

A (in)efetividade da proteção jurídica do consumidor digital frente às novas práticas de tratamento de dados pessoais

The (In)effectiveness of legal protection for digital consumers in Light of new data processing practices

La (in)efectividad de la protección jurídica del consumidor digital frente a las nuevas prácticas de tratamiento de datos personales

Original Recebido em: 15/06/2026

Aceito para publicação em: 01/07/2026

Larissa Ouverney Machado dos Santos

Graduanda em Direito

Instituição de formação: Faculdade de Ensino Superior de Linhares

Endereço: Linhares, Espírito Santo, Brasil

E-mail: larissouverneym@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0009-0007-1412-1320>

Jakeline Martins Silva Rocha

Mestra em Direito Privado

Instituição de formação: Faculdade Vitória em Cristo

Endereço: São Mateus, Espírito Santos, Brasil

E-mail: jakeline.rocha@faceli.edu.br

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6867-6272>

RESUMO

A intensificação do uso das tecnologias digitais transformou as relações de consumo, ampliando o acesso a bens e serviços, mas também aumentando riscos jurídicos ao consumidor. Fraudes eletrônicas, coleta de dados pessoais, publicidade direcionada e contratos digitais complexos evidenciam a vulnerabilidade do consumidor no ambiente virtual. Este estudo tem como objetivo analisar a proteção dos direitos do consumidor no contexto digital, à luz do Código de Defesa do Consumidor, do Marco Civil da Internet e da Lei Geral de Proteção de Dados. Utiliza-se metodologia qualitativa, com abordagem exploratório-descritiva e método dedutivo, baseada em revisão bibliográfica e análise normativa. Conclui-se que, embora o ordenamento jurídico brasileiro disponha de instrumentos relevantes de tutela, persistem desafios quanto à efetividade dessas normas diante da rápida evolução tecnológica, exigindo interpretações mais adequadas e políticas públicas voltadas à transparência, segurança e equilíbrio nas relações de consumo digitais.

DESCRITORES: Consumidor digital; Comércio eletrônico; Proteção de dados; Vulnerabilidade informacional; Direito do consumidor.

ABSTRACT

The intensification of the use of digital technologies has transformed consumer relations, expanding access to goods and services while also increasing legal risks for consumers. Electronic fraud, the collection of personal data, targeted advertising, and complex digital contracts highlight consumer vulnerability in the virtual environment. This study aims to analyze the protection of consumer rights in the digital context in light of the Consumer

Defense Code, the Civil Rights Framework for the Internet, and the General Data Protection Law. A qualitative methodology was employed, using an exploratory-descriptive approach and a deductive method, based on a literature review and normative analysis. It is concluded that, although the Brazilian legal system provides relevant consumer protection instruments, challenges remain regarding the effectiveness of these rules in the face of rapid technological developments, requiring more appropriate interpretations and public policies focused on transparency, security, and balance in digital consumer relations.

DESCRIPTORS: Digital consumer; Electronic commerce; Data protection; Informational vulnerability; Consumer law.

RESUMEN

La intensificación del uso de las tecnologías digitales ha transformado las relaciones de consumo, ampliando el acceso a bienes y servicios, pero también incrementando los riesgos jurídicos para el consumidor. Los fraudes electrónicos, la recopilación de datos personales, la publicidad dirigida y los complejos contratos digitales evidencian la vulnerabilidad del consumidor en el entorno virtual. Este estudio tiene como objetivo analizar la protección de los derechos del consumidor en el contexto digital, a la luz del Código de Defensa del Consumidor, del Marco Civil de Internet y de la Ley General de Protección de Datos. Se emplea una metodología cualitativa, con enfoque exploratorio-descriptivo y método deductivo, basada en la revisión bibliográfica y el análisis normativo. Se concluye que, aunque el ordenamiento jurídico brasileño dispone de instrumentos relevantes de tutela, persisten desafíos en cuanto a la efectividad de estas normas frente a la rápida evolución tecnológica, lo que exige interpretaciones más adecuadas y políticas públicas orientadas a la transparencia, la seguridad y el equilibrio en las relaciones de consumo digitales.

DESCRIPTORES: consumidor digital; comercio electrónico; protección de datos; vulnerabilidad informacional; derecho del consumidor.

INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea é marcada por profundas transformações decorrentes do avanço das tecnologias digitais, que passaram a integrar de forma decisiva as relações sociais e econômicas. No âmbito das relações de consumo, o comércio eletrônico e as plataformas digitais redefiniram a dinâmica contratual, ampliando o acesso a produtos e serviços e reduzindo barreiras geográficas.

Entretanto, esse novo cenário também intensificou desafios jurídicos relevantes, sobretudo no que se refere à proteção dos direitos do consumidor. O Código de Defesa do Consumidor, elaborado em um contexto essencialmente analógico, permanece como marco fundamental da tutela das relações de consumo, mas demanda releitura diante das novas práticas comerciais digitais.

Conforme leciona Cláudia Lima Marques, a vulnerabilidade do consumidor assume novas feições na sociedade da informação, pois “o consumidor moderno não é apenas economicamente vulnerável, mas também técnica e informacionalmente fragilizado” (MARQUES, 2010). No ambiente virtual, essa fragilidade é potencializada pela ausência de

contato direto com o fornecedor, pela complexidade dos contratos eletrônicos e pela opacidade dos sistemas algorítmicos.

Diante disso, o problema de pesquisa que orienta o presente estudo consiste em compreender em que medida os instrumentos jurídicos previstos no ordenamento brasileiro são eficazes para garantir a proteção dos direitos do consumidor no contexto digital, diante das transformações tecnológicas e das novas práticas comerciais?

A relevância do tema justifica-se pelo crescimento exponencial do comércio eletrônico e pela intensificação do uso de plataformas digitais nas relações de consumo, o que amplia significativamente os riscos jurídicos ao consumidor.

Nesse cenário, torna-se imprescindível analisar a efetividade dos mecanismos de proteção existentes, diante de novas práticas como o tratamento massivo de dados pessoais, a publicidade direcionada e a atuação de plataformas digitais, que desafiam os modelos tradicionais de regulação.

A vulnerabilidade do consumidor no ambiente digital

A vulnerabilidade do consumidor constitui um dos pilares do Direito do Consumidor brasileiro, estando expressamente reconhecida no artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor. No ambiente digital, essa vulnerabilidade se intensifica, sobretudo no plano informacional, em razão da assimetria de dados e do domínio tecnológico exercido pelos fornecedores.

Segundo Marques (2010), a vulnerabilidade informacional decorre da desigualdade no acesso às informações relevantes para a tomada de decisão consciente pelo consumidor. No comércio eletrônico, essa desigualdade se amplia, pois muitas vezes o consumidor não possui conhecimento técnico suficiente para compreender os termos contratuais, as políticas de privacidade ou os mecanismos de tratamento de dados pessoais.

Bruno Miragem ressalta que a digitalização das relações de consumo expõe o consumidor a riscos específicos, como golpes eletrônicos, falsas ofertas e dificuldades no exercício do direito de arrependimento. Para o autor, “a relação de consumo digital amplia a exposição do consumidor à desinformação e à dificuldade de acesso a canais adequados de atendimento e solução de conflitos” (Miragem, 2019).

Essa realidade evidencia que a simples transposição das normas tradicionais para o ambiente virtual não é suficiente. Faz-se necessária uma interpretação sistemática e teleológica do CDC, capaz de assegurar a efetividade da proteção do consumidor frente às novas práticas comerciais digitais.

A proteção jurídica do consumidor digital

A tutela do consumidor no ambiente digital estrutura-se, no Brasil, a partir da articulação entre três diplomas fundamentais: o Código de Defesa do Consumidor, o Marco Civil da Internet e a Lei Geral de Proteção de Dados.

O CDC permanece como o principal instrumento de regulação das relações de consumo, aplicando-se integralmente às transações realizadas por meio eletrônico. Seus princípios, como a boa-fé objetiva, a transparência e o equilíbrio contratual, mantêm-se centrais, embora demandem releitura diante das novas formas de contratação digital.

Nesse cenário, a boa-fé objetiva assume função ainda mais relevante, impondo aos fornecedores deveres anexos de conduta, como o dever de informar de maneira clara, adequada e ostensiva sobre produtos, serviços e condições contratuais. No ambiente digital, esse dever se amplia para abranger também informações sobre coleta, tratamento e compartilhamento de dados pessoais, bem como sobre o funcionamento básico das plataformas.

O princípio da transparência, por sua vez, enfrenta desafios práticos significativos. A utilização de contratos eletrônicos extensos, com linguagem técnica e pouco acessível, dificulta a compreensão por parte do consumidor, comprometendo a formação de um consentimento livre e informado. Essa realidade exige uma interpretação mais rigorosa do dever de informação, de modo a garantir que os dados essenciais da contratação sejam efetivamente compreendidos pelo consumidor.

O Marco Civil da Internet consolidou garantias relevantes ao assegurar a proteção da privacidade, da segurança das informações e da responsabilidade dos agentes que atuam na rede. Já a Lei Geral de Proteção de Dados representa um avanço significativo ao disciplinar o tratamento de dados pessoais, reconhecendo a autodeterminação informativa como dimensão essencial da dignidade da pessoa humana.

Sobre esse ponto, Doneda (2020) afirma que a LGPD inaugura uma nova etapa na tutela dos direitos fundamentais no ambiente digital, ao reconhecer que o controle sobre os próprios dados constitui elemento central da cidadania na sociedade da informação. Para o autor:

“A proteção de dados pessoais não se limita à defesa da intimidade, mas representa uma dimensão essencial da liberdade e da dignidade da pessoa humana na sociedade digital” (Doneda, 2020).

Nesse sentido, a proteção jurídica do consumidor digital passa a abranger não apenas a segurança das transações econômicas, mas também a tutela de direitos existenciais, relacionados à identidade, à privacidade e à autodeterminação informativa.

Laura Schertel Mendes destaca que a convergência entre o Direito do Consumidor e a proteção de dados impõe uma nova leitura das relações contratuais digitais, uma vez que “o consumidor não é apenas parte vulnerável sob o aspecto econômico, mas também titular de direitos fundamentais que devem ser respeitados no tratamento de seus dados pessoais” (Mendes, 2017).

A partir dessa perspectiva, percebe-se que a proteção do consumidor digital exige uma interpretação sistemática e integrada desses diplomas normativos. Não se trata apenas de aplicar isoladamente o CDC, o Marco Civil ou a LGPD, mas de compreender como esses instrumentos dialogam entre si para oferecer uma tutela mais completa e efetiva.

No âmbito da responsabilidade civil, o CDC adota a teoria do risco do empreendimento, estabelecendo a responsabilidade objetiva do fornecedor pelos danos causados ao consumidor. No ambiente digital, essa lógica deve ser mantida e, em certos casos, ampliada, considerando a complexidade das cadeias de fornecimento e a atuação de múltiplos agentes, como plataformas, intermediadores de pagamento e fornecedores terceiros.

Assim, a responsabilidade não pode ser afastada sob o argumento de mera intermediação tecnológica. Quando a plataforma participa da cadeia de consumo, seja organizando a oferta, controlando transações ou influenciando a escolha do consumidor, há fundamentos para sua responsabilização, inclusive de forma solidária, conforme a sistemática do CDC.

Outro aspecto relevante refere-se à proteção contratual no ambiente digital. Os contratos eletrônicos, muitas vezes formalizados por meio de “cliques” (clickwrap agreements), levantam questionamentos quanto à validade do consentimento do consumidor. A ausência de destaque para cláusulas restritivas de direitos, bem como a dificuldade de acesso e compreensão dos termos, pode caracterizar prática abusiva e ensejar a nulidade de disposições contratuais.

Além disso, o direito de arrependimento, previsto no artigo 49 do CDC, ganha especial relevância no comércio eletrônico. Considerando que o consumidor não tem acesso físico ao produto ou serviço no momento da contratação, esse direito funciona como mecanismo de equilíbrio da relação. Contudo, sua efetividade depende da existência de procedimentos claros e acessíveis para seu exercício, o que nem sempre é observado na prática.

No campo da proteção de dados, a LGPD introduz uma série de princípios e direitos que impactam diretamente as relações de consumo digitais. Princípios como finalidade, adequação, necessidade e transparência impõem limites à atuação dos fornecedores,

exigindo que o tratamento de dados pessoais ocorra de forma legítima, proporcional e informada.

Além disso, os direitos dos titulares de dados – como acesso, correção, eliminação e portabilidade – reforçam a posição do consumidor como sujeito ativo no controle de suas informações. No entanto, a efetividade desses direitos ainda enfrenta desafios, especialmente diante da complexidade técnica dos sistemas utilizados pelas empresas e da assimetria informacional existente.

Outro ponto que merece destaque é a crescente utilização de tecnologias como inteligência artificial nas relações de consumo. Sistemas automatizados de decisão, recomendação de produtos e precificação dinâmica podem impactar diretamente o comportamento do consumidor, muitas vezes sem que ele tenha plena consciência desses mecanismos. Isso levanta questionamentos relevantes quanto à transparência, à discriminação algorítmica e à necessidade de regulação mais específica.

Ademais, a atuação dos órgãos de proteção e defesa do consumidor e das autoridades reguladoras, como a Autoridade Nacional de Proteção de Dados, é fundamental para a concretização dos direitos previstos na legislação. A fiscalização, a aplicação de sanções e a promoção de políticas públicas são instrumentos essenciais para garantir a efetividade da tutela jurídica no ambiente digital.

Por fim, evidencia-se que, embora o ordenamento jurídico brasileiro disponha de um conjunto normativo robusto, sua efetividade depende de uma interpretação dinâmica e adaptativa, capaz de acompanhar as transformações tecnológicas. A proteção do consumidor digital não pode se limitar à aplicação literal das normas, sendo necessária uma abordagem que considere as especificidades do ambiente virtual e os novos riscos a ele inerentes.

Dessa forma, a proteção jurídica do consumidor digital deve ser compreendida como um sistema em constante evolução, que exige não apenas o aperfeiçoamento das normas existentes, mas também o fortalecimento de práticas institucionais e empresariais voltadas à transparência, à segurança e ao respeito aos direitos fundamentais do consumidor.

Desafios contemporâneos

Apesar dos avanços normativos, persistem desafios relevantes na proteção do consumidor digital. Um dos principais refere-se à responsabilização das plataformas digitais, especialmente dos marketplaces, que atuam como intermediários nas relações de consumo.

A jurisprudência e a doutrina ainda discutem os limites da responsabilidade dessas plataformas, sobretudo quando ocorrem falhas na prestação do serviço ou práticas

abusivas por parte de vendedores terceiros. Para Miragem (2019), a intermediação digital não pode servir como escudo para afastar a aplicação do regime de responsabilidade previsto no CDC, sob pena de enfraquecer a tutela do consumidor.

Nesse contexto, ganha relevo a discussão acerca da natureza jurídica das plataformas digitais. Embora muitas se apresentem como meras intermediadoras, sua atuação frequentemente ultrapassa essa condição, envolvendo controle sobre transações, definição de regras comerciais, gestão de pagamentos e até mecanismos de ranqueamento de fornecedores. Tais elementos evidenciam sua inserção na cadeia de fornecimento, o que justifica, em diversos casos, a aplicação da responsabilidade solidária prevista no Código de Defesa do Consumidor.

Outro ponto sensível diz respeito à opacidade dos algoritmos utilizados pelas plataformas digitais. Os sistemas de recomendação, publicidade direcionada e ranqueamento de produtos operam, em grande medida, de forma não transparente, dificultando a compreensão, pelo consumidor, dos critérios que influenciam suas escolhas. Essa opacidade intensifica a vulnerabilidade informacional e pode configurar práticas abusivas, especialmente quando há manipulação do comportamento do consumidor ou indução a decisões não plenamente conscientes.

Outro obstáculo refere-se à efetividade dos mecanismos de solução de conflitos. Embora existam instrumentos administrativos e digitais, muitos consumidores ainda enfrentam dificuldades para obter respostas céleres e satisfatórias, o que compromete a confiança no comércio eletrônico. Plataformas de atendimento automatizado, por exemplo, frequentemente não oferecem soluções adequadas, limitando-se a respostas padronizadas que não resolvem o problema concreto do consumidor.

Além disso, a transnacionalidade das relações digitais agrava esse cenário, uma vez que muitas empresas que operam no ambiente virtual não possuem sede no Brasil ou não estão sujeitas diretamente à jurisdição nacional. Isso dificulta a aplicação das normas do CDC e a efetivação de decisões judiciais, criando barreiras adicionais à proteção do consumidor.

Outro desafio relevante refere-se à proteção de dados pessoais e à conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados. Embora a LGPD estabeleça um conjunto robusto de direitos e obrigações, sua efetiva implementação ainda enfrenta obstáculos, especialmente no que diz respeito à fiscalização e à cultura de proteção de dados por parte das empresas. Muitos fornecedores ainda adotam práticas pouco transparentes quanto à coleta e ao uso de dados, o que compromete o exercício da autodeterminação informativa pelo consumidor.

Além disso, o uso crescente de tecnologias como inteligência artificial e publicidade comportamental levanta preocupações quanto à manipulação das escolhas do consumidor. Conforme alerta Marques (2010), a assimetria informacional, quando associada a técnicas sofisticadas de persuasão digital, pode comprometer seriamente a liberdade de escolha do consumidor.

A chamada “economia da atenção” intensifica esse problema, na medida em que plataformas digitais estruturam suas interfaces para maximizar o engajamento do usuário, muitas vezes utilizando estratégias que exploram vieses cognitivos e emocionais. Esse cenário pode levar à indução de consumo impulsivo, dificultando a tomada de decisões racionais e conscientes.

Outro ponto que merece destaque é a dificuldade de compreensão dos contratos digitais, frequentemente apresentados sob a forma de “termos de uso” extensos, com linguagem técnica e pouca clareza. Tal prática compromete a transparência e pode caracterizar violação ao dever de informação, previsto no CDC. A ausência de destaque para cláusulas relevantes, como políticas de privacidade e condições de cancelamento, agrava ainda mais essa problemática.

Ademais, a efetividade do direito de arrependimento no ambiente digital enfrenta entraves práticos, como a ausência de canais claros para solicitação, prazos não informados adequadamente e resistência por parte dos fornecedores. Tais obstáculos demonstram que, embora o direito esteja formalmente assegurado, sua concretização ainda depende de melhorias nos mecanismos de implementação.

Por fim, destaca-se a necessidade de fortalecimento das políticas públicas voltadas à educação digital do consumidor. A ampliação do acesso à informação e o desenvolvimento de competências digitais são fundamentais para reduzir a vulnerabilidade do consumidor e promover relações de consumo mais equilibradas. Nesse sentido, a atuação conjunta do Estado, das empresas e da sociedade civil mostra-se essencial para a construção de um ambiente digital mais seguro e transparente.

Diante desses desafios, evidencia-se que a proteção do consumidor digital exige não apenas a aplicação das normas existentes, mas também sua constante atualização interpretativa, aliada ao desenvolvimento de instrumentos regulatórios e institucionais capazes de acompanhar a dinâmica das inovações tecnológicas.

CONCLUSÃO

O estudo evidencia que a proteção dos direitos do consumidor no contexto digital constitui um dos maiores desafios do Direito contemporâneo. A intensificação das relações de consumo mediadas por tecnologia impõe a necessidade de reinterpretar institutos tradicionais e de fortalecer os mecanismos de tutela jurídica.

Embora o Brasil disponha de um arcabouço normativo relevante, composto pelo Código de Defesa do Consumidor, pelo Marco Civil da Internet e pela Lei Geral de Proteção de Dados, ainda existem lacunas quanto à efetividade dessas normas frente à velocidade das transformações tecnológicas.

Como bem observa Doneda (2020), a proteção jurídica no ambiente digital exige uma mudança de paradigma, na qual o consumidor seja visto não apenas como parte contratual, mas como sujeito de direitos fundamentais.

Nesse sentido, a efetividade da tutela do consumidor digital depende não só da aplicação rigorosa da legislação existente, mas também da adoção de políticas públicas de educação digital, do fortalecimento dos órgãos de defesa do consumidor e do incentivo a práticas empresariais mais transparentes e responsáveis.

Diante do problema de pesquisa proposto, conclui-se que, embora o ordenamento jurídico brasileiro disponha de instrumentos relevantes para a proteção do consumidor digital, sua efetividade ainda é limitada frente à velocidade das transformações tecnológicas.

Verifica-se que a aplicação do Código de Defesa do Consumidor, do Marco Civil da Internet e da Lei Geral de Proteção de Dados exige interpretação sistemática e atualizada, capaz de enfrentar os desafios impostos pelas novas práticas comerciais digitais.

Assim, torna-se necessária não apenas a evolução normativa, mas também o fortalecimento de políticas públicas e mecanismos institucionais que garantam maior transparência, segurança e equilíbrio nas relações de consumo no ambiente digital.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 12 set. 1990. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm

BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Marco Civil da Internet. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 24 abr. 2014. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 ago. 2018. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm

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, 2020.

MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 8. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010.

MENDES, Laura Schertel. Privacidade, proteção de dados e defesa do consumidor. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 114, p. 15-34, 2017.

MIRAGEM, Bruno. Direito do consumidor. 7. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.