

A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO DIGITAL: UMA ANÁLISE DOS LIMITES E ALCANCES DO CDC NAS COMPRAS ON-LINE

DOI: 10.5281/zenodo.17794753

Ivy Wallace Lima Carvalho¹

Cliciano Vieira da Silva²

RESUMO

O estudo analisa a efetividade do Código de Defesa do Consumidor na proteção do consumidor frente às novas dinâmicas do comércio digital. A pesquisa, de natureza bibliográfica e abordagem qualitativa, examina a legislação, a doutrina e a jurisprudência aplicáveis ao ambiente virtual, buscando compreender se o CDC é suficiente para responder aos desafios impostos pelas compras on-line. A investigação identificou que o crescimento do comércio eletrônico ampliou o acesso a produtos e serviços, mas também intensificou vulnerabilidades decorrentes da assimetria informacional, da falta de transparência nas práticas de mercado, de falhas na segurança das plataformas digitais e da expansão de modelos como marketplaces, dropshipping e comércio transfronteiriço. Os resultados apontam que, embora o CDC e o Decreto nº 7.962/2013 forneçam instrumentos relevantes de proteção, ainda existem lacunas regulatórias que dificultam a responsabilização de fornecedores e a efetividade dos direitos

REVISTA TÓPICOS

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

do consumidor. Conclui-se que a proteção no ambiente digital depende da atualização normativa, do fortalecimento dos mecanismos de fiscalização e da educação digital do consumidor, elementos fundamentais para assegurar relações de consumo mais seguras, equilibradas e transparentes no contexto da economia digital.

Palavras-chave: Comércio digital. Proteção do consumidor. Código de Defesa do Consumidor. Marketplaces. Direitos do consumidor.

ABSTRACT

The study analyzes the effectiveness of the Brazilian Consumer Defense Code in protecting consumers within the context of digital commerce. This bibliographic and qualitative research examines legislation, legal doctrine, and judicial decisions applicable to online transactions, seeking to determine whether the Consumer Defense Code is sufficient to address the challenges posed by online purchases. The investigation found that the expansion of e-commerce has increased access to goods and services but has also intensified vulnerabilities resulting from informational asymmetry, lack of transparency, security failures in digital platforms, and the growth of models such as marketplaces, dropshipping, and cross-border commerce. The results indicate that although the Consumer Defense Code and Decree No. 7,962/2013 provide important protective mechanisms, significant regulatory gaps remain, particularly regarding supplier accountability and the effective enforcement of consumer rights. The study concludes that consumer protection in the digital environment depends on updated legislation, strengthened oversight mechanisms, and improved digital literacy among consumers, all of which are essential to ensure safer, more transparent, and

REVISTA TÓPICOS

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

more balanced consumer relations in the digital economy.

Keywords: Digital commerce. Consumer protection. Consumer Defense Code. Marketplaces. Consumer rights.

1. INTRODUÇÃO

O avanço tecnológico e a popularização da internet transformaram profundamente as relações de consumo, fazendo com que o comércio digital se tornasse um dos principais meios de aquisição de produtos e serviços no Brasil e no mundo. Segundo dados da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD, 2023), mais de 80% dos consumidores conectados realizam compras on-line regularmente, impulsionando um mercado marcado pela praticidade, rapidez e grande variedade de ofertas.

No entanto, tais inovações também trouxeram novos desafios relacionados à segurança das transações, proteção de dados, assimetria de informações e aumento de práticas fraudulentas fatores que intensificam a vulnerabilidade do consumidor no ambiente virtual.

No Brasil, o principal instrumento normativo de proteção é o Código de Defesa do Consumidor (CDC), promulgado em 1990, muito antes da consolidação do comércio eletrônico moderno. Embora o Decreto nº 7.962/2013 tenha buscado complementar o CDC e estabelecer regras específicas para as contratações on-line, diversas pesquisas apontam que ainda há lacunas importantes na proteção do consumidor digital.

REVISTA TÓPICOS

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

Estudos contemporâneos destacam preocupações relativas à atuação dos marketplaces, à responsabilidade solidária entre fornecedores e plataformas, ao aumento significativo de golpes virtuais e à dificuldade de solução de conflitos em compras mediadas por intermediadores digitais. Além disso, organismos de defesa do consumidor registram crescimento expressivo nas reclamações sobre produtos não entregues, propaganda enganosa e falhas de atendimento pós-venda, evidenciando que o ambiente digital intensifica (STJ, REsp 1.740.942/RS, 2019; MJSP, 2024)

Apesar do reconhecimento da eficácia do CDC como um dos sistemas de proteção mais avançados do mundo, a literatura recente questiona sua capacidade de responder plenamente às novas estruturas do comércio digital, especialmente diante de modelos como marketplaces, dropshipping, comércio transfronteiriço, além da crescente atuação de fornecedores estrangeiros sem representação no país.

Esse cenário aponta um GAP científico e jurídico: até que ponto o CDC, mesmo com regulamentações complementares, é suficiente para assegurar proteção adequada ao consumidor nas compras on-line? Essa pergunta permanece relevante e ainda não totalmente respondida, sobretudo diante do ritmo acelerado das transformações digitais.

Nesse sentido, o problema que orienta este estudo é: o Código de Defesa do Consumidor protege adequadamente o consumidor nas transações realizadas no comércio digital?

Diante da relevância social, jurídica e acadêmica do tema, este trabalho tem como objetivo geral: analisar a efetividade do CDC na proteção do consumidor nas compras realizadas em ambiente digital. Tendo como objetivos específicos: identificar os principais direitos do consumidor aplicáveis ao comércio eletrônico; analisar os principais conflitos enfrentados pelos consumidores no ambiente digital; verificar como o CDC e o Decreto nº 7.962/2013 têm sido interpretados pela doutrina e pelo Poder Judiciário; avaliar se o arcabouço jurídico atual é suficiente para proteger o consumidor diante das novas práticas do mercado digital.

A realização desta pesquisa se justifica por sua importância teórica, ao contribuir para o debate sobre a atualização e interpretação contemporânea do CDC, e prática, ao oferecer subsídios para consumidores, profissionais do direito e órgãos fiscalizadores sobre os desafios e necessidades de aprimoramento do comércio eletrônico no Brasil.

Ademais, compreender a efetividade da proteção jurídica no ambiente digital é essencial para responder ao problema proposto, considerando o crescimento exponencial das compras on-line e o aumento de conflitos decorrentes dessas relações.

2. PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO MERCADO DIGITAL

2.1. Transformações Tecnológicas e o Novo Cenário das Relações de Consumo

O crescimento do comércio eletrônico remodelou profundamente o comportamento do consumidor, ampliando o acesso a produtos e serviços e

rompendo fronteiras geográficas tradicionais. Segundo Castells (2013), a digitalização das relações sociais e econômicas redefiniu a lógica das interações humanas, criando novas formas de consumo mediadas por plataformas tecnológicas. No ambiente brasileiro, essa expansão trouxe benefícios, como rapidez e conveniência, mas também desafios relacionados à ausência de contato físico, opacidade das informações e aumento das transações automatizadas, o que intensifica a vulnerabilidade do consumidor nas operações online (Moura & Garcia, 2021).

No mercado digital, a assimetria informacional torna-se ainda mais evidente, pois o consumidor depende exclusivamente das descrições fornecidas nas plataformas, não podendo manipular o produto ou verificar sua procedência antes da compra. O consumidor digital lida com riscos adicionais decorrentes da complexidade técnica dos serviços, da intermediação algorítmica e da ausência de transparência sobre os agentes envolvidos na transação. Assim, a proteção jurídica deve considerar esse novo contexto, em que a tecnologia impacta diretamente a formação da vontade contratual e a segurança das operações comerciais (Doneda, 2020).

2.2. Princípios Fundamentais Aplicáveis ao Comércio Eletrônico

Os princípios fundamentais do Código de Defesa do Consumidor (CDC) mantêm plena aplicabilidade no comércio digital, ainda que formulados antes da expansão da internet. O princípio da vulnerabilidade, previsto no art. 4º, I, do CDC, assume dimensão ampliada, pois o consumidor enfrenta não apenas carência técnica, mas também falta de domínio sobre os mecanismos digitais, conforme afirma Nunes (2022). Essa vulnerabilidade

técnica e informacional justifica a necessidade de reforço da proteção, sobretudo em ambientes mediadores e automatizados.

Segundo Tartuce (2021), O princípio da boa-fé objetiva também assume papel central, impondo deveres de transparência e cooperação entre fornecedores e consumidores. A boa-fé deve ser interpretada de forma funcional, alcançando condutas como clareza nas ofertas, segurança dos sistemas e prevenção de riscos previsíveis.

No comércio eletrônico, a confiança depositada na plataforma é elemento essencial para a contratação, motivo pelo qual a jurisprudência tem reconhecido o dever de cuidado das empresas que administram marketplaces, responsabilizando-as pela qualidade e segurança da experiência digital.

2.3. O CDC e o Decreto nº 7.962/2013: Regulamentação Específica para o Comércio Digital

O CDC, apesar de anterior à popularização do comércio eletrônico, possui estrutura principiológica apta à adaptação às práticas digitais. Para complementar essa proteção, o Decreto nº 7.962/2013 estabeleceu regras específicas para o e-commerce, reforçando obrigações como informação clara, atendimento facilitado e direito de arrependimento. Esse decreto representou avanço significativo ao detalhar deveres relacionados à transparência e à identificação do fornecedor, elementos essenciais no ambiente digital (Marques, 2019).

Para Benjamin, Marques e Bessa (2022), o decreto não acompanhou práticas recentes, como dropshipping e vendas transfronteiriças, deixando incertezas sobre responsabilidade, logística reversa e efetividade do direito de arrependimento em compras internacionais. Tais lacunas impõem a necessidade de interpretação sistemática entre CDC, Decreto nº 7.962/2013 e normas de proteção de dados, a fim de assegurar a efetividade dos direitos do consumidor digital.

2.4. A Responsabilidade Civil no Ambiente Digital: Fornecedores, Marketplaces e Intermediadores

A responsabilidade civil no comércio eletrônico ocupa posição central na discussão contemporânea sobre proteção do consumidor. O CDC prevê responsabilidade objetiva do fornecedor, mas o papel ativo dos marketplaces levou a doutrina e a jurisprudência a reconhecê-los como cofornecedores.

Como afirma Moraes (2021), quando a plataforma interfere na divulgação, no pagamento ou na logística, ela integra a cadeia de consumo e deve responder solidariamente por falhas ou vícios. Essa interpretação tem sido reiterada pelo Superior Tribunal de Justiça, que entende que marketplaces não são meras vitrines digitais.

O problema se intensifica quando fornecedores internacionais utilizam plataformas nacionais sem possuir representação jurídica no país. Nessas situações há evidente fragilidade na reparação de danos, pois o consumidor encontra obstáculos para exigir cumprimento de garantias e devolução de valores. A expansão do dropshipping também amplia o debate, já que essa

modalidade frequentemente oculta a origem do produto e fragmenta a cadeia de fornecimento, elevando a assimetria informacional e o risco de danos ao consumidor (Silva & Rodrigues, 2022).

2.5. Proteção de Dados Pessoais, Privacidade e Segurança das Transações

A digitalização das relações de consumo tornou a proteção de dados elemento essencial da defesa do consumidor. A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) estabelece princípios de finalidade, necessidade e segurança, determinando que fornecedores adotem medidas capazes de proteger as informações pessoais dos consumidores. No comércio eletrônico, o uso de dados integra o próprio modelo de negócio, o que exige rigor na implementação de medidas de segurança, especialmente diante do aumento de fraudes digitais (Almeida, 2023).

Para Sarlet e Molinaro (2020), a relação entre CDC e LGPD tem sido amplamente debatida na doutrina, que reforça a complementaridade entre ambos os diplomas. O tratamento inadequado de dados que resulte em dano ao consumidor deve ser interpretado à luz da responsabilidade objetiva, já que a segurança da plataforma integra o serviço contratado. Casos de phishing, boletos falsos e clonagem de contas demonstram que a falha de segurança constitui defeito do serviço, gerando responsabilidade civil do fornecedor, conforme entendimento consolidado no STJ.

2.6. Desafios Contemporâneos: Transações Internacionais, Rapidez da Inovação e Lacunas Normativas

A globalização do comércio digital ampliou o alcance das transações internacionais, mas trouxe dificuldades relacionadas à garantia, ao exercício do direito de arrependimento e à responsabilização de fornecedores estrangeiros.

Como explica Marques (2020), a legislação brasileira ainda não dispõe de mecanismos eficazes para assegurar a representação obrigatória de empresas estrangeiras que comercializam em larga escala no país, o que fragiliza a posição do consumidor. Ademais, a logística reversa em compras internacionais constitui um dos principais obstáculos para a efetivação dos direitos previstos no CDC.

Para Lima (2022), outro desafio é a velocidade das inovações tecnológicas, que supera a capacidade de atualização da legislação. A utilização de inteligência artificial em atendimentos, a personalização algorítmica de ofertas e os contratos inteligentes (smart contracts) introduzem novos riscos ainda pouco tratados pela doutrina. Tais práticas exigem regulamentação específica, mas também interpretação evolutiva do CDC, pois os princípios da boa-fé, informação e transparência continuam sendo bases capazes de orientar soluções para conflitos inéditos.

3. METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste estudo descreve, de forma clara e sistematizada, os procedimentos empregados para atingir os objetivos propostos e responder à problemática investigada. O trabalho enquadra-se como uma pesquisa bibliográfica, de abordagem qualitativa, com caráter

REVISTA TÓPICOS

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

exploratório e descritivo, uma vez que busca compreender como ocorre a proteção do consumidor no contexto do comércio eletrônico, identificando os principais limites, desafios e mecanismos previstos pelo ordenamento jurídico brasileiro, especialmente à luz do Código de Defesa do Consumidor.

A escolha por uma abordagem qualitativa justificou-se pela necessidade de interpretar criticamente conteúdos doutrinários, legislações, artigos científicos e documentos institucionais, possibilitando uma leitura aprofundada das transformações e tendências relacionadas às relações de consumo no ambiente digital.

O desenvolvimento metodológico consistiu na realização de um levantamento sistemático de materiais acadêmicos e normativos, incluindo livros, artigos científicos, monografias, dissertações, teses, legislações e publicações oficiais que abordam temas como comércio eletrônico, direitos do consumidor, responsabilidade civil digital e segurança das relações de consumo online.

A busca pelas fontes foi realizada em bases como PubMed, SciELO, LILACS, portais de revistas jurídicas e repositórios institucionais, visando reunir produções atualizadas e pertinentes à construção do referencial teórico e à análise reflexiva dos dados coletados.

O universo da pesquisa engloba o conjunto de estudos, documentos e produções científicas relacionadas ao direito do consumidor no ambiente digital. A amostra, por sua vez, corresponde aos materiais selecionados

conforme critérios de relevância, atualidade, relação direta com o tema e fundamentação teórica consistente.

Como instrumento de coleta de dados, utilizou-se a análise documental e a revisão de literatura, o que permitiu identificar convergências, divergências e lacunas existentes entre diferentes autores, jurisprudências e interpretações doutrinárias sobre a proteção do consumidor nas compras online.

A etapa de análise dos dados ocorreu por meio da organização do material em categorias temáticas, elaboradas conforme os aspectos mais recorrentes nos estudos examinados, tais como: direitos básicos do consumidor no comércio eletrônico, deveres dos fornecedores que atuam em ambiente digital, mecanismos de segurança e transparência, responsabilidade nas relações virtuais, limites do CDC frente às novas tecnologias e desafios emergentes na proteção jurídica do consumidor digital.

Assim, a metodologia adotada oferece sustentação adequada para o alcance dos objetivos do estudo, contribuindo para uma compreensão aprofundada sobre como se estruturam os direitos do consumidor no comércio eletrônico e quais dificuldades ainda se impõem à efetividade do Código de Defesa do Consumidor no ambiente digital.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES OU ANÁLISE DOS DADOS

Os achados da pesquisa evidenciam que o avanço das transações online tem modificado de maneira profunda as dinâmicas de consumo e, conseqüentemente, a necessidade de fortalecimento dos mecanismos de proteção ao consumidor. A análise do material bibliográfico indicou que o

REVISTA TÓPICOS

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

ambiente digital amplia o acesso a produtos e serviços, mas também intensifica riscos relacionados à transparência, segurança da informação e cumprimento das obrigações por parte dos fornecedores.

De acordo com Doneda (2019), o comércio eletrônico exige novas formas de tutela jurídica, especialmente no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais e à prevenção de práticas que possam comprometer a confiança do consumidor. Tal perspectiva confirma os achados desta pesquisa, que apontam para a relevância de normas claras e mecanismos eficazes de fiscalização no ambiente virtual.

Para Benjamin, Marques e Bessa (2020), a revisão da literatura igualmente demonstra que grande parte das vulnerabilidades encontradas nas compras online decorre da assimetria informacional entre fornecedores e consumidores. a informação desempenha papel central na proteção jurídica do consumidor, sobretudo em plataformas digitais, onde há grande volume de anúncios, contratos extensos e conteúdo pouco acessível ao público leigo.

Os resultados da presente pesquisa corroboram essa visão ao mostrar que muitos estudos relatam dificuldades na compreensão adequada das políticas de privacidade, condições de uso e prazos de entrega, reforçando a necessidade de maior clareza, simplicidade e objetividade nas informações disponibilizadas aos usuários no comércio eletrônico. Outro ponto recorrente nas análises refere-se à responsabilidade dos fornecedores diante das falhas que ocorrem no ciclo de consumo digital.

Segundo Tartuce (2021), a aplicação do Código de Defesa do Consumidor permanece válida no comércio eletrônico, devendo ser adaptada às especificidades do momento digital sem perder sua essência protetiva. Os estudos revisados apontam que problemas como golpes, não entrega do produto, anúncios enganosos e dificuldades de arrependimento continuam sendo desafios que exigem atualização constante das práticas regulatórias.

Essa constatação se aproxima das conclusões de Martins (2022), que afirma que a expansão do comércio digital exige medidas mais rigorosas de rastreabilidade e responsabilização das empresas para combater violações de direitos. Além disso, percebeu-se que a educação digital do consumidor é um elemento frequentemente apontado como essencial para o uso seguro das plataformas online.

Como destaca Mattos (2018), compreender os direitos e deveres no ambiente virtual é fundamental para reduzir a vulnerabilidade do consumidor e fortalecer sua autonomia nas relações de consumo. A literatura internacional analisada nesta pesquisa mostra tendência semelhante: autores como Helberger (2020) defendem que o consumidor contemporâneo precisa desenvolver competências digitais para interagir com sistemas automatizados, algoritmos de recomendação e contratos eletrônicos de forma mais crítica, evitando riscos de manipulação e perda de privacidade.

Diante disso, os resultados discutidos demonstram que a consolidação de um comércio digital mais seguro depende de uma combinação de fatores: normas atualizadas, maior fiscalização, transparência nas práticas de

mercado e formação contínua tanto dos consumidores quanto dos fornecedores.

Assim como afirmam Almeida & Pereira (2021), a integração entre tecnologia, proteção jurídica e educação digital tende a fortalecer a efetividade do Código de Defesa do Consumidor no contexto das compras online. Dessa forma, observa-se que a proteção do consumidor no ambiente virtual não se limita à simples aplicação da legislação existente, mas envolve uma construção contínua de práticas inovadoras, seguras e alinhadas às novas demandas sociais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa permitiu compreender que o comércio digital, apesar de oferecer facilidades e ampliar o acesso a produtos e serviços, intensifica desafios relacionados à proteção do consumidor. Os objetivos estabelecidos no início do estudo foram alcançados, uma vez que foi possível identificar os principais direitos aplicáveis às relações de consumo on-line, analisar os conflitos mais frequentes nesse ambiente e avaliar a efetividade do Código de Defesa do Consumidor (CDC) e do Decreto nº 7.962/2013 diante das novas dinâmicas do mercado digital.

Constatou-se que, embora o arcabouço jurídico brasileiro seja robusto, ainda enfrenta dificuldades para responder de forma plena às complexidades do ambiente virtual, marcado por assimetrias informacionais, práticas abusivas e expansão de modelos de negócio como marketplaces e dropshipping.

REVISTA TÓPICOS

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

Os resultados evidenciam que o CDC continua sendo instrumento essencial para a tutela do consumidor, porém necessita de interpretações atualizadas e complementações normativas que acompanhem a evolução tecnológica. Situações envolvendo golpes, não entrega de produtos, publicidade enganosa e fragilidades no tratamento de dados pessoais permanecem como pontos sensíveis que exigem atenção do legislador, das plataformas digitais e dos órgãos de defesa do consumidor.

O estudo também demonstrou que a educação digital do consumidor e a transparência nas práticas comerciais são fatores determinantes para a redução da vulnerabilidade no ambiente virtual.

As limitações observadas dizem respeito, principalmente, à rápida evolução do comércio eletrônico, que frequentemente supera a capacidade de adaptação das normas vigentes. Dessa forma, sugere-se que futuras pesquisas explorem estratégias jurídicas e tecnológicas capazes de fortalecer a fiscalização das plataformas digitais, examinem o papel dos algoritmos na tomada de decisão do consumidor e investiguem formas eficazes de responsabilização de fornecedores estrangeiros atuantes no mercado brasileiro.

Conclui-se que a proteção do consumidor no comércio digital depende da integração entre legislação atualizada, práticas empresariais éticas, mecanismos eficientes de fiscalização e capacitação contínua dos consumidores. A adoção de medidas abrangentes e coordenadas é fundamental para garantir um ambiente de consumo mais seguro,

REVISTA TÓPICOS

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

transparente e equilibrado, capaz de acompanhar as transformações trazidas pela era digital e de assegurar a efetividade dos direitos previstos no CDC.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, F. A.; MACHADO, S. C. Comércio eletrônico e vulnerabilidade do consumidor: desafios regulatórios na sociedade digital. *Revista de Direito, Estado e Tecnologia*, v. 15, n. 2, p. 44-62, 2021.

ALMEIDA, F. A.; PEREIRA, L. M. Proteção jurídica do consumidor em ambientes digitais: desafios contemporâneos. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 130, p. 45-68, 2021.

BARBOSA, M. R. Publicidade e transparência nas plataformas digitais: desafios do comércio eletrônico. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 131, p. 79-101, 2023.

BENJAMIN, A. H.; MARQUES, C.; BESSA, L. R. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. 8. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020.

BRASIL. Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013. Regulamenta a contratação no comércio eletrônico. Brasília: Presidência da República, 2013. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/>. Acesso em: 27 nov. 2025.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor.

REVISTA TÓPICOS

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

Brasília: Presidência da República, 1990. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/>. Acesso em: 27 nov. 2025.

DONEDA, D. Da privacidade à proteção de dados pessoais: fundamentos da Lei Geral de Proteção de Dados. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

GALINDO, P. H. Responsabilidade civil de plataformas de marketplace: uma releitura à luz do CDC. Revista Jurídica da UNICAP, v. 12, n. 1, p. 147-168, 2022.

HELBERGER, N. The digital consumer and the law: understanding vulnerability in algorithmic environments. Journal of Consumer Policy, v. 43, p. 123-140, 2020.

MARQUES, C. L.; MIRAGEM, B. Contratos no Código de Defesa do Consumidor. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2022.

MARTINS, G. F. Responsabilidade civil no comércio eletrônico: novas perspectivas à luz do CDC. Revista Eletrônica de Direito do Consumidor, v. 17, n. 2, p. 89-112, 2022.

MATTOS, F. P. Educação digital para consumidores: um caminho para a cidadania no ambiente virtual. Revista Brasileira de Educação Digital, v. 4, n. 1, p. 55-71, 2018.

MJSP. Ministério da Justiça e Segurança Pública. Relatório Anual de Segurança no Comércio Eletrônico 2024. Brasília: Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor, 2024.

REVISTA TÓPICOS

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

MORAES, M. C. A vulnerabilidade do consumidor digital e os desafios da proteção jurídica. *Revista Brasileira de Direito do Consumidor*, v. 127, p. 33-54, 2021.

PROCON BRASIL. Relatório Nacional de Reclamações Fundamentadas 2023. Brasília: Secretaria Nacional do Consumidor – SENACON, 2023.

SARLET, I. W.; MOLINARO, C. A. Direitos fundamentais na era digital: desafios contemporâneos. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2020.

STJ. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial nº 1.840.942/RS. Rel. Min. Nancy Andrighi. Brasília, 2019. Disponível em: <https://www.stj.jus.br>. Acesso em: 27 nov. 2025.

UNCTAD. United Nations Conference on Trade and Development. Digital Economy Report 2023. New York: United Nations, 2023. Disponível em: <https://unctad.org>. Acesso em: 27 nov. 2025.

¹ Graduando em Direito, Faculdade de Educação São Francisco (FAESF), Pedreiras, Maranhão. E-mail: ivywallace6@gmail.com

² Mestre em Estudos Jurídicos com ênfase em Direito Internacional, Must University. E-mail: clicianoxsilva@gmail.com