

## OS DESAFIOS DA PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO ELETRÔNICO

Samira Santos Souza Vieira<sup>1</sup>  
Wellson Rosário Santos Dantas<sup>2</sup>

**RESUMO:** O comércio eletrônico no Brasil tem experimentado um crescimento impressionante, proporcionando aos consumidores acesso a uma ampla gama de produtos e serviços com facilidade e conveniência. No entanto, essa transformação digital também trouxe consigo desafios significativos em termos de proteção do consumidor. Este artigo examina os principais desafios enfrentados pelos consumidores brasileiros ao realizar compras online e as medidas necessárias para abordá-los. Um dos desafios mais prementes é a segurança de dados. Os consumidores no Brasil estão cada vez mais preocupados com a segurança de suas informações pessoais e financeiras em transações online. É crucial que as empresas adotem medidas robustas de segurança cibernética e estejam em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) para proteger os dados do consumidor. A disseminação de informações enganosas ou falsas também é uma preocupação, com produtos sendo anunciados de forma enganosa. As autoridades reguladoras no Brasil devem desempenhar um papel proativo na fiscalização e regulamentação das práticas de publicidade online. Em resumo, à medida que o comércio eletrônico continua a crescer no Brasil, a proteção do consumidor é de importância fundamental. A segurança de dados, a clareza nas políticas de devolução, o combate à desinformação e a atualização da legislação são áreas-chave que exigem atenção constante para garantir uma experiência de compra online segura e justa para os consumidores brasileiros.

2721

**Palavras-chave:** Comércio eletrônico. Proteção do consumidor. Segurança de dados. LGPD. Políticas de devolução, Legislação brasileira.

**ABSTRACT:** E-commerce in Brazil has experienced impressive growth, providing consumers with access to a wide range of products and services with ease and convenience. However, this digital transformation has also brought significant challenges in terms of consumer protection. This article examines the key challenges faced by Brazilian consumers when making online purchases and the necessary measures to address them. One of the most pressing challenges is data security. Consumers in Brazil are increasingly concerned about the security of their personal and financial information in online transactions. It is crucial for companies to adopt robust cybersecurity measures and comply with the General Data Protection Law (LGPD) to protect consumer data. The spread of misleading or false information is also a concern, with products being advertised deceptively. Regulatory authorities in Brazil must play a proactive role in overseeing and regulating online advertising practices. In summary, as e-commerce continues to grow in Brazil, consumer protection is of paramount importance. Data security, clarity in return policies, combating misinformation, and updating legislation are key areas that require constant attention to ensure a safe and fair online shopping experience for Brazilian consumers.

**Keywords:** E-commerce. Consumer protection. Data security. LGPD. Return policies. Brazilian legislation.

<sup>1</sup>Em formação no curso de direito na Universidade de Gurupi-UNIRG.

<sup>2</sup>Mestrando em Direito e tecnologia na era digital pela UNIVEM (Universidade de Marília).

## INTRODUÇÃO

O comércio eletrônico, popularmente conhecido como e-commerce, revolucionou a maneira como os consumidores brasileiros realizam suas compras. A conveniência de comprar produtos e serviços online, juntamente com a ampla variedade de opções disponíveis, tornou o comércio eletrônico uma parte fundamental da vida cotidiana. No entanto, essa transformação digital trouxe consigo uma série de desafios significativos em relação à proteção do consumidor no Brasil.

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. Este artigo explora os desafios que os consumidores brasileiros enfrentam ao fazer compras online e examina as medidas necessárias para enfrentar esses desafios de maneira eficaz.

Um dos desafios mais críticos é a segurança de dados pessoais e financeiros. À medida que os consumidores fornecem informações sensíveis ao fazer compras online, a proteção adequada desses dados torna-se essencial. O Brasil, assim como muitos outros países, implementou a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) para abordar essa questão, exigindo que as empresas adotem práticas rigorosas de segurança cibernética.

2722

Outro desafio é a transparência nas políticas de devolução e reembolso, bem como a resolução de conflitos. A falta de clareza nessas políticas pode deixar os consumidores vulneráveis a experiências negativas, abalando a confiança no comércio eletrônico. Portanto, é imperativo que as políticas sejam claras e justas.

Este artigo também examinará a responsabilidade das plataformas de e-commerce na proteção do consumidor e a regulamentação necessária para garantir a segurança e a confiabilidade do mercado online. À medida que o comércio eletrônico continua a evoluir no Brasil, a proteção do consumidor deve ser uma prioridade fundamental para criar um ambiente de compra online seguro e justo.

### 1. DIREITO DO CONSUMIDOR NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO

No ordenamento jurídico brasileiro, o direito do consumidor ocupa uma posição de destaque, garantindo proteção e equilíbrio nas relações comerciais entre fornecedores e consumidores. Sob essa temática, o arcabouço legal brasileiro estabelece uma série de direitos e deveres, visando assegurar a segurança e a justiça nas transações comerciais.

Nesse contexto, a legislação consumerista brasileira, principalmente o Código de Defesa do Consumidor (CDC), emerge como um marco fundamental, por meio da Lei nº 8.078, no ano de 1990, durante a gestão do presidente Fernando Collor. A criação do CDC teve como propósito inicial atender a uma exigência constitucional para corrigir lacunas na legislação, que lidava com as relações de consumo de maneira obsoleta, deixando o consumidor à mercê de suas garantias. (Lobo; Cintra, 2021)

Destaca Mota e Santos:

O Código de Defesa do Consumidor define ainda o que é uma relação de consumo e quais são os personagens que a integram, sendo eles o consumidor, como parte mais frágil e o fornecedor como parte mais forte (economicamente), ambos integrantes em polos opostos. (2023, p. 141)

No marco dos seus quase 34 anos de existência, em 2024, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) trouxe claramente as significativas mudanças e melhorias que introduziu na vida cotidiana dos brasileiros ao longo desse período. Fica evidente que a implementação de leis eficazes não apenas beneficia os consumidores, mas também os fornecedores, assegurando uma maior qualidade e integridade nas transações comerciais. (Lobo; Cintra, 2021)

Ele estabelece princípios basilares, tais como a vulnerabilidade do consumidor perante o fornecedor, a boa-fé nas relações de consumo, a responsabilidade objetiva dos fornecedores, dentre outros.

2723

No disposto no artigo 2º do Código do Consumidor, a figura do consumidor é considerada aquele que utiliza ou adquire um produto ou serviço, independentemente de ser uma pessoa física ou jurídica. Entretanto, a consideração de uma pessoa jurídica como consumidora está sujeita a duas condições específicas. Em primeiro lugar, é necessário determinar se a pessoa jurídica em questão é vulnerável no contexto da transação de consumo com o fornecedor em questão. Em segundo lugar, é essencial estabelecer se a pessoa jurídica está sendo destinatária final do produto ou serviço adquirido. (Lobo; Cintra, 2021)

Nesse sentido, analisa-se ainda a noção de vulnerabilidade, como um elemento distintivo do consumidor, visto que, se interliga diretamente ao princípio de isonomia, o qual tem suas raízes constitucionais no direito brasileiro. Tal princípio preconiza que "os desiguais devem ser tratados desigualmente, na medida de suas desigualdades, para que se alcance a igualdade almejada", alinhando-se com a chamada eficácia diagonal dos direitos fundamentais. (Oliveira, 2023)

Conforme estabelecido pelo artigo 4º, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor,

o consumidor é reconhecido como a parte mais vulnerável no âmbito do mercado de consumo. Embora haja uma contínua busca pelo direito de garantir igualdade para todas as partes envolvidas, nem sempre é viável alcançar essa igualdade plenamente. Por essa razão, é sempre necessário contar com ferramentas que assegurem que o lado mais fraco tenha condições de equilíbrio e proteção adequadas. (Lobo; Cintra, 2021)

Assim, os consumidores geralmente se encontram em uma posição de vulnerabilidade em relação aos fornecedores. A vulnerabilidade do consumidor vai além de uma mera fragilidade econômica, pode ser influenciada por diversos fatores, como assimetria de informações, poder de mercado desigual entre consumidores e fornecedores, falta de recursos para buscar reparação em caso de danos, entre outros. Portanto, compreender a vulnerabilidade do consumidor requer uma análise abrangente e contextualizada, levando em consideração não apenas aspectos econômicos, mas também sociais, culturais e jurídicos.

Ainda, vale ressaltar que o Constituinte de 1988 elevou a proteção do consumidor à categoria de direito fundamental, incluindo no inciso XXXII do art. 5º da Constituição Federal a disposição que estabelece a obrigação do Estado de promover. (Rodrigues; Silva, 2023)

No mesmo condão, discorre Mota e Santos:

Assim, o Código de Defesa do Consumidor traz em seu escopo a defesa e a proteção do consumidor, parte vulnerável em relação ao fornecedor, tanto nas questões de ordem pública, quanto nas questões individuais, abrangendo desde um indivíduo até uma coletividade, além da maior participação do Estado, nos termos do que preceitua o artigo 5º, inciso XXXII, CF/88. (2023, p. 141)

Nos dias de hoje, o direito do consumidor assume um papel crucial na sociedade, especialmente em um mundo cada vez mais globalizado e digitalizado. Com a proliferação do comércio eletrônico e a crescente complexidade das relações de consumo, torna-se ainda mais importante garantir a proteção dos direitos dos consumidores. Como bem destrincha Souza e Barreto:

Assim, pode-se dizer que o Código de Defesa do Consumidor, serve para dirimir, legitimar e reconhecer a maioria dos contratos realizados via internet, no entanto, este mesmo código não prevê ainda, meios para diminuir a consumação de contratos com graves falhas de segurança, publicidade de informações e principalmente o aperfeiçoamento contratual. (2017, p. 993)

O que se conclui é que as leis e regulamentos relacionados ao direito do consumidor visam equilibrar o poder entre consumidores e fornecedores, assegurando que os consumidores tenham acesso a informações claras e precisas sobre os produtos e serviços que estão adquirindo. Além disso, essas leis também estabelecem mecanismos para resolver

disputas de forma justa e eficiente. (Oliveira, 2023)

Portanto, o direito do consumidor desempenha um papel fundamental na proteção dos interesses dos consumidores e na promoção de relações de consumo justas e transparentes. É uma área do direito em constante evolução, adaptando-se às mudanças no mercado e nas tecnologias, com o objetivo de garantir que os consumidores possam desfrutar de seus direitos de forma plena e eficaz.

## 2. O COMÉRCIO ELETRÔNICO (E-COMMERCE): CONCEITO, CARACTERÍSTICAS E REVOLUÇÃO COMERCIAL

O comércio eletrônico, também conhecido como e-commerce, revolucionou a forma como as pessoas realizam transações comerciais ao redor do mundo. Esse modelo de negócio utiliza a internet como plataforma para compra e venda de produtos e serviços, proporcionando conveniência, praticidade e uma ampla gama de opções aos consumidores. Para Neto (2001, p. 29):

O comércio eletrônico pode ser definido como a compra e venda de produtos e bens pela internet. E visto até uma distinção que tem efeitos práticos, alguns entendem que somente os bens que circulam pela rede o que caracterizam o comércio eletrônico, ou seja, produtos que podem ser transferidos de uma máquina para outra, tais como programas de computador, o projeto arquitetônico de uma casa, uma música digitalizada, o conteúdo de um livro Podemos chamá-los como produtos de bits. Outros entendem que todos os produtos adquiridos pela internet fazem parte do comércio eletrônico. A diferença é que eles são entregues pelo correio ou empresas de transportes. Ou seja, são produtos átomos. Alguns autores também fazem a distinção designando como comércio direto a prestação de serviços e comércio indireto, a venda de bens físicos.

2725

O comércio eletrônico compartilha as mesmas finalidades básicas de uma loja física, todavia estando a um “clique” de distância do consumidor, sem necessidade de deslocamento, filas para pagamento e outros. No entanto, é evidente que existem diferenças significativas entre esses dois modelos. Uma das principais divergências está na comunicação. Em uma loja física, os clientes podem interagir diretamente com os vendedores e visualizar os produtos pessoalmente, enquanto no e-commerce, o atendimento é virtual e os consumidores conseguem comprar de casa, recebendo o produto na data acordada na compra. (Lobo; Cintra, 2021)

Conforme pontua, Azevedo (2014, p. 16):

O comércio eletrônico resolve uma das pretensões de todos os consumidores: a facilitação da comparação de preços e compra pelo menor preço. Por meio da utilização da Internet, o consumidor pode comparar preços no Brasil e no exterior sem sair de casa! As vantagens tanto para consumidores como para fornecedores são infinitas.

O conceito de e-commerce engloba uma variedade de atividades, desde a venda de produtos físicos, como eletrônicos, roupas e alimentos, até a prestação de serviços online, como streaming de música, consultorias e cursos virtuais. O e-commerce pode ocorrer em diferentes modelos, como B2C (business-to-consumer), B2B (business-to-business) e C2C (consumer-to-consumer), cada um atendendo a diferentes necessidades e públicos-alvo. (Carneiro, 2023)

Dentre as características do comércio eletrônico, destaca-se a praticidade oferecida aos consumidores, que podem realizar compras a qualquer hora e de qualquer lugar, sem a necessidade de deslocamento físico até uma loja tradicional. Nesse sentido disciplina Copello:

A doutrina aponta as principais características do comércio eletrônico: distância entre as partes, atemporalidade ou simultaneidade, desterritorialidade ou internacionalidade, objetividade ou autonomia, complexidade, fluidez ou imaterialidade. [...] A utilização da Internet pelo fornecedor para fazer negócios traz muitas vantagens, principalmente de ordem econômica. Não é mais necessário ter intermediários nem manter lojas físicas, com todos os custos prediais (aluguel, imposto, condomínio, água, luz, telefone, etc.) e custos de pessoal (vendas, limpeza, logística, gerência, caixa, etc.). Com uma loja virtual é possível atingir um número muito maior de consumidores, diretamente, em vários lugares diferentes, independentemente de onde esteja a sede do fornecedor, aumentando, assim, seus lucros. (2008, p. 46)

Além disso, o e-commerce proporciona uma maior variedade de produtos e serviços, permitindo aos consumidores compararem preços e características com facilidade, antes de efetuar uma compra. Nesse sentido, destaca Andrade e Silva (2017) *Apud* Rodrigues e Neves (2023, p. 18):

O comércio eletrônico se mostra que veio para facilitar a compra e venda, fazendo uma revolução, tornando o que era fácil, mais confortável, rápido e de baixo custo, ou seja, existe uma flexibilidade na compra. Além de não precisar ir até a loja, há a facilidade de comprar de qualquer lugar. Para que a utilização do comércio eletrônico, portanto, seja feita de maneira segura, a literatura salienta que é necessário pesquisar, busca informações sobre a empresa vendedora e procurar ler comentários sobre as experiências de compras.

A segurança das transações online também é uma preocupação fundamental no comércio eletrônico. Para garantir a confiabilidade das operações, são utilizados diversos mecanismos de proteção de dados, como criptografia e certificados de segurança, além de políticas de privacidade e termos de uso claros e transparentes.

Outra característica marcante do e-commerce é a possibilidade de personalização da experiência de compra. Através de algoritmos de recomendação e análise de comportamento do consumidor, as plataformas de e-commerce podem oferecer sugestões de produtos e promoções adaptadas aos interesses e preferências de cada cliente, aumentando a satisfação

e fidelidade do público. Azevedo (2014, p. 18):

No mundo dos negócios, podemos encontrar diferentes tipos de comércio eletrônico que se combinam e interagem, quais sejam: Serviços de comunicação interpessoal, métodos para organizações ou indivíduos, com interesses comuns, trocarem informações, discutirem ideias e cooperarem entre si. Empresas virtuais - acordos em que empresas associadas, fisicamente separadas, na geografia e na especialização, conseguem integrar-se em atividades complexas como se fossem uma única empresa. Serviços de compra on-line - essa forma de comércio eletrônico é a mais conhecida e o que vem à mente quando se fala em "comércio eletrônico". E o método pelo qual os clientes procuram e compram mercadorias ou serviços por meio das Redes eletrônicas - aqui estamos diante do B2C.

Apesar de todas as vantagens oferecidas pelo comércio eletrônico, é importante destacar também alguns desafios, como a concorrência acirrada, a necessidade de investimentos em logística e infraestrutura tecnológica, e a garantia de conformidade com as legislações locais e internacionais de comércio eletrônico.

Dessa forma, o comércio eletrônico é uma poderosa ferramenta que transformou radicalmente o modo como as pessoas consomem produtos e serviços. Com sua conveniência, variedade e segurança, o e-commerce continuará desempenhando um papel fundamental no mercado global, moldando o futuro do varejo e das relações comerciais

### 3. DESAFIOS E DA PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NAS COMPRAS ONLINE

2727

Como já mencionado, os direitos que protegem o consumidor representam um conjunto de normas e proteções destinadas a zelar pelos consumidores em suas transações comerciais com as empresas. Tais direitos desempenham um papel crucial na garantia de que os consumidores tenham acesso a produtos e serviços de qualidade, com segurança e transparência. (Carmo, 2011)

Ainda, é válido mencionar que a sociedade vive uma série de transformações significativas devido à proliferação da Internet, com o comércio eletrônico emergindo como um dos principais agentes de mudança nos hábitos de consumo. Diante desse cenário, considerando cuidadosamente a influência da Constituição Federal, Marco Civil da Internet e do Código de Defesa do Consumidor, que visam garantir uma efetiva proteção aos consumidores online. (Vasconcelos;Sarrazim; Pires, 2022)

No entanto, persistem desafios a serem enfrentados, como a falta de informação adequada por parte dos fornecedores, atrasos na entrega, produtos com defeitos, entre outros. Para assegurar a proteção do consumidor nas compras online, é imprescindível que os fornecedores adotem práticas transparentes e éticas, além de serem sujeitos a medidas de

fiscalização e controle por parte das autoridades competentes.

O comércio eletrônico realizado pela internet demanda uma atenção especial à confiança de cada parte envolvida no contrato. Isso se deve às assimetrias específicas inerentes a esse meio. Tal consideração é fundamental para garantir um ambiente seguro e bem-informado para todos os contratantes envolvidos em uma transação.

Assim, é crucial também que o consumidor se eduque e tome precauções antes de realizar uma compra pela internet. Isso envolve verificar a reputação do fornecedor, entender as políticas de troca e devolução, os métodos de pagamento e prazos de entrega, entre outros detalhes relevantes. Visto que, essa facilidade de compras a um nível global cria ainda que indiretamente uma certa instabilidade na aplicação do ordenamento jurídico. (Moura, 2023)

No mesmo liame de ideias, analisa Carmo:

A globalização tem intensificado o problema da tutela do consumidor, pois o caráter global do comércio eletrônico dificulta ainda mais a definição da jurisdição e a aplicação das leis. Diante dessa falta de barreiras nacionais do comércio eletrônico, conclui-se que o consumidor eletrônico encontra maior dificuldade na defesa de seus direitos. Dessa forma, esse assunto tem sido considerado internacionalmente muito importante. (2011, p. 81)

No que diz respeito à proteção dos dados pessoais, é essencial que o consumidor esteja ciente dos riscos associados à divulgação de informações pessoais online, como dados bancários e de cartão de crédito. O que torna por outro lado imperativo aos fornecedores que implementem medidas de segurança apropriadas para garantir a privacidade e proteção dos dados pessoais do consumidor. Como bem pontua Sales:

Os consumidores que realizam compras pela internet devem estar sempre atentos, observando os riscos de sua compra, realizando as diligências necessárias para que seus dados estejam seguros. Mas a responsabilidade maior fica a critério dos fornecedores, que devem prestar a segurança em suas relações de consumo, assumindo os riscos e responsabilidades pelos seus atos. (2021, p. 24)

O que se pondera é a relevância direta das questões consumeristas para o direito, uma vez que novas realidades práticas emergem como consequência. Tais realidades podem acarretar sérios prejuízos ou riscos para os consumidores, incluindo a perda de pagamentos acordados, a impossibilidade de examinar fisicamente os produtos ou serviços, fraudes ou falsificações em larga escala, atrasos imprevistos na solicitação ou cancelamento de contratos e violações de segurança significativas envolvendo informações confidenciais, como senhas. Além disso, esses problemas podem resultar em violações de privacidade, incluindo o hackeamento de senhas, dados financeiros e até mesmo fotos ou vídeos. (Vasconcelos;Sarrazim; Pires, 2022). Nesse sentido, destaca Diniz *et. al.*:

Situações como a falta de confiança em novos fornecedores, ainda desconhecidos; conflitos de leis nacionais e internacionais; padrões de segurança não uniformes; e a possibilidade de ter seus dados pessoais expostos geram preocupação naqueles que se utilizam do comércio virtual. Logo, a cautela no momento de comprar virtualmente ainda é a primeira defesa do consumidor contra fornecedores insidiosos, pois em caso de eventuais adversidades, é possível que o consumidor sequer detenha um contrato formal de compra e venda ou informações detalhadas e suficientes daquele que o lesou, dificultando a resolução do problema e a reparação do dano sofrido. (2019, p. 10)

O que se conclui é que um dos maiores desafios do comércio eletrônico reside em assegurar transparência e confiança. Os consumidores devem sentir-se confiantes de que suas expectativas são protegidas por meio de novos instrumentos comerciais, como a internet, redes eletrônicas e telecomunicações em larga escala. Pois não se pode negar que a evolução do comércio eletrônico tem um impacto direto na economia brasileira, especialmente nas interações entre consumidores e fornecedores, onde a comunicação e visualização dos produtos e serviços oferecidos diferem da venda direta tradicional. Dessa forma, é possível identificar diversos pontos positivos, porém é essencial considerar também os aspectos negativos. (Alves; Araújo, 2015)

Assim, mesmo com aspectos negativos, o comércio eletrônico traz vantagens inestimáveis tanto para os fornecedores quanto para os consumidores, representando uma inovação sem precedentes. O que viabilizou o acesso a um tipo de contrato, distinto dos tradicionalmente conhecidos. Este acordo de vontades, decorrente desse tipo de interação jurídica, passou a ser reconhecido pela maioria dos doutrinadores brasileiros como contrato eletrônico. (Alves; Araújo, 2015)

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os obstáculos relacionados à segurança do consumidor no comércio eletrônico são diversos e intrincados, requerendo uma estratégia abrangente e cooperativa para serem enfrentados de maneira eficaz. Em um ambiente digital em constante mudança, os consumidores enfrentam uma ampla gama de vulnerabilidades, que vão desde a falta de transparência e informações explícitas até preocupações com a proteção de dados pessoais.

Um dos principais obstáculos consiste em assegurar que os consumidores estejam plenamente cientes de seus direitos e tenham à disposição mecanismos eficazes para resguardar seus interesses no ambiente virtual. Isso engloba a exigência de políticas de privacidade claras e de fácil compreensão, além de procedimentos transparentes para a resolução de conflitos.

Incorporar o conceito de vulnerabilidade no contexto do consumo implica adotar medidas para amparar os consumidores em situações desfavoráveis, promovendo a igualdade nas interações de compra e venda. Isso pode incluir a formulação de políticas públicas, o reforço dos mecanismos de proteção ao consumidor, a educação e conscientização dos consumidores, assim como a implementação de normas e regulamentos que garantam a transparência e a imparcialidade nas transações comerciais. Refletir sobre a vulnerabilidade do consumidor é fundamental para construir um ambiente de consumo mais justo e equitativo, no qual os direitos dos consumidores sejam respeitados e protegidos em todas as situações.

Além disso, a proteção dos dados pessoais dos consumidores se torna uma preocupação cada vez mais relevante, principalmente diante do aumento das violações de dados e do uso indevido das informações pessoais. É imprescindível que as empresas implementem medidas sólidas de segurança cibernética e estejam em conformidade com as regulamentações de proteção de dados, assegurando assim a privacidade e a integridade das informações dos consumidores.

Mais um desafio considerável é assegurar uma experiência de compra online segura e confiável, o que envolve não apenas a prevenção de fraudes, mas também a garantia da qualidade dos produtos e serviços disponibilizados. Isso demanda uma cooperação estreita entre empresas, autoridades reguladoras e consumidores, visando desenvolver e aplicar práticas comerciais éticas e responsáveis.

As legislações relevantes, especialmente o Código de Defesa do Consumidor, desempenham um papel fundamental na proteção dos direitos do consumidor no ambiente digital. Esses marcos legais não apenas definem os direitos e responsabilidades, mas também demonstram a capacidade do direito do consumidor de se ajustar aos desafios modernos.

Dessa forma, podemos concluir que a proteção dos direitos do consumidor no ambiente online é um processo em evolução contínua, impulsionado pelas transformações tecnológicas e pelas novas demandas dos consumidores. A busca por um equilíbrio entre a conveniência das compras online e a salvaguarda dos interesses dos consumidores é um empreendimento em curso, que exige colaboração entre legisladores, empresas e os próprios consumidores.

Por fim, lidar de forma eficaz com os desafios da proteção do consumidor no comércio eletrônico demanda um compromisso constante com a inovação, a educação dos consumidores e a adesão às leis e regulamentações aplicáveis. Somente por meio de uma

abordagem ampla e proativa, é possível criar um ambiente online seguro, transparente e confiável para todos os consumidores.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, G.; ARAÚJO, J. Proteção e defesa do consumidor nos conflitos de comércio eletrônico brasileiro. *Revista Científica da Facerb*, v. 2, n. 2, p. 44-65, 2015.

AZEVEDO, Kathelline Lopes de. Proteção do consumidor na internet e produção antecipada de provas. 2014. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/129576>

CARMO, Geórgia Costa do. Proteção jurídica do consumidor no comércio eletrônico. 2011. 129 f. Monografia (Graduação em Direito) - Faculdade de Direito, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2011.

CARNEIRO, Karol dos Santos. Comércio eletrônico : análise dos atributos de lojas virtuais pelos consumidores de Sergipe. São Cristóvão, 2023. Monografia (graduação em Administração) - Departamento de Administração, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE, 2023

COPELLO, Nara Trés. A proteção do consumidor nos contratos pela internet. 2008. 67 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) - Faculdade Nacional de Direito, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

DINIZ, Raissa Moraes et al. O ordenamento jurídico brasileiro e as relações de consumo no comércio eletrônico. 2019. Universidade Católica de Salvador. Trabalho de Conclusão de Curso. Disponível em: <http://104.156.251.59:8080/jspui/handle/prefix/635>. Acesso: 5 de janeiro de 2024.

LÔBO, Júlia Camara. O direito do consumidor nas compras pela internet: o consumidor e seus direitos na internet. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso. Disponível em: <https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/handle/123456789/1428>

MOTA, Murillo Rodrigues; DOS SANTOS, Ítalo Danyel Amorim Gonçalves. O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E OS MÉTODOS DE SOLUÇÃO DE CONFLITOS. **Facit Business and Technology Journal**, v. 1, n. 41, 2023.

Moura, Lucas Eduardo. Direitos do consumidor nas compras de internet.2023. Disponível: <https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/handle/123456789/5887>. Acesso em:

OLIVEIRA, Josinaldo Leal de. DIREITOS HUMANOS DO CONSUMIDOR: UM OLHAR ESPECIAL PARA A PROTEÇÃO JURÍDICA DO VULNERÁVEL UNIVERSAL. UNIVERSAIS DOS DIREITOS HUMANOS, p. 142. Desafios Universais dos Direitos Humanos / Organização: Léo da Silva Alves / coletânea de autores Coleção Juristas do Mundo – volume X ISBN 978-65-00-59966-4.

RODRIGUES, Ana Cristina Batista; NEVES, Veida Stéphanie Siqueira dos. Os benefícios do e-commerce: uma investigação sobre a percepção do consumidor. 2023. 47 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual de Goiás,

Unidade Universitária de Luziânia, Luziânia, 2023 .

RODRIGUES, Gizelle Santana; Mainardo Filho Paes da SILVA. DIREITO DE ARREPENDIMENTO DO CONSUMIDOR NAS COMPRAS PELA INTERNET. JNT Facit Business and Technology Journal. QUALIS B1. 2023. FLUXO CONTÍNUO – MÊS DE MAIO. Ed. 42. VOL. 02. Págs. 538-555. ISSN: 2526- 4281 <http://revistas.faculadefacit.edu.br>. E-mail: [jnt@faculadefacit.edu.br](mailto:jnt@faculadefacit.edu.br).

SALES, MARCOS FILIPE CARVALHO DE. O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E AS COMPRAS PELA INTERNET. 2021. Disponível em: <http://repositorio.aee.edu.br/jspui/handle/aee/18259>

SOUZA, M. R.; BARRETO, O. F. MUDANÇA CULTURAL DO CONSUMO NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO: REFLEXOS NO DIREITO DO CONSUMIDOR. **Anais do Congresso Brasileiro de Processo Coletivo e Cidadania**, [S. l.], n. 5, 2018. Disponível em: <https://revistas.unaerp.br/cbpcc/article/view/1003>. Acesso em: 26 jan. 2024.

VASCONCELOS COELHO, F.; SARRAZIM SOARES, I. A.; PIRES COSTA, L. C. DIREITOS DO CONSUMIDOR NAS COMPRAS NO ÂMBITO VIRTUAL. **REVISTA PSIPRO**, [S. l.], 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: 10 fev. 2024.

VOLPI NETO, Angelo. Comércio Eletrônico: direito e segurança. Curitiba: Juruá, 2001. p. 29. 2732