

**III CONGRESSO INTERNACIONAL
DE DIREITO, POLÍTICAS PÚBLICAS,
TECNOLOGIA E INTERNET**

**DIREITO, POLÍTICAS PÚBLICAS, TECNOLOGIA E
INTERNET I (ON-LINE) II**

D598

Direito, políticas públicas, tecnologia e internet I – online II [Recurso eletrônico on-line]
organização III Congresso Internacional de Direito, Políticas Públicas, Tecnologia e Internet:
Faculdade de Direito de Franca – Franca;

Coordenadores: Juliana Rodrigues Freitas, Rodrigo Vieira e Daniel Alexandre – Franca:
Faculdade de Direito de Franca, 2025.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-367-1

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Governança, regulação e o futuro da inteligência artificial.

1. Direito. 2. Políticas Públicas. 3. Tecnologia. 4. Internet. I. III Congresso Internacional
de Direito, Políticas Públicas, Tecnologia e Internet (1:2025 : Franca, SP).

CDU: 34

III CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO, POLÍTICAS PÚBLICAS, TECNOLOGIA E INTERNET

DIREITO, POLÍTICAS PÚBLICAS, TECNOLOGIA E INTERNET I (ON-LINE) II

Apresentação

Entre os dias 30 de setembro e 3 de outubro de 2025, a Faculdade de Direito de Franca recebeu o III Congresso Internacional de Direito, Políticas Públicas, Tecnologia e Internet. O evento reuniu acadêmicos, profissionais, pesquisadores e estudantes, promovendo o debate interdisciplinar sobre o impacto das inovações tecnológicas no campo jurídico e nas políticas públicas. A programação envolveu Grupos de Trabalho (GTs) organizados para aprofundar temas específicos, abordando desde o acesso à justiça até as complexidades da regulação tecnológica, com ênfase na adaptação do sistema jurídico aos avanços da inteligência artificial e da automação.

O GT 6 discute o papel das políticas públicas e do direito digital na regulação da internet e das novas tecnologias. Os trabalhos tratam de desinformação, privacidade, responsabilidade de plataformas e sustentabilidade no ambiente digital. O grupo reforça a importância de um uso ético e democrático da tecnologia em prol da cidadania e da transparência.

A PROTEÇÃO DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR NA ERA DIGITAL: DESAFIOS E GARANTIAS NA RELAÇÃO DE CONSUMO NO MERCADO ONLINE.

THE PROTECTION OF CONSUMER RIGHTS IN THE DIGITAL AGE: CHALLENGES AND GUARANTEES IN THE CONSUMER RELATIONSHIP IN THE ONLINE MARKET.

**Maira Gabriela Guedini
Millena Nubia da Silva**

Resumo

O crescimento do comércio eletrônico transformou as relações de consumo no Brasil, exigindo atualizações no ordenamento jurídico. Embora o Código de Defesa do Consumidor continue sendo a principal norma, ele mostra limitações frente aos desafios digitais, como fraudes, publicidade enganosa, uso indevido de dados e dificuldades em marketplaces. O estudo aponta a necessidade de um sistema jurídico mais ágil e adaptado à era digital, aliado a políticas públicas, educação digital e atuação eficaz dos órgãos de defesa. Proteger o consumidor online requer não só normas atualizadas, mas também consumidores informados e um mercado mais transparente.

Palavras-chave: Consumidor digital, Comércio eletrônico, Proteção de dados, Relações de consumo online, Lei geral de proteção de dados lgpd, Código de defesa do consumidor cdc

Abstract/Resumen/Résumé

The growth of e-commerce has transformed consumer relations in Brazil, requiring updates to the legal framework. Although the Consumer Defense Code remains the main regulation, it shows limitations in facing digital challenges, such as fraud, misleading advertising, misuse of data, and difficulties in marketplaces. The study points to the need for a more agile legal system adapted to the digital age, alongside public policies, digital education, and effective action from defense agencies. Protecting online consumers requires not only updated regulations but also informed consumers and a more transparent market.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Digital consumer, E-commerce, Data protection, Online consumer relations, General data protection law lgpd, Consumer protection code cdc

1. Introdução

O avanço tecnológico nas últimas décadas modificou profundamente as relações de consumo. No Brasil, o crescimento exponencial do comércio eletrônico facilitou a vida dos consumidores, mas também trouxe novos desafios jurídicos e sociais. As relações comerciais, antes restritas a ambientes físicos, migraram para o digital, exigindo adaptações do ordenamento jurídico.

Apesar de o Código de Defesa do Consumidor (CDC) continuar sendo a principal norma de proteção, ele foi criado em 1990, quando o ambiente digital ainda era incipiente. No cenário atual, questões como publicidade enganosa online, dificuldade de exercer o direito de arrependimento, uso indevido de dados e violações à privacidade demonstram que as regras tradicionais nem sempre são suficientes.

Diante disso, este trabalho tem como objetivo analisar o grau de efetividade da legislação vigente na proteção do consumidor nas compras online, levando em consideração também o Marco Civil da Internet e a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

Além da praticidade que o comércio eletrônico proporciona, nota-se um aumento expressivo na complexidade das relações de consumo. A presença de intermediários digitais, como marketplaces e aplicativos de compras, fragmenta a responsabilização e dificulta o acesso do consumidor à reparação de danos. O ambiente online também intensifica a assimetria de informações, colocando o consumidor em situação ainda mais vulnerável diante de fornecedores que utilizam estratégias tecnológicas avançadas para influenciar decisões de compra.

Com o crescimento da inteligência artificial e da análise preditiva de comportamento, as práticas comerciais se tornaram mais invasivas e menos transparentes. Diante disso, é imprescindível refletir sobre o papel do Estado na regulamentação dessas novas práticas, bem como sobre a necessidade de um arcabouço jurídico atualizado e efetivo. A introdução de novas ferramentas legais e o fortalecimento das instituições responsáveis pela defesa do consumidor digital são medidas urgentes para garantir a equidade nas relações comerciais online.

2. Desenvolvimento

A pesquisa parte do reconhecimento de que o consumidor digital está exposto a novas formas de vulnerabilidade. Douglas Santin define essa condição como “hipervulnerabilidade digital”, destacando o uso de algoritmos e de dados para influenciar decisões de compra. Outros estudiosos, como Martin Brenneke e Gregory Dickinson, discutem os dark patterns e práticas de manipulação digital, que prejudicam a autonomia do consumidor.

Além disso, autores como Pedro Graça destacam a fragilidade da autorregulação publicitária em ambientes digitais, enquanto Erick Labanca Garcia aponta as principais dificuldades enfrentadas pelos consumidores em marketplaces e sites: atrasos, produtos defeituosos, omissão de informações e ineficácia no atendimento.

Para enfrentar tais problemas, a legislação brasileira já prevê direitos fundamentais: o CDC assegura informações claras, o direito de arrependimento, responsabilidade do fornecedor, e garantias mínimas. Já o Marco Civil da Internet garante a neutralidade da rede, privacidade e responsabilidade civil, enquanto a LGPD impõe obrigações quanto ao tratamento ético e transparente dos dados dos usuários.

A pesquisa também considera o método dedutivo, com análise bibliográfica e documental, aplicando normas existentes a situações práticas no comércio eletrônico. A base empírica considera jurisprudência atualizada e artigos acadêmicos, revelando a necessidade de adaptação normativa contínua frente à inovação digital.

A atuação das plataformas digitais, muitas vezes, escapa ao controle direto dos órgãos de defesa do consumidor, o que acentua a sensação de impunidade em casos de lesão a direitos. Ainda que os consumidores possam recorrer ao Procon ou ao Judiciário, os trâmites processuais podem ser morosos e desestimulantes, especialmente quando o dano é de pequena monta. A ausência de mecanismos ágeis e acessíveis para solução de conflitos online contribui para a perpetuação de práticas abusivas.

Outro ponto sensível é o uso de cookies e a coleta de dados comportamentais sem o devido consentimento. Muitos consumidores sequer compreendem a extensão do monitoramento a que estão submetidos ao navegar por lojas virtuais. A LGPD traz avanços importantes nesse aspecto, mas sua efetividade depende da fiscalização e da responsabilização efetiva dos agentes que

infringem seus dispositivos. A proteção do consumidor na era digital exige, portanto, uma abordagem integrada entre tecnologia, educação digital e Direito.

3. Conclusão

A proteção do consumidor na era digital é um dos grandes desafios do Direito contemporâneo. Apesar de o ordenamento jurídico brasileiro possuir normas robustas, como o CDC, o Marco Civil da Internet e a LGPD, a aplicação prática ainda esbarra em lacunas e ineficiências.

A análise desenvolvida demonstrou que os consumidores enfrentam problemas recorrentes como fraudes, publicidade enganosa, violação de dados e falta de suporte. A legislação precisa ser constantemente revista e complementada, tanto por projetos de lei quanto por políticas públicas, ações educativas e regulação tecnológica eficaz.

A conclusão é clara: é necessário um sistema jurídico mais dinâmico, que integre os princípios clássicos de proteção ao consumidor com as especificidades do ambiente digital.

A pesquisa demonstra que a proteção jurídica do consumidor não deve se limitar à aplicação das normas existentes, mas sim acompanhar as transformações do mercado digital. O Direito precisa estar em constante diálogo com a tecnologia para garantir que princípios como transparência, boa-fé e segurança jurídica não sejam esvaziados diante das inovações. A regulamentação de novas práticas comerciais, como o uso de influenciadores digitais e algoritmos de recomendação, é parte essencial desse processo.

Além disso, destaca-se a importância da educação digital como instrumento de empoderamento do consumidor. A consciência sobre seus próprios direitos e riscos no ambiente online é uma forma de prevenção contra abusos. Cabe ao Estado, às instituições de ensino e aos próprios fornecedores de serviços digitais promover esse conhecimento. A consolidação de um ambiente de consumo digital seguro depende tanto de normas jurídicas quanto da formação crítica dos usuários.

4. Referências

SANTIN, Douglas R. W. **A hipervulnerabilidade digital do consumidor**, disponível em: <https://revista.defensoria.rs.def.br/defensoria/article/view/548>. Acesso em 08 de jun. de 2025

GARCIA, Erick L. **A proteção do consumidor nas compras pela internet. 2024**, disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/350231/direitos-do-consumidor-nas-compras-pela-internet>. Acesso em 08 de jun. 2025.

GRAÇA, Pedro. **Direitos do consumidor na era digital: O caso especial da publicidade à luz da autorregulação**, disponível em: <https://zoboko.com/text/gmm8l2xp/manual-de-direito-na-era-digital-consumidor/5>. Acesso em 08 de jun. de 2025.

Código de Defesa do Consumidor, **Lei nº 8.078/1990**, disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078compilado.htm. Acesso em 09 de jun. de 2025.

Lei Geral de Proteção de Dados, **Lei nº 13.709/2018**, disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm. Acesso em 09 de jun. de 2025.

Marco Civil da Internet, **Lei nº 12.965/2014**, disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm. Acesso em 09 de jun. de 2025.

JusBrasil; **Evolução histórica do comércio**, disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/evolucao-historica-do-comercio>. Acesso 09 de jun. de 2025

Labanca Garcia, Erick; **A proteção do consumidor nas compras pela internet**, disponível em:

<https://jus.com.br/artigos/112024/a-protecao-do-consumidor-nas-compras-pela-internet>. Acesso em: 10 de jun. de 2025

Redação ConJur; **STJ compila jurisprudência sobre direitos dos consumidores em compras na internet**, disponível em: <https://www.conjur.com.br/2018-ago-08/stj-compila-jurisprudencia-direitos-consumidor-internet/>. Acesso em: 10 de jun. de 2025

Brenncke, Martin; **REGULATING DARK PATTERNS**, disponível em: <https://arxiv.org/pdf/2310.00340>. Acesso em: 11 de jun. de 2025

M. DICKINSON, GREGORY; **THE PATTERNS OF DIGITAL DECEPTION**, disponível em: <https://arxiv.org/pdf/2412.19850>. Acesso em: 11 de jun. de 2025