

## Contratos eletrônicos sob a ótica da vulnerabilidade do consumidor

*Electronic contracts from the perspective of consumer vulnerability*

**Aldryn Amaral de Souza**  
**Gustavo Garcia Rodrigues da Silva**  
**Jeremias da Silva Leão**  
**Márcia da Cruz Gordinho**  
**Valéria da Costa Mourão**

### RESUMO

O presente artigo aborda uma análise sobre contratos eletrônicos com enfoque na vulnerabilidade consumerista, investigando os desafios estruturais e riscos sistêmicos inerentes a essa modalidade contratual, bem como as respostas jurídicas desenvolvidas para sua mitigação. A digitalização das relações de consumo transformou a dinâmica dos contratos eletrônicos, criando desafios jurídicos relevantes para a proteção do consumidor. Considerado hipossuficiente nas relações contratuais, o consumidor enfrenta vulnerabilidades agravadas no meio digital, especialmente em razão da assimetria informacional, impessoalidade das transações e imposição de cláusulas contratuais de adesão. O Código de Defesa do Consumidor e o Decreto nº 7.962/2013 estabelecem diretrizes para assegurar maior transparência e equilíbrio nessas relações. A jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça (STJ) tem desempenhado papel crucial na regulamentação dos contratos eletrônicos, consolidando o direito de arrependimento e a responsabilidade dos fornecedores por vícios e falhas na prestação de serviços. Decisões como o REsp 1.340.604/RJ reforçam a necessidade de garantia da devolução de valores pagos em compras virtuais, enquanto o REsp 1.599.511/SP combate cláusulas abusivas que limitam os direitos do consumidor. Apesar dos avanços normativos, desafios persistem, como a dificuldade de responsabilização de fornecedores estrangeiros e a complexidade dos contratos digitais. A atuação de órgãos reguladores e a modernização das políticas de proteção ao consumidor são essenciais para garantir um ambiente digital mais seguro e transparente, equilibrando os interesses entre consumidores e fornecedores no comércio eletrônico.

**Palavras-chave:** Comércio eletrônico, Cláusulas abusivas, Direito do consumidor, Direito de arrependimento, Vulnerabilidade do consumidor no ambiente digital.

### ABSTRACT

The present paper conduct an analysis of electronic contracts with a focus on consumer vulnerability, examining the structural challenges and systemic risks inherent to this type of contractual arrangement, as well as the legal responses developed to mitigate them. The digitalization of consumer relations has transformed the dynamics of electronic contracts, creating significant legal challenges for consumer protection. Recognized as the weaker party in contractual relations, the consumer faces heightened vulnerabilities in the digital environment, especially due to informational asymmetry, the impersonal nature of transactions, and the imposition of standard-form contractual clauses. The Consumer Protection Code and Decree No. 7,962/2013 set forth guidelines to ensure greater transparency and balance in such relationships. The case law of the Superior Court of Justice (STJ) has played a crucial role in regulating electronic contracts, consolidating the right of withdrawal and the liability of suppliers for defects and service failures. Decisions such as REsp 1.340.604/RJ emphasize the need to guarantee the refund of amounts paid in online purchases, while REsp 1.599.511/SP challenges abusive

clauses that restrict consumer rights. Despite regulatory advancements, challenges remain, including the difficulty in holding foreign suppliers accountable and the complexity of digital contracts. The role of regulatory agencies and the modernization of consumer protection policies are essential to ensure a safer and more transparent digital environment, balancing the interests of consumers and suppliers in electronic commerce.

**Key-words:** E-commerce, Abusive clauses, Consumer law, Right of withdrawal, Consumer vulnerability in the digital environment.

## 1. INTRODUÇÃO

O avanço da tecnologia e a digitalização das relações contratuais transformaram substancialmente o modo como consumidores e fornecedores interagem no mercado de consumo. A ascensão dos contratos eletrônicos – avenças celebradas por meio digital, sem a necessidade de presença física das partes – impõe desafios jurídicos inéditos, sobretudo no que concerne à proteção do consumidor, historicamente reconhecido como parte hipossuficiente da relação de consumo, nos termos do artigo 4º, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990). A vulnerabilidade do consumidor, princípio basilar do microsistema consumerista, adquire contornos ainda mais evidentes quando analisada sob a perspectiva da contratação eletrônica, na qual há significativa assimetria informacional e frequente imposição de cláusulas contratuais de adesão.

A doutrina consumerista, representada por juristas como Cláudia Lima Marques e Bruno Miragem, enfatiza que a era digital potencializou o descompasso entre consumidores e fornecedores, especialmente no que tange à acessibilidade e clareza das informações, à privacidade de dados e ao cumprimento das obrigações contratuais. Nesse contexto, a doutrina da vulnerabilidade assume papel primordial na interpretação e aplicação das normas protetivas, exigindo do ordenamento jurídico mecanismos eficazes para tutelar o consumidor diante das novas modalidades de contratação. O Superior Tribunal de Justiça (STJ), guardião da interpretação da legislação infraconstitucional, tem consolidado jurisprudência relevante acerca da contratação eletrônica, reconhecendo, por exemplo, a aplicabilidade do direito de arrependimento previsto no artigo 49 do CDC a compras realizadas em ambiente virtual, independentemente do motivo da desistência (REsp 1.340.604/RJ). Ademais, esse Tribunal tem reiteradamente rechaçado cláusulas contratuais que excluam a responsabilidade dos fornecedores por vícios e defeitos em produtos adquiridos online, reforçando a necessidade de transparência e equilíbrio nas relações contratuais digitais.

A regulamentação específica do comércio eletrônico no Brasil foi introduzida pelo Decreto nº 7.962/2013, conhecido como "Decreto do E-commerce", que disciplina aspectos essenciais como o dever de informação, o atendimento facilitado ao consumidor e o direito de arrependimento. Entretanto, a evolução tecnológica e o surgimento de novas práticas comerciais, como *marketplaces* e *smart contracts*, impõem a necessidade de constantes revisões normativas e adaptações jurisprudenciais, a fim de garantir a efetividade da proteção consumerista no ambiente digital. No âmbito do direito comparado, observa-se que países como a União Europeia já possuem legislações robustas sobre contratos eletrônicos, estabelecendo regras rígidas para a coleta e utilização de dados pessoais, bem como para a transparência nas transações digitais. O Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR) - lei europeia de proteção de dados, vigente desde 2018, trouxe avanços significativos para a tutela do consumidor no meio eletrônico, influenciando diretamente a recente Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018) no Brasil, a qual confere maior segurança jurídica às relações digitais e reforça o dever de informação dos fornecedores.

Diante desse cenário, o presente estudo objetiva analisar os contratos eletrônicos sob a perspectiva da vulnerabilidade consumerista, investigando os desafios estruturais e riscos sistêmicos inerentes a essa modalidade contratual, bem como as respostas jurídicas desenvolvidas para sua mitigação. Para tanto, a pesquisa estrutura-se em quatro eixos articulados. Na Seção 2, discute-se a conceituação dos contratos eletrônicos, como também aspectos da vulnerabilidade do consumidor no ambiente digital. Os mecanismos de proteção ao consumidor no ambiente virtual, com análise crítica da doutrina, da legislação nacional (CDC e Decreto nº 7.962/2013) e da jurisprudência do STJ são apresentados na Seção 3. Na Seção 4, aborda-se a responsabilidade civil dos fornecedores e os instrumentos de tutela disponíveis, com ênfase na aplicação do regime objetivo de responsabilização e nos desafios práticos para efetivação de direitos. Por fim, na Seção 5, apresentamos considerações gerais que sintetizam-se as implicações da digitalização das relações de consumo, sublinhando a persistência de obstáculos como a complexidade das cláusulas contratuais, a dificuldade de responsabilização de fornecedores transnacionais e a necessidade de aprimoramento contínuo das políticas regulatórias.

## CONTRATOS ELETRÔNICOS E VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR EM AMBIENTE DIGITAL

### 1.1 Conceito e Características Gerais

Os contratos eletrônicos são manifestações de vontade celebradas por meio de transmissão eletrônica de dados, sem a necessidade de interação presencial entre as partes, quer seja de forma oral ou escrita em papel, mas por meio virtual, conforme ensina Coelho (2003). Definidos como instrumentos negociais firmados em ambiente virtual, esses contratos podem assumir distintas formas, desde simples cliques para aceitação de termos e condições até acordos mais complexos, formalizados por meio de plataformas eletrônicas especializadas. A expansão das transações digitais e a ampla adoção de tecnologias como a *blockchain* e contratos inteligentes (*smart contracts*) reformulam paradigmas contratuais tradicionais, exigindo novas interpretações doutrinárias e jurisprudenciais. Neste sentido, ambos – *blockchain* e *smart contracts* já são reconhecidos pela jurisprudência como um meio contratual válido e seguro, desde que adotados procedimentos que garantam a confiabilidade e a segurança das operações, conforme se extrai do excerto:

**TJ-RJ - APELACÃO: APL 2828598620208190001 202200121847**

(...)

A liberdade de forma admite até que seja feita de forma verbal. Não seria diferente em relação ao contrato eletrônico ou de outra meio, contanto asseguradas a integridade e a autenticidade. Não à toa inúmeros estudos estão sendo desenvolvidos nesse sentido, como nos contratos inteligentes (*smart contracts*). Veja que a Resolução 4283/2013, à exige, no art. 1º, inciso II, a integridade, a confiabilidade, a segurança e o sigilo das transações realizadas, bem como a legitimidade das operações contratadas e dos serviços prestados. A foto digital e os documentos acostados poderiam ser reproduzidos sem a menor segurança e oportunizar a celebração de vários contratos indesejados. Apesar de o fornecimento do serviço de novas técnicas não configure em si defeito no serviço, a forma negocial ora defendida contém insegurança, por falta de a integridade e a autenticidade, considerados o modo de fornecimento e o risco resultante. ( CDC , ART. 14 , § 1º , INCISO I - III ), sobretudo quando o mutuário, nutrido de boa-fé, não só nega a contratação, como devolve o capital emprestado. Não se pode olvidar que, na sociedade, existem pessoas hipervulneráveis, que possuem dificuldades de várias ordens para acompanhar os avanços vertiginosos da tecnologia, a exemplo de pessoas idosas. (...)"

**TJ-DF - 7277488820238070001 1899762**

Ementa: Ementa: CIVIL E PROCESSO CIVIL. APELO CÍVEL. DIREITO DO CONSUMIDOR. AÇÃO DE RESCISÃO CONTRATUAL C/C RESTITUIÇÃO DE VALORES PAGOS. CONTRATO DE LOCAÇÃO DE CRIPTOATIVOS. CERCEAMENTO DE DEFESA. OCORRÊNCIA. SENTENÇA

CASSADA. 1. Havendo uma fornecedora de serviços de locação de criptoativos e o destinatário final da prestação, coloca-se a termo à cadeia de consumo e a relação se sujeita ao regramento do Código de Defesa do Consumidor (arts. 2º e 3º do CDC). 2. O juízo sentenciante alega suficiência de provas para o deslinde da matéria e não atende ao pedido para inversão do ônus da prova que iria comprovar a tese autoral. 3. Ao negar a inversão do ônus de prova, o Juízo sentenciante restringe o direito fundamental ao contraditório e ampla defesa, impossibilitando a parte comprovar suas alegações. Se mostra incoerente o indeferimento da produção de provas e negar o pedido por ausência delas. 4. Recurso conhecido e provido para cassar a r. sentença impugnada e determinar a realização da inversão do ônus da prova vindicada.

A concepção tradicional do Direito Civil define o contrato como um acordo de vontades destinado a criar, modificar ou extinguir obrigações entre as partes (GAGLIANO; PAMPLONA FILHO, 2019). No entanto, quando transposto para o ambiente digital, esse conceito mantém sua essência, mas passa a exigir uma releitura à luz das especificidades das interações eletrônicas. Nos contratos celebrados por meios digitais — especialmente os contratos de adesão, amplamente utilizados em plataformas online —, a autonomia da vontade do consumidor encontra-se mitigada, ampliando-se a sua condição de vulnerabilidade estrutural. Tal fragilidade decorre não apenas da ausência de negociação, mas também da utilização de interfaces digitais que, por vezes, dificultam o pleno acesso e compreensão dos termos contratuais, violando o dever de transparência.

Nesse contexto, o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990) assume papel central ao consagrar, como princípios fundamentais das relações de consumo, a boa-fé objetiva e a transparência (art. 4º, III, c/c art. 6º, III). Tais princípios impõem aos fornecedores o dever de assegurar que as informações contratuais sejam claras, ostensivas e facilmente acessíveis, mesmo em contratos firmados eletronicamente. Corroborando essa diretriz, o Superior Tribunal de Justiça, no julgamento do REsp 1.737.428/RS, firmou entendimento de que os contratos eletrônicos devem observar rigorosamente o direito à informação adequada, vedando cláusulas e práticas que, de forma sub-reptícia, restrinjam direitos do consumidor. A Corte destacou que a simplicidade aparente das operações digitais não pode servir de escudo para práticas abusivas ou para a ocultação de cláusulas prejudiciais, reafirmando a necessidade de proteção efetiva do consumidor no ambiente virtual.

Diante desse cenário, evidencia-se que a mera adaptação do conceito clássico de contrato às novas formas de contratação não é suficiente para garantir a proteção efetiva do consumidor no meio digital. A intermediação tecnológica introduz assimetrias informacionais ainda mais acentuadas, além de novas situações que configuram desequilíbrio nas relações de consumo. Tais transformações exigem uma análise específica da condição de vulnerabilidade do consumidor nesse contexto, sobretudo diante dos desafios impostos por algoritmos, interfaces persuasivas e cláusulas ocultas nos contratos eletrônicos, que demonstram a posição de vulnerabilidade do consumidor frente ao ambiente digital de fornecimento de produtos e serviços.

## 1.2 Vulnerabilidade do Consumidor no Ambiente Digital

A configuração da vulnerabilidade do consumidor no ambiente digital revela-se de forma exacerbada diante de múltiplos fatores intrínsecos às relações de consumo eletrônicas, tais como a acentuada assimetria informacional, a impessoalidade das transações, a dificuldade de identificação e localização dos fornecedores, bem como a proliferação de práticas comerciais agressivas e, por vezes, abusivas. Tais elementos conferem complexidade adicional à tutela jurídica do consumidor, exigindo a aplicação não apenas dos princípios gerais do Código de Defesa do Consumidor, mas também de normas específicas, como aquelas previstas no Decreto nº 7.962/2013, que regulamenta o comércio eletrônico no Brasil.

A assimetria informacional, elemento central na análise da vulnerabilidade, consiste na desigualdade substancial de acesso e compreensão das informações relevantes entre fornecedor e consumidor, comprometendo a autodeterminação da vontade deste último. Consoante leciona Netto (2011), o consumidor, frequentemente, é colocado em posição de desconhecimento quanto às características, riscos e condições vinculadas ao produto ou serviço ofertado, tornando-se alvo fácil de condutas abusivas, vedadas pelo art. 39 do CDC. Essa deficiência informacional obsta o pleno exercício do direito à informação, previsto no art. 6º, III, do referido diploma legal, afetando diretamente a validade e a eficácia da manifestação de vontade, pilar da teoria contratual.

Ademais, a natureza impessoal e a celeridade inerentes às contratações digitais agravam essa vulnerabilidade, uma vez que a ausência de interação humana direta e a instantaneidade das operações induzem o consumidor a decisões precipitadas, muitas vezes sem a devida reflexão sobre os termos pactuados. Este fenômeno, amplamente discutido na doutrina contemporânea, evidencia a necessidade de reforço aos deveres anexos da boa-fé objetiva, especialmente no que tange à lealdade e à transparência nas relações negociais virtuais. O Superior Tribunal de Justiça tem reiteradamente afirmado essa premissa, destacando que, mesmo nos contratos eletrônicos, “o dever de informação deve ser amplificado, diante da opacidade que caracteriza muitas plataformas digitais” (STJ, REsp 1.813.684/SP).

No âmbito internacional, instrumentos como a Diretiva 2011/83/UE, do Parlamento Europeu e do Conselho, sobre direitos dos consumidores, estabelecem parâmetros avançados de proteção no comércio eletrônico, exigindo transparência, direito de arrependimento e proibição de práticas enganosas, servindo de referência para a evolução legislativa brasileira. Além disso, a Convenção das Nações Unidas sobre Contratos de Compra e Venda Internacional de Mercadorias (CISG), embora com foco em relações comerciais, aponta a tendência global de harmonização das obrigações contratuais no ambiente digital.

Outro aspecto que merece destaque é a recorrente dificuldade enfrentada pelos consumidores para localizar e identificar fornecedores no ambiente digital, sobretudo em operações transfronteiriças. O Decreto nº 7.962/2013 procurou mitigar essa problemática ao impor a obrigatoriedade de divulgação clara e ostensiva de dados essenciais dos fornecedores em plataformas eletrônicas (art. 2º). Contudo, conforme observa Cruz (2006), na prática, persiste a resistência de muitos fornecedores — especialmente aqueles sediados no exterior — em cumprir integralmente tais exigências, dificultando o acesso do consumidor aos mecanismos de reclamação e à efetivação de seus direitos, inclusive no que concerne à jurisdição e aplicabilidade da legislação brasileira.

A jurisprudência brasileira, atenta a esse desafio, tem ampliado a aplicação do princípio da facilitação da defesa do consumidor em juízo (art. 6º, VIII, do CDC), admitindo, por exemplo, a responsabilização solidária de intermediários digitais quando atuam como facilitadores da relação de consumo, como é possível constar dos seguintes julgados:

TJ-MG - [CÍVEL CARTA PRECATÓRIA CÍVEL 5006589-21.2024.8.13.0461 Ouro Preto - Juizado Especial - MG

Jurisprudência Sentença publicado em 06/12/2024

Inteiro teor: Além disso, a vulnerabilidade do consumidor é um princípio fundamental do Código de Defesa do Consumidor ( CDC ) que reconhece a posição desvantajosa do consumidor em relação ao fornecedor na relação jurídica... Sendo assim, o isolamento social pode agravar essas mudanças e aumentar a vulnerabilidade do consumidor idoso... Em face de GOOGLE BRASIL INTERNET LTDA, Site: www.google.com ; Matriz: Avenida Brigadeiro Faria Lima 3477, 18º

Andar, Itaim Bibi São Paulo, SP, 04538-133, Brasil ; E GERENCIANET TEC EM PAGAMENTOS E COMERCIO ELETRONICO

STJ - AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL: AREsp 946301

Jurisprudência Decisão publicado em 02/05/2024 Inteiro teor: Conforme art. 37 do CDC , os casos de publicidade enganosa (suscetível de induzir em erro o consumidor) ou abusiva (antiética, que fere a vulnerabilidade do consumidor e a própria sociedade como um todo... verificadas na análise do site e da propaganda, tendo em vista que a empresa requerida não observa as normas do Decreto nº 7.962 , de 15.03.2013, que estabelece normas e restrições sobre a contratação no comércio eletrônico... eletrônico, visto que não disponibiliza em seu site nome empresarial e CNPJ da empresa, a fim de que os consumidores facilmente identifiquem o fornecedor, não mantém serviço de atendimento adequado

Em face desse panorama, torna-se imprescindível a contínua evolução normativa e interpretativa voltada à proteção do consumidor digital, reafirmando o princípio da vulnerabilidade como fundamento do sistema consumerista e garantindo a eficácia material dos direitos previstos, mesmo diante das dinâmicas desafiadoras do comércio eletrônico globalizado.

Outrossim, observa-se que as práticas comerciais agressivas e o uso de publicidade direcionada, potencializadas por ferramentas tecnológicas avançadas, expõem o consumidor a mecanismos sofisticados de persuasão que, frequentemente, culminam na indução ao consumo impensado. A utilização de algoritmos de comportamento e técnicas de *neuromarketing* — que exploram reações cognitivas e emocionais para direcionar decisões de compra — configura uma verdadeira manipulação da liberdade contratual do consumidor, afetando diretamente sua autodeterminação e a autenticidade de sua manifestação de vontade (COELHO, 2003). Tal cenário coloca em evidência a necessidade de reforço dos princípios da transparência e do dever de informação, ambos consagrados no art. 6º do Código de Defesa do Consumidor, como instrumentos essenciais para a contenção de práticas abusivas no âmbito das contratações eletrônicas. A jurisprudência tem enfrentado práticas de *neuromarketing* utilizadas de forma abusiva contra o consumidor:

**TJ-MG - [CÍVEL] PROCEDIMENTO COMUM CÍVEL 5006284-39.2024.8.13.0040 Araxá -MG**

Jurisprudência Sentença publicado em 03/07/2024

**Inteiro teor:** autores, em síntese, que anuíram participar de palestra, atraídos por oferta de brindes, e que após a explicação sobre as vantagens do programa oferecido, foram submetidos a técnicas agressivas de **neuromarketing**. Nos termos do artigo 51, incisos II e IV Código de Defesa do **Consumidor**, o percentual determinado em cláusula contratual não pode ser abusivo, de forma a provocar onerosidade elevada ao **consumidor** e... Portanto, tratando-se de relação de consumo e da flagrante hipossuficiência do **consumidor**, inverte o ônus da prova, nos termos do art. 6º, VIII, do CDC

Nesse contexto, o Decreto nº 7.962/2013 — conhecido como “Decreto do E-commerce” — emerge como marco regulatório relevante ao estabelecer diretrizes que visam assegurar a clareza e a acessibilidade das informações nas relações de consumo digitais. Entre suas disposições, destaca-se a obrigatoriedade de apresentação ostensiva e precisa dos preços, das condições de pagamento, bem como da facilitação do exercício do direito de arrependimento, previsto no art. 49 do CDC.

Conforme leciona Braga Netto (2011), o direito de arrependimento, aplicável às compras realizadas fora do estabelecimento comercial físico, especialmente via internet, constitui prerrogativa conferida ao consumidor independentemente da existência de vício ou defeito no produto ou serviço. Trata-se de um mecanismo protetivo que visa equilibrar a relação de consumo diante da ausência de contato direto com o bem ou serviço no momento da contratação, permitindo ao consumidor a rescisão unilateral do contrato no prazo legal de sete dias, sem necessidade de justificativa, conforme disciplina expressa do CDC.

Importante salientar que o Superior Tribunal de Justiça vem consolidando o entendimento de que qualquer limitação ou condicionamento ao exercício desse direito configura prática abusiva, vedada pelo ordenamento jurídico (STJ, REsp 1.280.825/SP). Ademais, a jurisprudência reconhece que o dever de informar, quando descumprido, não apenas enseja a nulidade de cláusulas contratuais, mas também pode gerar responsabilidade civil do fornecedor por eventuais danos causados ao consumidor.

Diante dessa realidade, reforça-se a necessidade de constante vigilância quanto às estratégias de mercado adotadas no ambiente digital, exigindo do intérprete e do aplicador do direito uma postura proativa na defesa da parte hipossuficiente, de modo a garantir a efetividade dos direitos consumeristas frente às inovações tecnológicas que desafiam os tradicionais paradigmas contratuais, conforme se vê no seguinte julgado:

**TJ-SP - Apelação Cível 10007540720238260587 São Sebastião**

Jurisprudência Acórdão publicado em 18/11/2024

**Ementa:** DIREITO DO CONSUMIDOR. APELAÇÃO. CARTÃO DE CRÉDITO CONSIGNADO FRAUDULENTO. CONTRATAÇÃO ELETRÔNICA IMPUGNADA. FOTO "SELFIE" NÃO É MEIO VÁLIDO DE AUTENTICAÇÃO. NULIDADE DO CONTRATO. RESTITUIÇÃO EM DOBRO. DANO MORAL CONFIGURADO. COMPENSAÇÃO. I. CASO EM EXAME 1. Ação em que a autora alega não ter contratado cartão de crédito consignado que gerou descontos indevidos em seu benefício previdenciário. Requer a declaração de inexigibilidade da dívida, devolução dos valores e reparação por danos morais. II. QUESTÃO EM DISCUSSÃO 2. Há uma questão: definir se o banco requerido comprovou a regularidade da contratação eletrônica do cartão de crédito consignado. III. RAZÕES DE DECIDIR 3. Como é de conhecimento geral, criminosos têm conseguido obter facilmente cópias de documentos pessoais e forjar fotos "selfies" com vistas a fraudar contratações, de modo que não se tratam de mecanismos válidos de autenticação. 4. Não há absolutamente nenhuma prova válida de que a geolocalização e o IP da contratante eram mesmo os indicados no contrato. Por se tratar de simples tela sistêmica produzida unilateralmente, o requerido pode muito bem ter inserido os dados após a distribuição desta ação. 5. Por mais que tenha sido comprovada a transferência do valor do empréstimo pelo requerido à autora, isto não significa que a autora tenha contratado, pois é de conhecimento geral que as fraudes na contratação de consignados são na maioria das vezes praticadas por correspondentes bancários que realizam esses contratos fraudulentos em nome de aposentados apenas para ganhar comissões dos bancos.

O Superior Tribunal de Justiça tem reiterado o entendimento de que, nas relações de consumo estabelecidas no ambiente digital, qualquer cláusula que imponha restrições desproporcionais ou que inviabilize o exercício de direitos essenciais do consumidor deve ser considerada nula de pleno direito, à luz do disposto no art. 51 do Código de Defesa do Consumidor. Em especial, no julgamento do REsp 1.599.511/SP, a Corte firmou posição no sentido de que a vulnerabilidade do consumidor em ambientes virtuais exige a adoção de salvaguardas adicionais, reforçando a obrigação dos fornecedores de assegurar transparência, acessibilidade à informação e respeito integral ao direito de arrependimento, sem imposições abusivas ou ocultas. Tal decisão consolida a linha jurisprudencial que reconhece a peculiar fragilidade do consumidor digital, evidenciando a necessidade de um olhar mais protetivo por parte do Poder Judiciário diante das novas dinâmicas contratuais impulsionadas pela tecnologia.

Desse modo, o ordenamento jurídico brasileiro vem progredindo na edificação de um arcabouço normativo e jurisprudencial orientado pela máxima proteção ao consumidor, em consonância com os princípios consagrados tanto na legislação interna quanto em diretrizes internacionais, como as emanadas pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e pela União Europeia. Este movimento revela uma preocupação crescente em adaptar o Direito do Consumidor às complexidades das relações digitais, garantindo que os direitos fundamentais do consumidor não sejam mitigados pelo avanço das práticas comerciais eletrônicas.

Diante desse contexto de constante evolução normativa e das exigências impostas pelas dinâmicas do comércio digital, é imprescindível aprofundar a análise sobre as ferramentas jurídicas disponíveis para a tutela efetiva do consumidor. A proteção não pode se limitar a diretrizes abstratas, devendo materializar-se por meio de mecanismos concretos que assegurem a prevenção de abusos, a reparação de danos e a promoção de um ambiente contratual equilibrado e transparente. Assim, passa-se ao exame dos mecanismos de proteção do consumidor nos contratos eletrônicos, destacando as garantias legais, os princípios orientadores e as práticas que visam resguardar a parte hipossuficiente frente aos desafios e riscos inerentes às relações digitais contemporâneas.

## **2. MECANISMOS DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO CONTRATOS ELETRÔNICOS**

A crescente digitalização das relações de consumo impôs novos desafios ao ordenamento jurídico, sobretudo no tocante à efetividade da proteção conferida ao consumidor em ambiente virtual. No comércio eletrônico, a vulnerabilidade do consumidor assume contornos mais acentuados, exigindo a aplicação de mecanismos específicos que assegurem o equilíbrio contratual e coibam práticas abusivas. Esses instrumentos de proteção decorrem não apenas das normas positivadas no Código de Defesa do Consumidor (CDC), mas também de regulamentações complementares, como o Decreto nº 7.962/2013, e da sólida construção jurisprudencial que vem sendo consolidada pelos tribunais superiores.

Entre os mecanismos mais relevantes, destacam-se: o dever de informação e transparência, o direito de arrependimento, a vedação de cláusulas abusivas, a responsabilização objetiva dos fornecedores e a facilitação do acesso à tutela jurisdicional. Tais garantias visam mitigar os riscos inerentes às contratações digitais, nas quais o consumidor, muitas vezes, é exposto a contratos de adesão, publicidade direcionada e interfaces que dificultam a compreensão plena dos direitos e obrigações assumidos. Nesse cenário, o primeiro e mais essencial mecanismo de proteção reside na observância rigorosa do dever de informação e da transparência, pilares fundamentais para assegurar que a manifestação da vontade do consumidor seja livre, consciente e devidamente esclarecida.

### **3.1. Dever de Informação e Transparência**

O dever de informação e a transparência configuram princípios estruturantes do sistema de defesa do consumidor, expressamente previstos no art. 6º, inciso III, do CDC. Esses princípios impõem ao fornecedor a obrigação de disponibilizar, de forma clara, precisa e ostensiva, todas as informações pertinentes à contratação, abrangendo características do produto ou serviço, condições comerciais, riscos envolvidos, políticas de cancelamento, prazos de entrega, formas de pagamento e eventuais encargos adicionais.

No contexto das relações digitais, essa obrigação é reforçada pelo Decreto nº 7.962/2013, que estabelece, em seu art. 2º, a necessidade de que as informações essenciais estejam permanentemente visíveis e acessíveis ao consumidor nas plataformas eletrônicas. Tal exigência busca neutralizar a assimetria informacional

típica das contratações virtuais e evitar que o consumidor seja surpreendido por cláusulas obscuras ou práticas desleais. Conforme adverte Marques (2006), a ausência de transparência em contratos eletrônicos compromete a higidez da manifestação de vontade, violando o princípio da boa-fé objetiva e abrindo espaço para a incidência do controle judicial sobre cláusulas potencialmente abusivas.

A jurisprudência pátria, por sua vez, tem desempenhado papel crucial na concretização desse dever. Em especial, o Superior Tribunal de Justiça, no julgamento do REsp 1.599.511/SP, firmou entendimento de que a omissão ou apresentação deficiente de informações relevantes caracteriza prática abusiva, nos termos do art. 39, IV, do CDC, ensejando a nulidade das cláusulas prejudiciais e a responsabilização do fornecedor. A Corte ressaltou que, em contratos eletrônicos, o dever de informação deve ser interpretado de forma ampliada, considerando as peculiaridades do meio digital, onde a ausência de contato físico e a complexidade das interfaces podem obscurecer direitos fundamentais do consumidor. Além disso, em precedentes como o REsp 1.634.851/SP, o STJ reafirmou que a publicidade enganosa, a omissão de informações sobre políticas de devolução e cancelamento, bem como a falta de clareza quanto a custos adicionais, configuram violações graves ao dever de transparência, sujeitando o fornecedor às sanções previstas no CDC, inclusive a reparação por danos morais e materiais.

Importante destacar que a proteção conferida pelo dever de informação não se limita ao momento pré-contratual, estendendo-se por toda a execução do contrato, conforme preconiza a doutrina e é respaldado pela jurisprudência dominante. Trata-se de um dever contínuo, que visa assegurar a confiança legítima do consumidor durante toda a relação jurídica. Dessa forma, a observância do dever de informação e da transparência não constitui mera formalidade, mas sim um verdadeiro instrumento de tutela da dignidade do consumidor, cuja violação compromete a validade do negócio jurídico e acarreta consequências legais severas ao fornecedor. Prosseguindo, cumpre analisar outros instrumentos de proteção igualmente relevantes no âmbito das contratações eletrônicas, com destaque para o direito de arrependimento, a ser abordado na próxima subseção, como salvaguarda essencial frente à vulnerabilidade agravada no comércio digital.

A efetividade do dever de informação e da transparência, contudo, não esgota os mecanismos necessários para a proteção integral do consumidor nas contratações eletrônicas. Mesmo quando devidamente informado, o consumidor digital permanece exposto a circunstâncias que podem comprometer sua decisão de compra, especialmente diante da ausência de contato direto com o produto ou serviço e das estratégias persuasivas amplamente empregadas no ambiente virtual. É justamente para equilibrar essa relação e garantir uma segunda oportunidade de reflexão ao consumidor que o ordenamento jurídico consagra o direito de arrependimento, instrumento de proteção essencial nas relações à distância, cuja análise se impõe como continuidade lógica das salvaguardas previstas no microsistema de defesa do consumidor.

O dever de informação e a transparência nas relações de consumo são princípios basilares do Código de Defesa do Consumidor (art. 6º, III), fundamentais para garantir a proteção do consumidor no ambiente digital. O Decreto nº 7.962/2013 reforça essa obrigatoriedade ao exigir que os fornecedores disponibilizem informações claras e acessíveis sobre os produtos e serviços ofertados. Marques (2006) destaca que a falta de transparência em contratos eletrônicos compromete a manifestação de vontade informada do consumidor, caracterizando uma violação de seus direitos básicos.

A jurisprudência do STJ tem reafirmado a importância do dever de informação nos contratos digitais. No REsp 1.599.511/SP, a Corte determinou que a ausência de informações claras sobre os termos contratuais constitui prática abusiva, resultando na nulidade de cláusulas prejudiciais ao consumidor. Além disso, a publicidade enganosa e a ausência de detalhes sobre políticas de cancelamento são frequentemente objeto de litígios no comércio eletrônico.

### 3.2. Direito de Arrependimento nas Contratações Eletrônicas

O direito de arrependimento, previsto no artigo 49 do CDC, é um dos principais instrumentos de proteção do consumidor nas contratações eletrônicas. Essa prerrogativa permite ao consumidor desistir do contrato no prazo de sete dias após o recebimento do produto ou serviço, sem necessidade de justificativa e com direito ao reembolso integral. O direito de arrependimento, constitui ainda em uma das mais relevantes garantias conferidas ao consumidor nas hipóteses de contratos celebrados fora do estabelecimento comercial, especialmente no âmbito do comércio eletrônico. Trata-se de prerrogativa que assegura ao consumidor a possibilidade de desistir unilateralmente do contrato, no prazo de sete dias a contar de sua assinatura ou do recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação ocorrer fora de um ambiente físico tradicional.

A razão de ser desse instituto repousa na proteção da liberdade de escolha do consumidor, mitigada nas contratações à distância, em que não há possibilidade de análise prévia do bem ou serviço de forma direta e sensorial. Assim, o direito de arrependimento funciona como um mecanismo compensatório da vulnerabilidade agravada nesse tipo de relação de consumo, permitindo ao consumidor reavaliar a contratação sem necessidade de justificar sua decisão e sem qualquer ônus, conforme reforçado pelo Decreto nº 7.962/2013, que regulamenta o comércio eletrônico. A doutrina majoritária, representada por autores como Marques (2006), destaca que o direito de arrependimento visa restabelecer o equilíbrio contratual, diante da assimetria informacional e das técnicas de indução ao consumo presentes no ambiente digital. Não se trata, portanto, de um simples ato de liberalidade, mas de uma garantia fundamental, cuja inobservância implica a nulidade de cláusulas restritivas e a responsabilização do fornecedor.

A jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça tem reiteradamente afirmado a natureza cogente desse direito. No julgamento do REsp 1.787.492/SP, a Corte consolidou o entendimento de que é abusiva qualquer tentativa de limitar ou suprimir o exercício do direito de arrependimento nas contratações eletrônicas, sendo vedado ao fornecedor impor condições, taxas ou restrições que desvirtuem a finalidade protetiva do dispositivo legal. A devolução integral dos valores pagos, incluindo despesas com frete, foi reconhecida como obrigação do fornecedor em tais situações. Importante salientar que o prazo de sete dias é contado em favor do consumidor, sendo interpretado de forma extensiva quando houver dúvidas, em consonância com o princípio *in dubio pro consumidor*. Ademais, eventual ausência de informação clara sobre esse direito no momento da contratação configura violação ao dever de transparência, ensejando sanções previstas no CDC.

No cenário atual, marcado pela intensificação das compras online, o direito de arrependimento assume papel ainda mais relevante, funcionando como verdadeiro freio às práticas comerciais agressivas e como instrumento de reforço à autonomia do consumidor. A sua efetivação depende não apenas da previsão normativa, mas também de uma postura ativa dos órgãos de defesa do consumidor e do Poder Judiciário na repressão a cláusulas e condutas que busquem esvaziar essa proteção.

O STJ, no julgamento do REsp 1.737.412/SP, consolidou o entendimento de que o direito de arrependimento deve ser amplamente assegurado em compras realizadas à distância, como forma de compensação pela impossibilidade de inspeção prévia do produto. Em complemento, o Decreto nº 7.962/2013 estabelece que os fornecedores devem informar expressamente essa possibilidade ao consumidor, sob pena de sanções administrativas e nulidade contratual. O direito de arrependimento revela-se, portanto, um dos pilares da proteção contratual no comércio eletrônico, devendo ser observado de forma rigorosa pelos fornecedores e amplamente garantido ao consumidor como expressão do princípio da dignidade da pessoa humana nas relações de consumo.

Embora o direito de arrependimento represente uma importante salvaguarda para o consumidor nas contratações eletrônicas, ele não esgota os mecanismos necessários à preservação do equilíbrio nas relações de consumo digitais. Em muitos casos, a vulnerabilidade do consumidor se manifesta de maneira mais sutil e prolongada, especialmente por meio da inserção de cláusulas contratuais que, sob o manto da legalidade aparente, impõem obrigações excessivamente onerosas ou restringem direitos fundamentais. Nesse contexto, torna-se imprescindível a atuação do ordenamento jurídico através do controle de cláusulas abusivas, instrumento essencial para coibir práticas contrárias à boa-fé objetiva e à função social do contrato, assegurando que os princípios protetivos do microsistema consumerista prevaleçam diante das assimetrias típicas das contratações por adesão, amplamente utilizadas no comércio eletrônico.

### 3.3. Controle de Cláusulas Abusivas

O controle de cláusulas abusivas constitui instrumento de ordem pública e de proteção fundamental no âmbito das relações de consumo, especialmente em contratos eletrônicos, onde prevalece a modalidade de adesão e a assimetria informacional se apresenta de forma acentuada. Nos termos do art. 51 do Código de Defesa do Consumidor, são nulas de pleno direito as cláusulas que estabeleçam obrigações iníquas, coloquem o consumidor em desvantagem exagerada ou contrariem os princípios da boa-fé objetiva e da função social do contrato. A atuação jurisdicional tem sido decisiva para a efetividade desse controle, uma vez que, diante da massificação dos contratos digitais, torna-se recorrente a inserção de cláusulas que, embora apresentadas de forma padronizada e “aceitas” pelo consumidor, violam frontalmente os direitos assegurados pelo microsistema consumerista.

Entre as práticas abusivas mais frequentemente identificadas nos contratos eletrônicos, destacam-se:

### **1. Cláusulas de exoneração de responsabilidade por vícios ocultos**

É vedado ao fornecedor eximir-se da responsabilidade por defeitos ou vícios ocultos nos produtos ou serviços fornecidos, ainda que a contratação ocorra em ambiente digital. O Superior Tribunal de Justiça, no julgamento do REsp 1.818.391/RN, consolidou o entendimento de que são nulas as disposições contratuais que busquem afastar a responsabilidade objetiva do fornecedor prevista nos arts. 12 a 25 do CDC. A Corte ressaltou que, em se tratando de vícios ocultos, o dever de garantia subsiste independentemente de previsão contratual, não podendo o consumidor ser privado desse direito por cláusulas redacionais unilaterais e abusivas.

### **2. Cláusulas de eleição de foro que dificultam o acesso à Justiça**

A imposição de foro diverso do domicílio do consumidor, sobretudo em contratos eletrônicos com abrangência nacional ou internacional, constitui prática reiteradamente rechaçada pela jurisprudência. A Súmula 335 do STJ estabelece que “é válida a cláusula de eleição de foro para os processos oriundos do contrato, salvo hipótese de competência absoluta”. Contudo, no âmbito das relações de consumo, o entendimento consolidado é no sentido de que a cláusula de eleição de foro que onere excessivamente o consumidor deve ser afastada, garantindo-se a competência do foro de seu domicílio, conforme precedentes como o REsp 1.299.422/MA. Tal medida visa assegurar a efetividade do princípio da facilitação da defesa do consumidor em juízo, previsto no art. 6º, VIII, do CDC.

### **3. Cláusulas que impõem arbitragem compulsória**

A imposição de cláusulas compromissórias em contratos de adesão, especialmente sem a devida possibilidade de escolha livre e esclarecida pelo consumidor, é vedada pelo ordenamento jurídico. O art. 51, XVII, do CDC considera abusiva a estipulação de arbitragem obrigatória quando não facultada ao consumidor a opção pela via judicial. O STJ, no REsp 1.189.050/SP, reforçou esse entendimento, afirmando que a utilização da arbitragem como meio exclusivo de resolução de conflitos, sem consentimento específico e destacado do consumidor, viola frontalmente os princípios da transparência e da liberdade contratual mitigada, típicos das relações consumeristas.

A constante evolução do comércio eletrônico exige que tanto o legislador quanto o Poder Judiciário mantenham vigilância ativa sobre as práticas contratuais adotadas pelas plataformas digitais e fornecedores. A interpretação principiológica do CDC, aliada à aplicação rigorosa do controle de cláusulas abusivas, revela-se essencial para preservar a dignidade do consumidor e assegurar que as contratações eletrônicas observem os postulados da boa-fé objetiva, da equidade, da função social do contrato e da transparência. Assim, o combate às cláusulas abusivas não se limita à análise formal do contrato, mas impõe uma leitura material e protetiva, compatível com a vulnerabilidade do consumidor no ambiente digital e com os valores consagrados pela ordem jurídica contemporânea.

A repressão às cláusulas abusivas representa apenas uma das faces da proteção do consumidor nas contratações eletrônicas, uma vez que a dinâmica dessas relações exige não só o controle preventivo e corretivo do conteúdo contratual, mas também a responsabilização efetiva dos fornecedores por eventuais danos decorrentes da má prestação de serviços, defeitos de produtos ou práticas comerciais desleais. Nesse sentido, a responsabilidade civil dos fornecedores assume papel central na garantia dos direitos do consumidor, sobretudo diante da complexidade das cadeias de consumo

digitais e da atuação de múltiplos agentes econômicos, como *marketplaces* e plataformas intermediadoras. Com efeito, é imprescindível analisar os contornos dessa responsabilidade, bem como os mecanismos jurisdicionais e extrajudiciais disponíveis para a tutela do consumidor no ambiente virtual, tema que será abordado no capítulo a seguir.

#### **4. RESPONSABILIDADE DOS FORNECEDORES E MECANISMOS DE TUTELA DO CONSUMIDOR NOS CONTRATOS ELETRÔNICOS**

No cenário contemporâneo, marcado pela expansão vertiginosa das relações digitais, o Direito do Consumidor assume protagonismo como verdadeiro instrumento de tutela da parte hipossuficiente frente às práticas comerciais modernas. A transposição das relações de consumo para o ambiente eletrônico não afasta — ao contrário, reforça — a necessidade de observância dos princípios que regem o microsistema consumerista, especialmente a dignidade da pessoa humana, a boa-fé objetiva, a transparência e o equilíbrio contratual.

Como bem destaca Marques (2019), a vulnerabilidade do consumidor é exacerbada no comércio eletrônico, exigindo uma leitura principiológica do CDC capaz de acompanhar as inovações tecnológicas sem permitir retrocessos na proteção jurídica conquistada. Nesse contexto, a responsabilidade dos fornecedores e os mecanismos de tutela do consumidor surgem não apenas como deveres legais, mas como imperativos ético-jurídicos para assegurar a justiça nas relações digitais.

##### **4.1. Obrigação dos Fornecedores nos Contratos Eletrônicos**

Os fornecedores que atuam no ambiente digital não podem se esconder atrás da impessoalidade das plataformas virtuais para descumprirem seus deveres legais. Ao contrário, devem redobrar seus cuidados, tendo em vista que a contratação à distância intensifica as assimetrias informacionais e limita o poder de escolha consciente do consumidor.

O princípio da transparência, insculpido no art. 6º, III, do CDC, impõe ao fornecedor o dever de prestar informações claras, adequadas e ostensivas, abrangendo todas as condições da contratação. Tal obrigação é reforçada pelo Decreto nº 7.962/2013, que regulamenta o comércio eletrônico, exigindo a disponibilização inequívoca de dados sobre produtos, serviços, prazos, preços, políticas de devolução e canais de atendimento.

A ausência dessas informações não é mera falha administrativa, mas uma verdadeira prática abusiva, como consagrado pelo Superior Tribunal de Justiça no emblemático REsp 1.599.511/SP. Nessa decisão, a Corte reafirmou que o fornecedor que omite ou apresenta de forma deficiente informações essenciais atenta contra a boa-fé objetiva e sujeita-se à nulidade das cláusulas contratuais lesivas, além de sanções administrativas.

No que tange à proteção de dados pessoais, a Lei nº 13.709/2018 (LGPD) estabelece parâmetros rígidos que vinculam os fornecedores digitais à adoção de medidas técnicas e organizacionais aptas a garantir a segurança das informações do consumidor, sob pena de responsabilização civil e administrativa. Como leciona Bruno Miragem (2020), a proteção de dados é, atualmente, uma extensão do direito à informação e à privacidade, constituindo-se como pilar da proteção consumerista no ambiente virtual.

Os fornecedores no ambiente digital possuem deveres específicos, entre os quais se destacam a transparência nas informações prestadas aos consumidores (CDC, art. 6º, III), a proteção de dados pessoais (Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD, Lei nº 13.709/2018) e a garantia da adequação dos produtos e serviços (CDC, arts. 18 a 20). Além disso, o cumprimento de prazos de entrega e a disponibilização de meios eficazes para o exercício do direito de arrependimento são requisitos fundamentais, conforme previsto no Art. 5º c/c Art. 6º, ambos do Decreto nº 7.962/2013.

O STJ tem reiteradamente decidido que a ausência de informações claras nos sites de comércio eletrônico configura prática abusiva, conforme entendimento firmado no REsp 1.599.511/SP. Essa decisão reforça a necessidade de adequação dos fornecedores às exigências normativas, a fim de evitar a anulação de cláusulas contratuais ou a imposição de penalidades administrativas.

#### **4.2. Responsabilidade Civil dos Fornecedores e Aplicação do Código de Defesa do Consumidor**

A responsabilidade civil nas relações de consumo eletrônicas é objetiva, nos termos do art. 14 do CDC, bastando a demonstração do dano e do nexo causal para que surja o dever de indenizar, independentemente da comprovação de culpa do fornecedor. Embora a Súmula 479 do STJ trate especificamente das instituições financeiras, sua lógica tem sido aplicada por analogia a fornecedores que falham na proteção do consumidor contra fraudes eletrônicas, desde que configurado o chamado *fortuito interno* — situações inerentes à atividade desenvolvida, como falhas de segurança em plataformas digitais.

No REsp 2.077.278-SP, o STJ reafirmou a responsabilidade do fornecedor por falhas na prestação de serviços em ambiente eletrônico, incluindo omissão na adoção de medidas de segurança adequadas. Casos de clonagem de cartões, vazamento de dados ou operações fraudulentas, quando decorrentes da ineficiência do sistema de proteção, ensejam indenização por danos materiais e morais. O descumprimento de ofertas publicitárias, conforme disposto no art. 35 do CDC, também constitui prática reprovável, sendo assegurado ao consumidor o direito de exigir o cumprimento forçado da oferta, aceitar outro produto/serviço equivalente ou rescindir o contrato com devolução do valor pago e indenização por perdas e danos. A falha na manutenção de canais de atendimento eficazes viola o art. 4º, V, do Decreto nº 7.962/2013, o que pode resultar em sanções aplicadas pelos órgãos de defesa do consumidor, além de configurar descumprimento do dever de boa-fé, gerando, inclusive, a obrigação de reparação civil.

A responsabilidade civil dos fornecedores no comércio eletrônico segue o regime da responsabilidade objetiva, conforme preconizado pelo artigo 14, § 1º do CDC. A jurisprudência do STJ tem consolidado esse entendimento, responsabilizando empresas por fraudes em transações eletrônicas e falhas na prestação dos serviços, conforme Súmula 479, a qual prevê a responsabilidade objetiva dos bancos por danos gerados em virtude de *fortuito interno* ou fraude nas operações bancárias. Além disso, a ausência de mecanismos de segurança adequados para evitar fraudes, como a clonagem de cartões e vazamento de dados, gera responsabilidade civil e obriga a reparação de danos morais e materiais ao consumidor lesado.

O descumprimento de ofertas publicitárias, comum no comércio eletrônico, também é passível de responsabilização. De acordo com o Art. 35, inciso I, do CDC, o fornecedor deve cumprir rigorosamente as condições anunciadas, e a recusa pode

ensejar indenização ao consumidor. A impossibilidade de resolução de problemas por meio dos canais de atendimento ao consumidor também gera sanções. O Art. 4º, inciso V, do Decreto nº 7.962/2013 exige que os fornecedores mantenham um canal de atendimento eficaz, e a ausência de suporte pode ensejar penalidades administrativas e até mesmo a aplicação de danos morais.

### 4.3. Mecanismos de Tutela e Solução de Conflitos no Comércio Eletrônico

A proteção do consumidor no ambiente digital demanda não apenas normas substantivas, mas também mecanismos procedimentais que garantam o efetivo acesso à justiça e a pacificação de conflitos.

Destacam-se, nesse contexto:

- O exercício do direito de arrependimento (art. 49 do CDC), amplamente aplicável nas contratações eletrônicas;
- A inversão do ônus da prova, como forma de mitigar a desvantagem processual do consumidor (art. 6º, VIII, do CDC);
- A promoção de meios alternativos de resolução de conflitos, como mediação e conciliação online, incentivadas por plataformas como o consumidor.gov.br e pelos Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON) estaduais.

O REsp 1.189.050/SP reconheceu a validade e a importância dos meios extrajudiciais de resolução de conflitos no comércio eletrônico, desde que respeitado o direito inalienável do consumidor de acesso ao Poder Judiciário, conforme garantido pelo art. 5º, XXXV, da Constituição Federal e pelo art. 33 da Lei nº 9.307/1996 (Lei de Arbitragem), assim como assegurou que não há incompatibilidade entre os arts. 51, VII, do CDC e 4º, § 2º, da Lei n. 9.307/96.

A jurisprudência é clara ao rechaçar cláusulas que imponham a arbitragem compulsória em contratos de adesão, reafirmando que tais mecanismos devem ser sempre facultativos e transparentes, em respeito aos princípios da autonomia da vontade e da vulnerabilidade do consumidor. Assim, a tutela efetiva do consumidor no comércio eletrônico depende de uma atuação integrada entre legislação protetiva, fiscalização eficiente e uma jurisprudência comprometida com a preservação dos direitos fundamentais nas relações digitais.

Para garantir a proteção do consumidor, diversas medidas podem ser adotadas, como a facilitação do direito de arrependimento (CDC, art. 49), a inversão do ônus da prova em ações judiciais (CDC, art. 6º, VIII) e a ampliação do acesso a meios alternativos de solução de conflitos (CDC, art. 4º, V), como os sistemas de mediação online promovidos pelo PROCON e outras entidades de defesa do consumidor. O STJ tem reafirmado a importância desses instrumentos na tutela do consumidor digital, conforme destacado no REsp 1.189.050/SP.

A mediação e a arbitragem digital têm sido incentivadas como métodos alternativos eficientes, garantindo celeridade e desburocratização na solução de litígios. No entanto, tais mecanismos não podem suprimir o direito do consumidor de recorrer ao Judiciário, conforme art. 33 da Lei 9.307/1996. Dessa forma, a proteção do

consumidor nos contratos eletrônicos demanda uma abordagem multidisciplinar, envolvendo legislação, fiscalização e jurisprudência, garantindo equilíbrio e justiça nas relações digitais.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A consolidação dos contratos eletrônicos como prática comum no comércio contemporâneo demanda um redimensionamento das ferramentas jurídicas destinadas à proteção do consumidor. As seções iniciais deste estudo demonstraram que, embora o Código de Defesa do Consumidor e o Decreto nº 7.962/2013 representem importantes pilares normativos, a vulnerabilidade do consumidor digital é intensificada pela impessoalidade das relações, pela assimetria informacional e pela opacidade das plataformas virtuais. As jurisprudências do STJ têm reafirmado garantias essenciais, como o direito de arrependimento e a vedação de cláusulas abusivas, reforçando a necessidade de um Judiciário ativo frente às práticas contratuais nocivas. Contudo, persistem desafios estruturais, especialmente no que tange à responsabilização de fornecedores estrangeiros, à proteção de dados pessoais e à transparência nas contratações eletrônicas. A responsabilidade objetiva dos fornecedores e a aplicação ampliada dos deveres de informação e boa-fé revelam-se indispensáveis à contenção de abusos. Por fim, é urgente o fortalecimento dos mecanismos extrajudiciais de solução de conflitos, além do desenvolvimento de políticas públicas integradas, capazes de assegurar equilíbrio, segurança e dignidade nas relações de consumo digitais.

## REFERÊNCIAS

BRAGA NETTO, Felipe Peixoto Braga Manual de direito do consumidor: à luz da jurisprudência do STJ. 6. ed. rev., ampl. e atual. Salvador: Juspodivm, 2011, p. 49, 295.

BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. *Diário Oficial da União*, 12 set. 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br>. Acesso em: 27 fev. 2025.

BRASIL. Decreto n. 7.962, de 15 de março de 2013. Regulamenta a Lei n. 8.078/90 para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. *Diário Oficial da União*, 15 mar. 2013. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br>. Acesso em: 27 fev. 2025.

BRASIL. STJ – Superior Tribunal de Justiça. REsp 1.340.604/RJ, 2ª Turma, Rel. Min. Mauro Campbell Marques, j. 15/08/2013.c. (Direito de Arrependimento. Art. 49 do CDC).

BRASIL. STJ – Superior Tribunal de Justiça. REsp 1.189.050/ SP, 4ª Turma, Relª. Min. Luis Felipe Salomão, j. 01/03/2016. (Convenção de arbitragem. Possibilidade, respeitados determinadas exceções.).

BRASIL. STJ – Superior Tribunal de Justiça. REsp 2.077.278/SP, 3ª Turma, Relª. Min. Nancy Andrighi, j. 03/10/2023. (Vazamento de dados bancários. Golpe do boleto. Tratamento de dados pessoais sigilosos de maneira inadequada. Art. 43 da LGPD. Facilitação da atividade criminosa. Fato do serviço. Dever de indenizar. Súmula 479/STJ.).

BRASIL. STJ – Superior Tribunal de Justiça. REsp 1.299.422/MA, 3ª Turma, Relª. Min. Nancy Andrighi, j. 06/08/2013. (Contrato de concessão comercial - cláusula de eleição de foro - hipossuficiência - porte das empresas contratantes).

BRASIL. STJ – Superior Tribunal de Justiça. REsp 1.737.428/RS, com relatoria da Min. Nancy Andrighi, por maioria, decidiu ser abusiva a venda de ingressos em meio virtual vinculada a uma única intermediadora e mediante o pagamento de taxa de conveniência, a configurar, assim, venda casada indireta e, portanto, prática consumerista abusiva.

BRASIL. STJ – Súmula 479 – “As instituições financeiras respondem objetivamente pelos danos gerados por fortuito interno relativo a fraudes e delitos praticados por terceiros no âmbito de operações bancárias”.

BRASIL. STJ – Súmula 335 – “Nos contratos de locação, é válida a cláusula de renúncia à indenização das benfeitorias e ao direito de retenção”.

BRASIL. STJ – Superior Tribunal de Justiça. REsp 1.599.511/SP, 2ª Seção, Rel. Min. Paulo de Tarso Sanseverino, j. 24/08/2016. (Cláusula de corretagem imobiliária – transferência da comissão de corretagem ao comprador, validade da cláusula).

BRASIL. STJ – Superior Tribunal de Justiça. REsp 1.818.391/RN, 3ª Seção, Rel. Min. Paulo de Tarso Sanseverino, j. 10/09/2019. (Direito do Consumidor. Responsabilidade do Fornecedor. Revisão de Contrato).

BRASIL. STJ – Superior Tribunal de Justiça. REsp 1.737.412/SE, 3ª Turma, Relª. Min. Nancy Andrighi, j. 05/02/2019. (Dano temporal do consumidor – reconhecimento da teoria do desvio produtivo).

BRASIL. STJ – Superior Tribunal de Justiça. REsp 1.787.492 /SP, 3ª Turma, Relª. Min. Nancy Andrighi, j. 31/10/2017. (Direito do Consumidor. Entrega de Produtos e Restituição de Valores pelo Exercício do Arrependimento).

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça (Corte Especial). questão de ordem no Recurso Especial nº. 1.813.684/SP. ministra Relatora Nancy Andrighi. Data do Julgamento: 02/10/2019

BRASIL. Lei nº 13.709 de 14/08/2018, publicada no Diário Oficial da União (D.O.U.). Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/Lei/L13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/Lei/L13709.htm) Acesso em: 24 out. 2025

COELHO, Fábio Ulhoa. Curso de direito comercial. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2003, v. 3, p. 37, 47-48.

CRUZ, Carolina Dias Tavares Guerreiro. Contratos internacionais de consumo: lei aplicável. Rio de Janeiro: Forense, 2006, p. 99 e s.

GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. *Novo Curso de Direito Civil – Contratos*. 2. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2019. (Capítulo: Contratos eletrônicos).

MARQUES, Claudia Lima. Proteção do Consumidor no comércio eletrônico e a chamada nova crise do contrato: por um direito do consumidor aprofundado. *Revista de Direito do Consumidor*, [S.l.], v. 57, p. 9-59, p. 305-306, 338-339, 347-353, 2006.

MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 9. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 8. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020. (Ebook).