forma consciente e informada. Essa medida tem o propósito de evitar práticas enganosas e proteger o consumidor contra eventuais surpresas indesejadas.

O direito de arrependimento, já consagrado pelo artigo 49 do CDC, e já discutido neste capítulo é reforçado pelo decreto como mecanismo essencial no contexto do comércio eletrônico. O decreto especifica que o fornecedor deve disponibilizar um meio eficaz para que o consumidor exerça esse direito, o que inclui canais de atendimento adequados e acessíveis. A não observância dessa obrigação pode acarretar sanções administrativas e civis, conforme previsto no ordenamento jurídico.

No tocante ao atendimento ao consumidor, o Decreto 7.962/2013 exige que os fornecedores mantenham canais de comunicação direta, eficiente e gratuita, que permitam o envio de solicitações, reclamações e o acompanhamento dos pedidos. A resposta a essas demandas deve ocorrer em prazo razoável, sob pena de violação aos princípios da boa-fé e da confiança que regem as relações consumeristas. A efetividade do atendimento é, portanto, um componente indispensável para a proteção da parte hipossuficiente da relação contratual.

Art. 2º Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para oferta ou conclusão de contrato de consumo devem disponibilizar, em local de destaque e de fácil visualização, as seguintes informações: I - nome empresarial e número de inscrição do fornecedor, quando houver, no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda; II - endereço físico e eletrônico, e demais informações necessárias para sua localização e contato; (Brasil, 2013)

O artigo 2º estabelece uma conexão direta com o direito à informação, previsto no artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor, ampliando sua abrangência no ambiente digital. O legislador reconhece, neste contexto, que a real proteção do consumidor depende, de maneira indispensável, do acesso a informações que possibilitem a realização de decisões de compra de forma consciente e segura.

Outro ponto relevante diz respeito à publicidade. O decreto reafirma a vedação de práticas enganosas ou abusivas, nos termos do artigo 37 do CDC, estendendo tal proibição ao ambiente digital. De acordo com o artigo supracitado,

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva. § 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços. (Brasil, 1990)

Já atualmente com a regulamentação do Decreto 7.962/2013, a utilização de técnicas de marketing online, incluindo algoritmos de segmentação e publicidade comportamental, deve respeitar os princípios da transparência e da veracidade. O consumidor não pode ser induzido a erro por informações incompletas ou disfarçadas sob a aparência de conteúdo informativo. A clareza na distinção entre conteúdo editorial e publicitário é, portanto, uma exigência legal e ética.

A edição do Decreto 7.962/2013 representa, assim, um importante avanço na consolidação dos direitos do consumidor no âmbito do comércio eletrônico. Sua aplicação deve ser interpretada de forma sistemática com o Código de Defesa do Consumidor, garantindo que os princípios da dignidade da pessoa humana, da vulnerabilidade do consumidor e da harmonização dos interesses sejam efetivamente concretizados no ambiente digital. A observância rigorosa das normas ali previstas não apenas reduz a assimetria informativa característica das transações eletrônicas, como também fortalece a confiança nas relações de consumo, elemento essencial para o desenvolvimento sustentável do mercado digital.

4. A EFICÁCIA DO CDC E A MEDIAÇÃO DIGITAL: PERSPECTIVAS JURÍDICAS SOBRE A RESOLUÇÃO DE CONFLITOS NO E-COMMERCE

Conforme amplamente abordado neste estudo, o comércio eletrônico, fenômeno em considerável crescimento no Brasil e globalmente, tem provocado mudanças significativas na maneira como consumidores e fornecedores se relacionam. Entretanto, assim como ocorre nas relações comerciais convencionais, os conflitos também emergem no e-commerce, requerendo mecanismos eficazes para sua resolução. A natureza digital dessas transações demanda que os métodos de resolução de litígios se adaptem a essa evolução, promovendo soluções rápidas, acessíveis e justas, em conformidade com os princípios estabelecidos pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC).

Com o desenvolvimento da tecnologia e de novos instrumentos de relações jurídicas, a cibernetica começou a conquistar mais espaços no cenário da resolução de conflitos, uma vez que trouxe uma roupagem distinta de comunicação e troca entre as pessoas, principalmente na seara consumerista. Ora, é exatamente por isto, que não há como negar que a internet influencia a evolução de toda a sociedade, seja em seus conflitos diários, seja na própria resolução deles.(Paiva, Nobre, e Nabuco, 2019.)

De modo inicial, o consumidor que se considera prejudicado em uma aquisição pela internet costuma buscar alternativas extrajudiciais, sendo a reclamação direta ao fornecedor o primeiro passo a ser adotado. Essa metodologia, frequentemente despretensiosa, pode se revelar eficaz quando o prestador de serviços demonstra comprometimento com a boa-fé e a contentação do cliente. Entretanto, essa abordagem nem sempre gera os resultados almejados, o que induz o consumidor a procurar outras alternativas.

Um dos principais mecanismos empregados é o Procon, entidade administrativa que se dedica à proteção dos direitos dos consumidores. O Procon desempenha uma função significativa na resolução de disputas, reunindo as partes envolvidas e sugerindo alternativas que previnam a judicialização do conflito. Um canal amplamente empregado é a plataforma Consumidor.gov.br, uma ação do Governo Federal que possibilita a interação direta entre consumidores e empresas, favorecendo a resolução de conflitos de maneira transparente, gratuita e eficaz. Esta plataforma tem se revelado uma ferramenta contemporânea e eficiente, principalmente para assuntos vinculados ao comércio eletrônico.

Ademais, o progresso tecnológico facilitou a criação de abordagens alternativas para a resolução de conflitos, tais como a mediação e a arbitragem em meio digital. Será analisado neste capítulo sobre o PROCON as ODR's e etc.

Mesmo assim, se tais vias não se revelarem eficazes, o consumidor poderá acionar o Poder Judiciário. Neste contexto, ressalta-se a relevância dos Juizados Especiais Cíveis, os quais oferecem uma alternativa mais ágil e menos custosa para a solução de conflitos de menor complexidade, característicos do comércio eletrônico. A isenção de taxas, a informalidade e a celeridade no andamento processual tornam esses juizados uma opção amplamente buscada pelos consumidores.

Entretanto, é imprescindível enfatizar a relevância de um marco regulatório mais sólido que abranja de forma específica o comércio eletrônico, assegurando uma maior segurança jurídica tanto para os consumidores quanto para os fornecedores. A salvaguarda de dados, a transparência nas informações fornecidas e o direito de arrependimento constituem apenas alguns dos aspectos que requerem atenção especial no contexto digital.

Em síntese, o Brasil oferece uma diversidade de mecanismos para resolução de conflitos no comércio eletrônico, abrangendo desde opções mais informais até a via judicial. A expectativa é de que, com o aprimoramento das ferramentas digitais e o avanço da cultura de consumo, tais métodos se tornem progressivamente mais integrados, favorecendo uma resolução eficaz dos conflitos e estabelecendo um ambiente virtual mais seguro e confiável.

4.1 A Resolução de Disputas Online (ODR) como Instrumento de Acesso à Justiça na Era Digital

Na atualidade, caracterizada por uma crescente digitalização das interações sociais, econômicas e jurídicas, é necessário reavaliar os meios tradicionais de acesso à justiça. A Resolução de Disputas Online, designada pela sigla ODR (Online Dispute Resolution), emerge como uma inovação significativa que busca atender às demandas da sociedade digital, facilitando métodos alternativos e eficientes para a resolução de conflitos que se manifestam, principalmente, em ambientes virtuais.

De acordo com Andrade; Bragança; Dyma (apud Mesquita, 2022).

sabe-se que nos últimos tempos, os vínculos sociais passaram por uma mudança paradigmática com a movimentação para o ambiente virtual.

Esta migração desenvolveu expressivamente a dimensão de comunicações e a rede de relacionamento das pessoas envolvidas no espaço cibرنético, especialmente a partir da década de 1990, com o crescente uso da internet e, por conseguinte, com a extensão das perspectivas de comutabilidade entre pessoas e grupos (Andrade; Bragança; Dyma. Apud Mesquita, 2022)

O modelo tradicional de justiça, caracterizado por sua estrutura burocrática e pela lentidão dos processos, revela-se, com frequência, inadequado para enfrentar a dinamicidade e a rapidez das relações que se desenvolvem por meio da internet.

Nesse contexto, é conhecido que o Poder Judiciário enfrenta uma crise, na qual as demandas frequentemente levam meses ou até anos para serem解决adas. Uma parte significativa dos obstáculos processuais se dá nas fases semelhantes pelas quais tramitam os processos. A lentidão do processo resulta na diminuição da credibilidade do Poder Judiciário em assegurar a justiça adequada, visto que, ao não oferecer uma prestação jurisdicional ágil, adequada e proativa, compromete sua eficácia.

Deste modo, a Lei nº 11.419/200630 prevê regimentar o acesso à justiça (principalmente os tribunais) no modelo eletrônico. Todavia, para que essa comunicabilidade se materialize se faz imperioso aparelhamentos básais, tais como: o telefone celular, o computador, o tablet, o ipad, entre outros. Esses aparelhamentos, quando ligados à internet possibilitam acessar ou mesmo alcançar o mundo, de maneira acelerada, em centésimos/milésimos de segundos (Mesquita, 2022)

É fundamental compreender que a efetividade da comunicação eletrônica, tão desejada pela legislação supracitada, está intrinsecamente ligada à disponibilidade de equipamentos básicos e ao acesso à internet. Na ausência de um celular, computador ou tablet conectado, a promessa de uma justiça digital se desfaz, transformando-se em uma realidade exclusiva para aqueles que dispõem das condições materiais necessárias. Essa observação nos induz a considerar a imperativa implementação de políticas públicas que assegurem a inclusão digital como condição fundamental para a concretização do acesso à justiça. A mera digitalização dos tribunais não é suficiente; é essencial garantir que todos os cidadãos possuam os recursos necessários para se engajar com esse novo formato.

Nesse sentido podemos tratar algo, que mesmo tendo chegado antes da lei nº 11.419/2006, mas que segue o mesmo sentido, As ODRs, ou Resoluções de Disputas Online, constituem um avanço substancial na maneira como os conflitos são解决ados, particularmente diante da crescente digitalização da sociedade. De

maneira simplificada, as ODRs constituem mecanismos de resolução de conflitos que empregam a tecnologia da informação e comunicação, incluindo a internet, plataformas digitais e softwares especializados, para auxiliar as partes na busca de uma solução para suas divergências fora do sistema judiciário convencional. Considere-as uma ampliação digital das abordagens alternativas para a resolução de disputas (ADR), tais como a mediação, a conciliação e a arbitragem. A diferença primordial reside no fato de que a totalidade do processo, ou a maior parte dele, se desenrola em um ambiente virtual. De acordo com Moulin (2021).

As ferramentas de ODR surgiram nos anos 1990 com o *boom* do comércio eletrônico atrelado à popularização da internet e incorporaram princípios dos métodos adequados de resolução de conflitos (ADR, sigla para a expressão em inglês *alternative dispute resolution*) a relações contratuais virtuais massificadas. Com o tempo, percebeu-se a utilidade da ODR para outros tipos de litígio, como partilhas de bens em divórcios e inventários em conflitos sucessórios. A digitalização das ferramentas de resolução de controvérsias associa-se à passagem da sociedade industrial para a sociedade da informação e à naturalização do uso da tecnologia no dia a dia de número cada vez maior de pessoas (Moulin, 2021).

Nesse contexto, a ODR se configura como uma alternativa contemporânea, fundamentada no uso de plataformas digitais, que possibilita às partes a resolução de conflitos de maneira rápida, acessível e sem a exigência de deslocamento físico. Tal abordagem representa um significativo progresso, especialmente para os cidadãos que habitam em áreas de difícil acesso ao sistema judiciário tradicional.

A introdução de sistemas de ODR no Brasil tem sido progressiva, estimulada pela crescente procura por soluções eficazes, principalmente no contexto do comércio eletrônico e das relações de consumo. Ferramentas como a plataforma Consumidor.gov.br ilustram de maneira concreta o potencial da Resolução de Disputas Online (ODR), ao oferecer um canal formalizado em que consumidores e empresas têm a oportunidade de negociar diretamente, com a mediação do Estado, prevenindo o ingresso de ações judiciais. Essa iniciativa não apenas alivia o sistema judicial, mas também instrui as partes sobre a cultura do diálogo e da autocomposição.

À medida que a pesquisa em ODR avança, traça-se uma distinção clara entre os dois tipos de mecanismos. Sob a rubrica ADR se enquadram procedimentos de resolução de conflitos que fogem ao processo judicial litigioso, como negociação, arbitragem, mediação e conciliação (as duas últimas tanto na forma estatal quanto privada). A categoria ODR, a seu turno, engloba softwares que auxiliam o ser humano na tomada de decisão, seja ela resultado de um processo judicial ou extrajudicial, heterocompositivo ou autocompositivo. Concede-se, hoje, que os métodos digitais são uma nova

porta para solucionar conflitos que talvez não possam ser dirimidos nem mesmo por mecanismos de ADR (Moulin, 2021).

Moulin (2021) apresenta uma distinção fundamental e bastante contemporânea acerca da interação entre os Métodos Alternativos de Resolução de Disputas (ADR) e a Resolução de Disputas Online (ODR). O autor destaca uma distinção que se torna progressivamente mais clara à medida que a investigação no campo avança. A princípio, poderia existir uma inclinação para interpretar a ODR apenas como a "versão digital" dos ADRs. Entretanto, salienta-se que a ODR ultrapassa essa mera transposição para o ambiente digital.

É relevante destacar que a ODR não se restringe apenas à mediação ou à negociação, podendo abranger também procedimentos arbitrais eletrônicos, os quais resultam em decisões vinculativas emitidas por árbitros designados pelas partes. Essa variedade de mecanismos possibilita uma maior flexibilidade e ajuste às características particulares de cada conflito. Entretanto, para que esses sistemas se mostrem eficientes e sejam legitimamente aceitos, é imprescindível assegurar o cumprimento de princípios essenciais, tais como o contraditório, a ampla defesa, a imparcialidade dos mediadores e árbitros, além da segurança e proteção dos dados dos usuários.

Ainda em Moulin (2021) vê-se que Sistemas ODR de apoio à decisão executam funções variadas e são empregáveis em procedimentos de negociação, mediação, conciliação, arbitragem e até mesmo no processo judicial.

A ODR não deve ser considerada como uma substituição ao sistema judicial convencional, mas sim como um complemento essencial para a promoção do acesso à justiça, conforme estipulado pela Constituição Federal do Brasil. A justiça do século XXI requer respostas que sejam ajustadas aos desafios tecnológicos, respeitando os direitos fundamentais e harmonizando-se com os princípios democráticos. Dessa forma, a Resolução de Disputas Online se configura como uma ferramenta estratégica destinada à democratização do acesso à justiça, especialmente em um país caracterizado por significativas desigualdades sociais e territoriais, como o Brasil.

Dessa forma, é essencial que o Estado, o Judiciário e os profissionais do Direito estejam atentos às capacidades da ODR, promovendo sua divulgação, regulamentação apropriada e integração aos sistemas já estabelecidos. A digitalização do Direito é não apenas inevitável, mas também imprescindível para

assegurar que a justiça permaneça um direito acessível a todos os cidadãos, independentemente da forma como suas relações se configuram.

4.2 O Papel do PROCON na Garantia dos Direitos do Consumidor

O Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON) assume um papel fundamental na efetivação dos direitos dos consumidores no Brasil, atuando como uma ponte entre os princípios consagrados no ordenamento jurídico e a realidade prática das relações de consumo.

De acordo com Rocha e Torres apud (Alves 2022),

Os PROCONS são órgãos e serviços do Poder Público, de abrangência estadual, municipal ou do Distrito Federal, que têm por finalidades a proteção e defesa dos direitos e interesses dos consumidores, o acompanhamento e fiscalização das relações de consumo, a apuração da responsabilidade administrativa dos fornecedores, bem como responder consultas de consumidores e fornecedores sobre a melhor aplicação do Direito do consumidor (Rocha; Torres apud Alves, 2022)

A atuação do PROCON (Programa de Proteção e Defesa do Consumidor) está fundamentada no Código de Defesa do Consumidor (CDC), que é a legislação central que regula os direitos e deveres nas relações de consumo no Brasil como já foi amplamente discutido nos capítulos anteriores.

Com base no Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990), o PROCON exerce uma função essencialmente administrativa e pedagógica, orientando consumidores, fiscalizando práticas comerciais e promovendo medidas de mediação e conciliação entre as partes envolvidas em conflitos de consumo.

Mediante a Martins (2025),

O PROCON atua como um mediador neutro entre as partes envolvidas, buscando soluções amigáveis e justas para os conflitos de consumo. Quando necessário, o órgão pode instaurar processos administrativos, aplicar sanções e multas às empresas que desrespeitam os direitos do consumidor. (Martins, 2025).

Assim, o autor delineia de maneira sucinta e exata a atuação diversificada do PROCON no Brasil. É fundamental ressaltar que o órgão exerce uma função imprescindível na salvaguarda dos direitos dos consumidores no Brasil. O seu papel como mediador colabora para a solução pacífica de disputas, enquanto a autoridade de instituir processos administrativos e aplicar penalidades proporciona ao órgão a

aptidão para monitorar e penalizar as empresas que infringem a legislação.

Conforme Silva (2021), a atuação do PROCON é descentralizada, com unidades espalhadas em nível estadual e municipal, o que permite uma resposta mais ágil e eficaz às demandas locais. Esta capilaridade favorece a democratização do acesso à justiça, especialmente para consumidores vulneráveis, muitas vezes privados de recursos para recorrer ao Judiciário. Por meio de processos administrativos simples e céleres, o PROCON busca assegurar que os fornecedores cumpram suas obrigações legais, respeitando os princípios da transparência, boa-fé e equidade.

Entretanto, apesar de sua importância, o PROCON enfrenta desafios significativos relacionados à limitação de recursos humanos e materiais, à ausência de uniformidade procedural entre suas unidades e à resistência de grandes grupos econômicos em submeter-se às suas determinações. Tais obstáculos reforçam a necessidade de maior integração entre os órgãos do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor e de políticas públicas que fortaleçam institucionalmente o PROCON, garantindo sua autonomia e capacidade de atuação.

Em suma, o PROCON constitui um instrumento indispensável para a concretização dos direitos fundamentais do consumidor, representando um avanço significativo na proteção das relações de consumo no Brasil. Seu fortalecimento deve ser entendido como uma prioridade estratégica para a consolidação de um mercado mais justo, equilibrado e ético.

Desse modo é possível concluir que Juntos, ODRs e PROCON complementam-se, oferecendo soluções modernas e eficazes para a resolução de conflitos, fortalecendo o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor e contribuindo para a efetividade dos direitos previstos no Código de Defesa do Consumidor.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo possibilitou uma análise crítica e detalhada acerca da proteção do consumidor no comércio eletrônico brasileiro, destacando os obstáculos impostos pelo ambiente digital e avaliando a eficácia da legislação atual frente a essa nova dinâmica de consumo. Com a crescente disseminação das aquisições pela internet, fomentadas principalmente pela conveniência e agilidade proporcionadas pelos meios digitais, surgem igualmente novas modalidades de vulnerabilidade do consumidor, as quais demandam respostas jurídicas eficazes e atualizadas.

Constatou-se que o Código de Defesa do Consumidor, apesar de ter sido desenvolvido em um contexto majoritariamente analógico, mantém uma função essencial na regulamentação das relações de consumo, inclusive no ambiente virtual. O Decreto n.º 7.962/2013 constituiu um significativo progresso ao instituir diretrizes específicas para o comércio eletrônico, reforçando a transparência, o direito à informação e a possibilidade de arrependimento.

Entretanto, a eficácia normativa ainda enfrenta obstáculos, como a carência de fiscalização, a ignorância dos consumidores acerca de seus direitos e a complexidade dos métodos de solução de conflitos. A mediação digital, através da Resolução de Disputas Online (ODR), apresenta-se como uma alternativa promissora, no entanto, ainda necessita de uma estruturação e acessibilidade mais amplas no cenário brasileiro.

Conclui-se que, apesar de o Brasil contar com uma base legal robusta, é imprescindível que haja uma atualização contínua das normativas e um maior investimento em políticas públicas que promovam a educação digital dos consumidores e o fortalecimento das instituições de defesa do consumidor. Assim, a evolução do comércio eletrônico demanda um ordenamento jurídico flexível, apto a acompanhar as inovações tecnológicas e a assegurar a proteção eficaz dos direitos dos consumidores na era digital.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Juliana Freitas. **O consumidor e a garantia do acesso à justiça: avaliação da política nacional das relações de consumo com amparo na experiência do PROCON Câmara Municipal de Sobral-CE.** Orientador: Gil Célio de Castro Cardoso. 2022. 231 f. Dissertação (Mestrado em Avaliação de Políticas Públicas) – Mestrado Profissional em Avaliação de Políticas Públicas, Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2022.

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, Brasília, DF, 15 mar. 2013. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm. Acesso em: 15 mar 2025.

BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil.** Diário Oficial da União, Brasília, DF, 24 abr. 2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 15 mar 2025.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Dispõe sobre a proteção de dados pessoais e altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet).** Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 15 ago. 2018. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 15 mar 2025.

BRASIL. Decreto n.º 7.962, de 15 de março de 2013. **Regulamenta a Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico.** Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 mar. 2013. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7962.htm. Acesso em: 27 mar 2025.

BRASIL. Projeto de Lei n.º 3.514, de 2015. **Altera a Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para aperfeiçoar as disposições gerais do Capítulo I do Título I e dispor sobre o comércio eletrônico, e o art. 9º do Decreto-Lei n.º 4.657, de 4 de setembro de 1942 (Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro), para aperfeiçoar a disciplina dos contratos internacionais comerciais e de consumo e dispor sobre as obrigações extracontratuais.** Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarIntegra?codteor=1414584&filename=Avulso+PL+3514%2F2015. Acesso em: 27 mar 2025.

BERTHOLDO. **O que é e-commerce? Guia completo para iniciar e crescer.** Bertholdo, 2025. Disponível em: <https://www.bertholdo.com.br/blog/o-que-e-e-commerce/>. Acesso em: 22 mar 2025.

CHALEGRA, Jéssica. (2024). **Pandemia e Pix impulsionaram transformação financeira.** Consumidor Moderno. São Paulo, 2024 Disponível em:

<https://consumidormoderno.com.br/pandemia-pix-transformacao-financeira/> Acesso em: 17 mar. 2025.

CARVALHO, Fernanda. **Comércio social no brasil: uma análise da percepção dos varejistas de moda sobre o uso das redes sociais.** 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em [Curso]) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, [Ano]. Disponível em:
<https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/37360/1/TCC%20-20Fernanda%20Carvalho.pdf>. Acesso em: 26 mar. 2025.

DINIZ, Eduardo Henrique. **Comércio Eletrônico: Fazendo Negócios por meio da Internet.** RAC, v. 3, n. 1, Jan./Abr. 1999, p. 71-86.

EBIT/NielsenIQ. **Relatório Ebit sobre o E-commerce no Brasil 2024.** 2025. Disponível em: <https://www.ebit.com.br>. Acesso em: 26 mar. 2025.

EBIT/NielsenIQ. **Webshoppers 41ª edição: relatório semestral sobre e-commerce no Brasil.** São Paulo: Nielsen, 2020. Disponível em:
<https://www.ebit.com.br>. Acesso em: 26 mar. 2025.

FERREIRA, O. O papel dos órgãos de proteção do consumidor na garantia do direito à informação: uma análise da atuação do PROCON. *Múltiplos Acessos*, v. 8, n. 4, 2 jul. 2024.

LOURENÇO, Larissa Alves. **Proteção do consumidor no comércio eletrônico: uma análise crítica do Decreto 7.762/2013 e do Projeto de Lei nº 3.514/2015.** 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) – Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2023.

MARTINS, Antônio Eduardo Senna. **O papel do PROCON na defesa dos direitos do consumidor: garantindo a equidade nas relações de consumo.** Jusbrasil, 18 abr. 2025. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/o-papel-do-procon-na-defesa-dos-direitos-do-consumidor-garantindo-a-equidade-nas-relacoes-de-consumo/2156799846>. Acesso em: 20 abr. 2025.

MESQUITA, Jordana Schmidt; SPENGLER, Fabiana Marion. **Mediação on-line: um novo paradigma de acesso à justiça na era digital.** Revista de Estudos Jurídicos da UNESP, Franca, ano 26, n. 43, p. 55–69, jan./jun. 2022. Disponível em:
<https://periodicos.franca.unesp.br/index.php/estudosjuridicosunesp/article/view/3650/3245>. Acesso em: 20 abr. 2025.

MOULIN, Carolina Stange Azevedo. **Métodos de resolução digital de controvérsias: estado da arte de suas aplicações e desafios.** Revista Direito GV, São Paulo, v. 17, n. 1, e2108, 2021.

NAKAMURA, A. M. **Comércio eletrônico riscos nas compras pela internet.** Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) da Faculdade de Tecnologia de São Paulo, 2011.

OLIVEIRA, Ricardo; COTS, Márcio. **Lei Geral De Proteção De Dados Pessoais**

Comentada, f. 152. 2018. 304 p.

PAIVA, Marcella da Costa Moreira; NOBRE, Juliana; NABUCO, Luiza Pessoa. Arbitragem na era do e-commerce. In: HANSEN, Gilvan Luiz; FERNANDES, Cristiane de Souza Stevans; STEVANS, Felipe Fernandes de Souza (Orgs.). **Jornadas sobre ética, justiça e gestão institucional**. Niterói: Universidade Federal Fluminense, Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação, 2019. v. 5, p. 155–171.

PAES DE ALMEIDA, Amador. **Manual das sociedades comerciais: direito de empresa**. São Paulo: Saraiva, 2016. 493 p

PALUDO, Daniela Maria. **Princípios Adotados pelo Código de Defesa do Consumidor**. Lajeado: Univates, 2005. Disponível em: https://www.univates.br/media/graduacao/direito/PRINCIPIOS_ADOTADOS_PELO_CODIGO_DO_CONSUMIDOR.pdf. Acesso em: 27 mar 2025.

RELAÇÕES DE E-COMMERCE: responsabilidade civil nas compras realizadas virtualmente. In: SEMINÁRIO 2023, [local de publicação], 2023. Disponível em: <https://seminario2023.ccsa.ufrn.br/articles/RELA%C3%87%C3%95ES%20DE%20E-COMMERCE.pdf>. Acesso em: 18 mar 2025.

RD Station. (2021). **Dados de ecommerce no Brasil: confira os principais números do comércio eletrônico**. Blog RD Station. Disponível em: <https://www.rdstation.com/blog/ecommerce/dados-de-ecommerce-no-brasil/> Acesso em: 18 mar 2025.

RESULTADOS DIGITAIS. Dados de e-commerce no Brasil: confira os principais números do comércio eletrônico. Blog Resultados Digitais, Florianópolis, 02 abr. 2021. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/dados-deecommerce-no-brasil>, Acesso em: 18 mar 2025.

REICHHHELD, Fred. **The ultimate question: driving good profits and true growth**. Boston: Harvard Business School Press, 2006.

SALLES, Luiz Fernando. **O consentimento previsto na LGPD e sua aplicação nos contratos eletrônicos: desafios para sua validação**. 2021. 233 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade Nove de Julho, São Paulo, 2021. Disponível em: <https://bibliotecatede.uninove.br/bitstream/tede/2597/2/Luiz%20Fernando%20Salles.pdf>. Acesso em: 18 mar 2025.

SILVA, Guilherme Gabriel Machado Valente; DOURADO, Júlia Mezêt; MENESES, Maria Luiza Carneiro dos Santos; BERNARDES, Viviane da Silva. **Código do Consumidor no Ambiente Digital**. UniLS Acadêmica, Edunils, v. 2, p. 22, 2025. Disponível em: <https://revista.unils.edu.br/index.php/files/article/view/111>. Acesso em: 6 abr. 2025.

SILVA, Thalys Melicio da Costa. Um estudo comparativo entre algoritmos de aprendizagem de máquina supervisionados para predição de solução de reclamações no PROCON. 2021. 49 f. Trabalho de Conclusão de Curso

(Bacharelado em Sistemas de Informação) – Centro Universitário Christus – Unichristus, Fortaleza, 2021. SILVA, Washington Luiz Souza da. **Conceito legal de consumidor à luz do código de defesa do consumidor.** In Comissão do Direito do Consumidor da 58^a. Subseção da OAB/RJ. "Conceito legal de consumidor à luz do Código de Proteção e Defesa do Consumidor." *Revista da 58^a Subseção da OAB/RJ*, n. 1, 2021, p. 40.

SILVA FILHO, José Ivanildo da. **O desenvolvimento do e-commerce durante a pandemia.** 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Econômicas) – Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/51092>. Acesso em: 18 mar. 2025

TAMAOKI, F., & ARAÚJO LIBER, G. H. (2023). **Os princípios consagrados no código de proteção e defesa do consumidor.** *Revista De Constitucionalização Do Direito Brasileiro*, 4(2), 134–153. Recuperado de <http://revistareconto.com.br/index.php/reconto/article/view/68>

VASCONCELOS COELHO, F.; SARRAZIM SOARES, I. A.; PIRES COSTA, L. C. **Direitos do consumidor nas compras no âmbito virtual.** REVISTA PSIPRO, [S. I.], v. 1, n. 2, p. 124–147, 2022. DOI: 10.5281/zenodo.8092539. Disponível em: <https://www.revistapsipro.com/index.php/psipro/article/view/12>. Acesso em: 15 mar. 2025.

VILELA, Luiza. **E-commerce: o setor que cresceu 75% em meio à pandemia.** Consumidor Moderno, São Paulo, 2021. Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2021/02/19/e-commerce-setor-cresceu-75-crise-coronavirus/>. Acesso em: 17 mar. 2025.