



**CENTRO UNIVERSITÁRIO LS
GRADUAÇÃO EM DIREITO**

**GUILHERME GABRIEL MACHADO VALENTE SILVA
JÚLIA MEZÊT DOURADO
MARIA LUIZA CARNEIRO DOS SANTOS MENESES**

**CÓDIGO DO CONSUMIDOR NO AMBIENTE DIGITAL:
Análise da influência da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) na defesa do
consumidor virtual**

Taguatinga/DF

2024

GUILHERME GABRIEL MACHADO VALENTE SILVA
JÚLIA MEZÊT DOURADO
MARIA LUIZA CARNEIRO DOS SANTOS MENESES

**CÓDIGO DO CONSUMIDOR NO AMBIENTE DIGITAL:
Análise da influência da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) na defesa do
consumidor virtual**

Artigo apresentado como requisito parcial
para obtenção do título de Bacharel em
Direito pelo Curso de Direito do Centro
Universitário LS (UniLS).

Orientador(a): Prof.^a Esp. Viviane
Bernardes

Taguatinga/DF

2024

CÓDIGO DO CONSUMIDOR NO AMBIENTE DIGITAL: Análise da influência da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) na defesa do consumidor virtual

CONSUMER CODE IN THE DIGITAL ENVIRONMENT: Analysis of the influence of the General Data Protection Law (LGPD) on the defense of virtual consumers

Guilherme Gabriel Machado Valente Silva

Júlia Mezêr Dourado

Maria Luiza Carneiro dos Santos Meneses

Resumo: Neste artigo, discutiremos as disposições da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e do Código de Defesa do Consumidor (CDC) no que tange às relações consumeristas no ambiente digital, nos termos das suas implicações para uma efetiva proteção dos consumidores deste meio. Ambas as leis são introduzidas trazendo um viés voltado às novas necessidades no aspecto dos direitos do consumidor, especialmente o consumidor digital, tendo em vista as grandes mudanças que ocorreram por meio da evolução do comércio digital moderno, especialmente na problemática da coleta e uso de dados pessoais dos clientes online. O objetivo geral deste trabalho é demonstrar como a LGPD, aprovada pela lei nº 13.709/2018, acrescenta ao CDC, dentro da perspectiva das aquisições digitais do mundo moderno, trazendo aos consumidores da Era Digital importantes garantias específicas e direitos efetivos voltados ao tratamento exclusivo de seus dados pessoais, com a devida importância.

Palavras-chave: direito do consumidor; lei geral de proteção de dados; código de defesa do consumidor; ambiente digital; era digital.

Abstract: In this article, we will discuss the provisions of the General Data Protection Law (LGPD) and the Consumer Protection Code (CDC) regarding consumer relations in the digital environment, in terms of their implications for the effective protection of consumers in this environment. Both laws are introduced bringing a bias towards new needs in the aspect of consumer rights, especially digital consumers, in view of the major changes that have occurred through the evolution of modern digital commerce, especially in the issue of data collection and use of customers' personal information online. The general objective of this work is to demonstrate how the LGPD, approved by law nº 13,709/2018, adds to the CDC, within the perspective of digital acquisitions in the modern world, bringing to consumers in the Digital Era important specific guarantees and effective rights aimed at the exclusive treatment of your personal data, with due importance.

Key-words: consumer rights; general data protection law; consumer protection code; digital environment; digital era.

1. INTRODUÇÃO

Este Artigo Científico traz uma abordagem diretamente voltada para a importância do Código de Defesa do Consumidor (CDC) no âmbito digital, questionando se a garantia da proteção aos consumidores, proposta por meio de uma legislação criada décadas atrás, ainda continua garantindo efetiva proteção e segurança aos consumidores, diante de todos os desafios enfrentados pelas mudanças tecnológicas presentes no cenário atual, também chamado de “**Era Digital**”.¹

O presente artigo realiza uma análise através do desenvolvimento histórico do Código de Defesa do Consumidor (CDC), destacando sua influência no âmbito das relações de consumo, bem como enfatizando a importância de novos meios de interação entre empresas e consumidores para o processo de digitalização.

A Era Digital garante, por meio de sua notável acessibilidade e constante desenvolvimento, o acesso mais fácil já visto a produtos e serviços, além de comparação instantânea de preços, avaliações e *feedbacks*, juntamente com a possibilidade de efetuar transações por meio de qualquer dispositivo conectado à internet, assim como a capacidade de corrigir quaisquer “*bugs*” ou *hackers* em tempo considerado recorde.

Por outra perspectiva, esse mesmo ambiente digital, considerado tão prático e inovador, pode ser um depósito para uma longa lista de riscos e desafios, tais como fraudes, golpes, propagandas enganosas e, acima de tudo, maus-tratos de informações pessoais, tema relevante que será tratado neste artigo. Afinal, tanta tecnologia e facilidade de acesso a diferentes tipos de dados seria a realização de um sonho ou a iminência de um possível pesadelo?

Com a promulgação da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), aprovada em 2018, tem-se um grande marco do direito digital, isso porque a LGPD não apenas regula o processamento de dados pessoais, trazendo transparência e segurança às relações de consumo online, mas também supervisiona isso, garantindo que as

¹ Atualmente, nos encontramos em um período em que todas as operações pessoais, corporativas e governamentais são feitas de maneira automatizada, com a troca de informações de volume e velocidade jamais antes vistos na história da humanidade: vivemos a chamada era digital.

empresas apliquem as responsabilidades de privacidade do usuário de uma maneira mais segura e confiável para os consumidores no mundo digital.

Apesar desse avanço, a pesquisa revela que a LGPD tem lacunas na vigilância e na aplicação de medidas com eficácia suficiente quando se trata de proteção total dos consumidores em ambientes virtuais, uma vez que as tecnologias estão avançando em ritmo desenfreado e o volume de transações digitais cresce cada dia mais.

Ou seja, muito embora o CDC e a LGPD sejam rudimentares na estrutura de suporte aos direitos do consumidor, o consumo digital traz cada vez mais demandas, o que justifica a infusão de melhoria, no intuito de garantir uma defesa completa e verdadeiramente eficaz dos consumidores.

2. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (CDC)

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) teve sua origem com a promulgação da Lei nº 8.078, de 1990, que surgiu em um contexto de redemocratização e da Constituição Federal de 1988, que previa a necessidade de uma legislação específica para regular as relações de consumo, tornando-se a principal ferramenta de proteção dos direitos dos consumidores no Brasil, bem como trazendo atualizações e adaptações sempre que necessário, para continuar efetivamente protegendo e abrangendo a crescente demanda de produtos e serviços disponíveis.

Conforme dispõe o artigo 2º, do CDC, consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final, equiparando-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

2.1. CONTEXTO HISTÓRICO

Numa esfera de compreensão da formação do sistema atual de proteção ao consumidor, é importante destacar eventos históricos específicos que foram indispensáveis para a evolução das normas jurídicas relacionadas ao consumo.

Mesmo em um contexto muito distante cronologicamente, como Antigo Egito, Idade Média e Código de Hamurabi, já era possível notar elementos do que viria a ser, futuramente, a chamada proteção ao consumidor, onde eram refletidas as preocupações e garantias quanto a responsabilidade dos prestadores de serviços e da segurança dos seus respectivos clientes, trazendo ideias hoje presentes na responsabilidade objetiva, que existe no CDC através do princípio da boa-fé.

No século XX, especialmente após a Segunda Guerra Mundial, ocorreram várias transformações nas interações comerciais e sociais, por meio de inovações, trazendo também aumento na demanda de oferta, produtos e serviços, o que acabou por trazer a predominância de fornecedores.

Os primeiros movimentos organizados efetivamente em defesa do consumidor aconteceram nos Estados Unidos. Em 15 de março de 1962, o presidente John F. Kennedy declarou abertamente que “consumidores somos todos nós” e reconheceu quatro direitos fundamentais, sendo estes: o Direito à saúde; à segurança; Direito à informação; Direito à escolha e o Direito a ser ouvido. O referido movimento foi denominado consumerismo², e visava combater abusos na produção, comercialização e publicidade de produtos.

Outro marco importante ocorreu em 1985, quando a Organização das Nações Unidas reconheceu o consumidor como parte mais vulnerável a uma relação consumerista, por meio da Resolução nº 39/248, estabelecendo diretrizes necessárias para a proteção internacional do consumidor, sendo úteis em diferentes legislações.

Ademais, antes da oportunidade do CDC ser incluído na Constituição de 1988, a Lei nº 7.347/85, conhecida como a Lei da Ação Civil Pública, já colaborava de forma geral com o tema, tratando da proteção de interesses difusos.

A defesa do consumidor no Brasil começou a se desenvolver efetivamente nas décadas de 1960 e 1970, com o surgimento de órgãos como a Associação de Proteção ao Consumidor, o Grupo Executivo de Proteção ao Consumidor, entre outros.

Em 1985, o Conselho Nacional de Defesa do Consumidor foi criado para assessorar o governo nas políticas de defesa do consumidor, sendo atualmente

² Em síntese, o consumerismo se refere a um movimento social para um consumo responsável, com escolhas de compras conscientes e sustentáveis.

considerado uma lei principiológica, pois estabelece variados princípios gerais que cobrem diversas situações de consumo e relações consumeristas. Foi um mecanismo trazido para assessorar o presidente da república a elaborar, da melhor forma possível, as políticas nacionais de defesa do consumidor.

Em 2012, houve outro marco no que tange a evolução dos direitos consumeristas, pois foi criada a Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON³), que representa o Brasil em questões internacionais de proteção ao consumidor. Assim, é essencial que os consumidores se sintam seguros e motivados a buscar justiça sempre que necessário, sabendo quais são seus direitos cabíveis.

É fundamental analisar os aspectos históricos, econômicos e políticos das presentes relações de consumo para entender, de fato, sua intensidade, evolução e relevância no mundo atual.

2.2. ATUALIDADE

Com a promulgação da Constituição e sua edição repleta de garantias fundamentais, os direitos do consumidor ganharam um destaque merecido, que refletem diretamente no princípio da dignidade da pessoa humana. Isso estabelece que a violação dos direitos do consumidor é, na verdade, uma violação de princípios fundamentais, sendo de extrema importância. Por tal razão, atualmente diversas legislações, órgãos e associações se dedicam exclusivamente à proteção do consumidor.

A Lei 8.078/90, por exemplo, regula as relações de consumo e reconhece a vulnerabilidade do consumidor, facilitando sua defesa, tornando a justiça mais acessível.

É de grande valia destacar algumas das inovações trazidas pelo código consumerista, tais como a abrangência do conceito de fornecedor, o rol de direitos fundamentais do consumidor, a proteção contra os vícios de qualidade e quantidade, a ampliação das hipóteses de desconsideração da personalidade jurídica, o controle de práticas e cláusulas abusivas, bancos de dados, cobrança de dívidas decorrentes

³ A Senacon é a responsável pela gestão, disponibilização e manutenção da plataforma, bem como pela articulação com demais órgãos e entidades do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.

de consumo, a previsão de convenções coletivas de consumo, a previsão de sanções administrativas e penas em matéria de consumo, o acesso à justiça para o consumidor, a disciplina do marketing, ou seja, da oferta e da publicidade, dentre outros.

Nesse sentido, observa-se que o CDC é responsável por estabelecer uma política nacional das relações de consumo, com atenção especial voltada à harmonia e ao equilíbrio das relações presentes, a fim de conciliar proteção do consumidor com o desenvolvimento econômico e tecnológico do país.

O Estado também está presente, sendo responsável por desempenhar diferentes papéis que são de suma importância, em três esferas: no que tange ao Poder Legislativo, criando e regulamentando as leis de proteção ao consumidor; no Poder Executivo, implementando e promovendo as respectivas normas; e também no Poder Judiciário, resolvendo os litígios que ocasionalmente vem a ocorrer dessas relações.

O Código de Defesa do Consumidor tem um papel fundamental para a promoção da cidadania, juntamente com os aspectos da justiça social, garantindo uma proteção abrangente e efetiva aos consumidores, regulando todos os aspectos das relações de consumo por meio de seu caráter constitucional.

3. AMBIENTE DIGITAL

3.1. CONSUMO ONLINE

Hoje em dia, vivemos conectados o tempo todo, e o ambiente digital traduz-se exatamente nesse sentido, pois trata-se de uma grande rede de pessoas, dispositivos e sistemas interligados pela internet.

No mundo do consumo online, isso se traduz em consumidores e empresas se encontrando em lojas virtuais, aplicativos de compras e redes sociais. O bacana desse ambiente é que tudo acontece de maneira muito rápida e prática. Em questão de minutos, você consegue comparar preços, ver avaliações de outros clientes e fechar a compra de um produto, tudo sem sair do lugar.

Mas nem tudo são flores. O ambiente digital também pode ser um pouco confuso. Informações mal explicadas ou até falsas podem te levar a fazer uma compra que depois você percebe que não era bem o que queria. E o pior: muitas vezes, é complicado resolver problemas nesse tipo de ambiente, já que muita coisa é automatizada e as respostas não são tão rápidas ou claras quanto a gente gostaria.

3.2. BENEFÍCIOS

No que tange aos benefícios, destacam-se os seguintes:

Facilidade e conveniência: Quem nunca agradeceu a possibilidade de fazer compras de casa, a qualquer hora do dia? O ambiente digital oferece essa conveniência, com uma variedade de produtos que parece não ter fim.

Comparação fácil de preços e produtos: Um ponto forte das compras online é a possibilidade de comparar preços em vários sites de uma só vez. Isso te dá muito mais controle e informação para decidir onde comprar.

Transparência: Com tantas avaliações de outros clientes, avaliações e comparações disponíveis, o consumidor pode tomar decisões mais conscientes. Você não precisa confiar só no que a loja diz, mas também no que outros usuários já experimentaram.

Amparo legal: Mesmo no mundo digital, estamos protegidos por leis, como o **Código de Defesa do Consumidor (CDC)** e o **Decreto 7.962/2013**, que garantem nossos direitos em casos de problemas com produtos ou serviços.

3.3. RISCOS

A propósito, cumpre também relacionar alguns dos riscos mais comuns envolvidos à prática da compra e venda online, quais sejam:

Golpes e fraudes: Com o crescimento das compras online, crescem também os golpes. Sites falsos, clonagem de cartões e outras fraudes estão sempre à espreita.

Propaganda enganosa: Muitos anúncios prometem mais do que entregam, e o consumidor pode acabar comprando algo que não corresponde ao que foi anunciado.

Coleta de dados indevida: Muita gente não percebe, mas algumas empresas coletam mais dados do que precisam. Isso aumenta o risco de vazamento de informações, o que é preocupante.

Sites Falsos: Promoções absurdas podem parecer irresistíveis, mas muitas vezes são armadilhas. A dica é simples: sempre cheque a reputação do site, veja se ele tem aquele cadeado de segurança (SSL⁴) e não esqueça de conferir no **Reclame Aqui**.⁵

Phishing (Roubo de Dados): Um dos golpes mais comuns é quando você recebe um e-mail ou mensagem tentando roubar seus dados. O segredo para evitar é nunca clicar em links suspeitos e sempre checar se quem mandou a mensagem é confiável.

Produto que Nunca Chega: Quem nunca comprou algo que nunca foi entregue? Para evitar isso, sempre use plataformas conhecidas e que tenham garantia de entrega ou devolução.

Roubo de Informações Financeiras: Usar seu cartão de crédito em sites desconhecidos pode ser perigoso. O ideal é usar **cartões virtuais** ou serviços como **PayPal**, que oferecem mais segurança.

No Brasil, o **Reclame Aqui** virou quase um "guia de sobrevivência" para o consumidor. Se você tiver problemas com uma empresa ou um produto, pode deixar sua reclamação lá, e muitas vezes a própria empresa entra em contato para resolver. Além disso, você pode usar o site para verificar se a empresa com a qual você quer fazer negócio tem um bom histórico de atendimento. Ele é uma ferramenta poderosa para evitar problemas antes mesmo de eles acontecerem.

⁴ Certificado SSL é um certificado digital que autentica a identidade de um site e possibilita uma conexão criptografada. O termo "SSL" significa "Secure Sockets Layer" (camada de soquete seguro), um protocolo de segurança que cria um link criptografado entre um servidor Web e um navegador Web.

⁵ O Reclame Aqui é uma ferramenta utilizada pelos consumidores para expor opiniões sobre a experiência com determinada empresa ou serviço.

O mundo das compras online trouxe muitos benefícios, mas também novos desafios. Para se proteger, o consumidor precisa ficar atento, checar a reputação dos sites, garantir que as transações são seguras e usar plataformas confiáveis. Felizmente, leis como o **CDC** e a **LGPD** estão aí para garantir que nossos direitos sejam respeitados e nossos dados estejam seguros.

3.4. O CONSUMIDOR DIGITAL

O consumidor digital é basicamente qualquer pessoa que valoriza a praticidade. Ele quer tudo para ontem, está sempre buscando a melhor oferta e prefere resolver tudo pelo celular ou computador. Com a internet, esse consumidor está muito mais informado. Ele compara preços, lê comentários de outros clientes e valoriza a personalização da experiência.

Só que, junto com essa praticidade, vem alguns riscos. Golpes, fraudes e o uso indevido de dados são problemas que afetam até os consumidores mais cuidadosos e mesmo quem já está mais acostumado a comprar online pode acabar caindo em uma cilada.

4. LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (LGPD)

Em 14 de agosto de 2018 foi sancionada a Lei nº 13.709, intitulada Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade, bem como a livre formação da personalidade de cada indivíduo, regulando o tratamento de dados pessoais, tanto em meio físico quanto digital, realizado por entidades públicas ou privadas. No entanto, a referida legislação só passou a vigorar em 2020.

Conforme preceitua o doutrinador Danilo Doneda ⁶a respeito da temática: "O advento da LGPD representa um marco significativo na proteção da privacidade e dos

⁶ Danilo Doneda, referência em gestão de dados e segurança digital, em seu artigo "Da privacidade à proteção de dados pessoais" no que tange à pessoa e a privacidade na sociedade de informação e o direito à privacidade no contexto dos direitos de personalidade.

direitos dos cidadãos brasileiros, impondo às empresas uma série de obrigações e responsabilidades no tratamento de dados pessoais."

São definidos dois agentes principais no tratamento de dados: (i) controlador, que também decide sobre o uso dos dados e (ii) operador, que executa as operações em nome do controlador. Contudo, também existe a figura de um terceiro agente, o Encarregado, que atua como canal de comunicação entre o Controlador, o Operador, os titulares dos dados e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD).

A LGPD cria uma estrutura legal que assegura os direitos dos titulares, os quais devem ser respeitados durante todo o período em que os dados pessoais são tratados pelo órgão ou entidade.

Dentre os conceitos da legislação, cumpre citar os seguintes:

Dados Pessoais: Informações que identificam ou podem identificar uma pessoa, como nome e endereço;

Tratamento de Dados: Operações realizadas com dados pessoais, incluindo coleta, armazenamento e eliminação;

Consentimento: Autorização expressa do titular para o tratamento de seus dados;

Direitos dos Titulares: Incluem acesso, correção e eliminação de dados, além da revogação do consentimento;

Controlador e Operador: O controlador decide sobre o tratamento, enquanto o operador executa as operações em seu nome;

ANPD: Autoridade responsável pela fiscalização e aplicação da LGPD.

Em resumo, a LGPD possui como seus princípios essenciais o consentimento, a transparência e responsabilidade com os dados pessoais, bem como representa grande avanço na proteção e privacidade, uma vez que pode ser considerada um marco, assegurando direitos como acesso, correção e eliminação de informações, gerando maior controle sobre as ações realizadas no ambiente virtual. Ou seja, a implementação da LGPD não apenas fortalece a confiança nas relações entre

indivíduos e entidades, mas também alinha o Brasil às melhores práticas internacionais de proteção de dados.

4.2. COMPARAÇÃO INTERNACIONAL: LGPD E GDPR

A LGPD brasileira e a GDPR da União Europeia são leis que têm objetivos um tanto alinhados, quais sejam, proteger dados pessoais e garantir a privacidade do consumidor, no entanto, existem diferenças consideráveis.

A GDPR é muito mais rigorosa quando aplicada fora da União Europeia, isso porque rege qualquer empresa que processe dados de cidadãos da UE, independentemente da localização do processamento. Em contraste, a LGPD também é relevante para empresas estrangeiras que processam dados brasileiros, mas com uma atitude muito mais relaxada em relação à supervisão internacional.

O consentimento permite o processamento de dados em ambas as leis, mas a GDPR determina que, sob uma perspectiva mais rigorosa, o sujeito tenha que expressar sua vontade por meio de uma manifestação que seja "clara e afirmativa" (Artigo 7 da GDPR), enquanto a LGPD (Artigo 7) também permite tratamento de dados em outras situações, como o cumprimento de contrato, tutela da saúde, ou exercício regular de direitos.

A LGPD e a GDPR legitimam certos direitos dos titulares de dados, como acesso, retificação e exclusão. No entanto, a GDPR é muito mais ampla no que diz respeito ao direito à portabilidade de dados, facilitando a movimentação de dados entre prestadores de serviços (artigo 20 do GDPR). A LGPD prevê um direito semelhante, mas a aplicação real dessa disposição encontra problemas no Brasil.

As multas dentro da GDPR são mais rigorosas e podem ir até 4% do faturamento global da empresa e, na LGPD, as multas são fixadas em 2% da receita, mas não excedendo 50 milhões de reais para cada infração.

Na Europa, as autoridades terão mais independência e mais poderes para sancionar sob o GDPR, diferente do Brasil, onde a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) é criada, o que acaba diluindo a eficácia da vigilância.

Em síntese, ambas as disposições exigem que as empresas tomem medidas técnicas e organizacionais para proteger dados pessoais, entretanto, o GDPR exige avaliações de impacto de proteção de dados mais frequentes e, em alguns casos, relatórios de conformidade também.

5. ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (LGPD) NA DEFESA DO CONSUMIDOR VIRTUAL

Em síntese, a promulgação do Código de Defesa do Consumidor (CDC) em 1990 introduziu no ordenamento jurídico brasileiro uma série de princípios fundamentais que regem as relações de consumo, estabelecendo direitos e deveres tanto para consumidores quanto para fornecedores. Contudo, com o avanço acelerado da tecnologia e o crescimento exponencial do comércio virtual, emergiu a necessidade de legislações que abordassem especificamente as complexidades do ambiente digital.

Em tal contexto, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), sancionada em 2018, tornou-se uma legislação essencial no panorama atual, mesmo sendo considerada relativamente nova. Ao assegurar a proteção dos dados pessoais dos consumidores, a LGPD não apenas promove a segurança e a privacidade, mas também impulsiona o fortalecimento do mercado digital. Esse fortalecimento é crucial para o crescimento contínuo do comércio eletrônico, o que, por sua vez, exerce um impacto positivo na economia do país.

A referida legislação, promulgada sob o nº 13.709/2018, enriquece o CDC, especialmente no contexto das aquisições digitais, estabelecendo garantias concretas relacionadas ao tratamento de dados pessoais, bem como assegurando que os consumidores tenham controle sobre suas informações.

De acordo com o artigo 7 da LGPD, o manejo de dados pessoais somente é permitido mediante o consentimento explícito do titular, reforçando, assim, a transparência e a acessibilidade sobre como suas informações são utilizadas. Essa

abordagem se alinha perfeitamente com o artigo 6 do CDC, que assegura aos consumidores o direito a informações claras e precisas sobre produtos e serviços.

No entanto, apesar das robustas proteções legais que cercam os dados pessoais, um desafio persistente é a falta de conhecimento dos consumidores sobre seus direitos em relação a suas informações pessoais, isso porque muitos não estão plenamente cientes de que têm o direito de saber como seus dados são coletados, utilizados e compartilhados.

Isso revela uma lacuna significativa que deve ser abordada através de campanhas de conscientização e educação.

O foco principal deste artigo é, portanto, analisar como a LGPD e o CDC operam em uníssono para proteger os direitos dos consumidores digitais. Assim, a intersecção entre essas duas legislações é vital para garantir que os consumidores possam navegar no ambiente digital com segurança, confiança e, principalmente, a consciência de seus direitos.

5.1. RELAÇÕES DE CONSUMO ONLINE

O ambiente digital trouxe comodidade, rapidez, eficiência e facilidade nas transações, mas também trouxe elevados riscos de golpes e fraudes e, por tal razão, as legislações abordadas no presente artigo se mostraram extremamente eficazes na proteção dos consumidores virtuais.

Nesse sentido, um dispositivo que merece destaque é o artigo 42 do CDC, o qual dispõe que o consumidor tem direito ao reembolso do dobro do valor pago em casos de cobranças indevidas, incluindo, inclusive, transações digitais, onde a maioria das cobranças indevidas ocorre, como em sites fraudulentos.

Além disso, de acordo com o artigo 18 do CDC, o fornecedor é solidariamente responsável por defeitos de qualidade ou quantidade, e essa imunidade abrange produtos comprados online. Ademais, o artigo 18 da LGPD vai além ao assegurar ao consumidor o direito de ter seus dados apagados, corrigidos ou bloqueados a qualquer momento em face do uso abusos, o chamado “direito ao esquecimento”.

5.2 GARANTIAS DO AMBIENTE DIGITAL

Uma das principais frentes da privacidade do consumidor brasileiro no ambiente digital é abordada por meio da LGPD. De acordo com o artigo 46 da Lei, as empresas devem observar boas práticas de proteção de dados, adotando medidas técnicas e administrativas em seus ambientes para proteger as informações associadas aos titulares dos dados contra riscos de perda, acesso não autorizado, roubo, alterações e situações prejudiciais ao titular dos dados. No comércio eletrônico, tal disposição garantiria transações relacionadas à segurança e nenhuma ocorrência de uso indevido.

Ele (CDC) oferece aos mesmos consumidores indenização garantida em casos em que os danos sejam decorrentes de violações de segurança na plataforma de comércio eletrônico. A responsabilidade do fornecedor está prevista no artigo 14 dos serviços prestados, incluindo a segurança do processo de compra e o tratamento de dados pessoais do cliente.

O artigo 6º da LGPD estabelece princípios como finalidade e necessidade. Pelo princípio da finalidade, os titulares dos dados poderão ter seus dados utilizados apenas para fins específicos comunicados no momento de sua coleta. Isso se soma à garantia de que o uso indevido ou a divulgação não autorizada desses dados viola o direito à privacidade do consumidor de serviços, gerando sanções às empresas.

Com a convergência das regulamentações da LGPD e do CDC, o consumidor digital pode ter maior segurança nas transações online e ter garantias legais em caso de infrações. Tais regras não apenas protegem os dados pessoais, mas asseguram diversos direitos e garantias aos consumidores em todas as transações digitais, via reembolso ou indenização pela perda ou dano sofrido.

6. JULGADO DE CASO REAL

A propósito, é pertinente citar o seguinte julgado do Superior Tribunal de Justiça, de um caso no qual ocorreu vazamento de dados bancários do consumidor,

gerando o famigerado golpe do boleto. Tal situação aborda questões cruciais tanto do Código de Defesa do Consumidor, quanto da Lei Geral de Proteção de Dados.

Em uma decisão que reforça a responsabilidade das instituições financeiras na proteção de dados de seus clientes, o Superior Tribunal de Justiça (STJ) acatou um recurso especial interposto por consumidora, que buscava a declaração de inexigibilidade de um débito e a reparação por danos morais após ser vítima do famoso "golpe do boleto".⁷

A ação, ajuizada em 2020, teve como ponto central o vazamento de dados bancários da consumidora, que facilitou a aplicação do golpe. Os criminosos, munidos de informações pessoais e financeiras da consumidora, conseguiram enviar um boleto falso, resultando em um pagamento indevido e prejuízos financeiros.

De acordo com a relatora do caso, ministra Nancy Andrighi⁸, a responsabilidade das instituições financeiras é objetiva quando há falha na prestação de serviços, especialmente em casos onde dados sigilosos são tratados de maneira inadequada. O Tribunal enfatizou que o armazenamento seguro das informações é uma obrigação legal e essencial para evitar que terceiros se aproveitem de dados pessoais.

O julgamento se baseou na análise do nexo causal entre o vazamento de dados e a fraude, destacando que a instituição financeira deve demonstrar que tomou todas as medidas necessárias para proteger as informações dos consumidores. Caso contrário, a responsabilidade pelos danos causados pela utilização indevida dos dados recai sobre a própria instituição.

A decisão, unânime, reformou um acórdão anterior do Tribunal de Justiça de São Paulo, que havia absolvido a empresa financeira de qualquer responsabilidade, alegando que a culpa pelo golpe seria exclusiva da consumidora por não ter seguido normas de segurança. O STJ, no entanto, reiterou que a proteção de dados pessoais

⁷ O golpe começa com uma transação financeira entre um determinado fornecedor e um cliente/pessoa jurídica. Essa transação possui um boleto bancário com data de vencimento definido. Aí entra o fraudador, que faz contato com o cliente usando um e-mail falso, semelhante ao e-mail do fornecedor, enviando um boleto falso.

⁸ Grande processualista e experiente professora de Direito Processual Civil – Mestre em Direito das Relações Internacionais e Mediação, pela Page 2 Universidade de Kurt Bösh, Suíça, Campus de Buenos Aires, e Doutoranda em Direito Civil, pela Universidade de Buenos Aires - UBA, em fase de elaboração de tese.

é um dever das instituições financeiras, e a falha nesse aspecto justifica a indenização ao consumidor.

Além da declaração de inexigibilidade do débito, a consumidora terá direito à repetição de indébito, ou seja, o reembolso dos valores pagos indevidamente, corrigidos monetariamente. A decisão também sublinha a aplicação da Súmula 479 do STJ, que estabelece que as instituições financeiras respondem pelos danos decorrentes de fraudes cometidas por terceiros em suas operações.

Esse caso traz à tona a importância de um debate contínuo sobre a segurança de dados pessoais no Brasil, especialmente em um cenário onde golpes digitais estão se tornando cada vez mais comuns. A vitória da consumidora pode servir como um precedente importante para outros consumidores que enfrentam situações semelhantes, reforçando a necessidade de proteção e responsabilidade das instituições financeiras.

No caso supracitado, a decisão da Ministra Nancy Andrighi estabelece um importante precedente ao afirmar que a responsabilidade das instituições financeiras vai além da mera prestação de serviços, isso porque as entidades devem garantir a segurança dos dados e proteger os consumidores contra fraudes, tendo em vista que a proteção de dados pessoais é um aspecto fundamental na relação consumerista, e a sua violação não pode ser ignorada.

Por oportuno, cabe mencionar a ementa do acórdão. Veja-se:

CONSUMIDOR. RECURSO ESPECIAL. AÇÃO DECLARATÓRIA DE INEXIGIBILIDADE DE DÉBITO POR VAZAMENTO DE DADOS BANCÁRIOS CUMULADA COM INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS E REPETIÇÃO DE INDÉBITO. GOLPE DO BOLETO. TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS SIGILOSOS DE MANEIRA INADEQUADA. FACILITAÇÃO DA ATIVIDADE CRIMINOSA. FATO DO SERVIÇO. DEVER DE INDENIZAR PELOS PREJUÍZOS. SÚMULA 479/STJ. RECURSO ESPECIAL PROVIDO. 1. Ação declaratória de inexigibilidade de débito por vazamento de dados bancários cumulada com indenização por danos morais e repetição de indébito, ajuizada em 13/2/2020, da qual foi extraído o presente recurso especial, interposto em 15/2/2022 e concluso ao gabinete em 19/6/2023. 2. O propósito recursal consiste em decidir se a instituição financeira responde por falha na prestação de serviços bancários, consistente no vazamento de dados que facilitou a aplicação de golpe em desfavor do consumidor. 3. Se comprovada a hipótese de vazamento de dados da instituição financeira, será dela,

em regra, a responsabilidade pela reparação integral de eventuais danos. Do contrário, inexistindo elementos objetivos que comprovem esse nexo causal, não há que se falar em responsabilidade das instituições financeiras pelo vazamento de dados utilizados por estelionatários para a aplicação de golpes de engenharia social (REsp 2.015.732/SP, julgado em 20/6/2023, DJe de 26/6/2023). 4. Para sustentar o nexo causal entre a atuação dos estelionatários e o vazamento de dados pessoais pelo responsável por seu tratamento, é imprescindível perquirir, com exatidão, quais dados estavam em poder dos criminosos, a fim de examinar a origem de eventual vazamento e, conseqüentemente, a responsabilidade dos agentes respectivos. Os nexos de causalidade e imputação, portanto, dependem da hipótese concretamente analisada. “(...) 5. Os dados sobre operações bancárias são, em regra, de tratamento exclusivo pelas instituições financeiras. No ponto, a Lei Complementar 105/2001 estabelece que as instituições financeiras conservarão sigilo em suas operações ativas e passivas e serviços prestados (art. 1º), constituindo dever jurídico dessas entidades não revelar informações que venham a obter em razão de sua atividade profissional, salvo em situações excepcionais. Desse modo, seu armazenamento de maneira inadequada, a possibilitar que terceiros tenham conhecimento de informações sigilosas e causem prejuízos ao consumidor, configura defeito na prestação do serviço (art. 14 do CDC e art. 44 da LGPD). 6. No particular, não há como se afastar a responsabilidade da instituição financeira pela reparação dos danos decorrentes do famigerado “golpe do boleto”, uma vez que os criminosos têm conhecimento de informações e dados sigilosos a respeito das atividades bancárias do consumidor. Isto é, os estelionatários sabem que o consumidor é cliente da instituição e que encaminhou e-mail à entidade com a finalidade de quitar sua dívida, bem como possuem dados relativos ao próprio financiamento obtido (quantidade de parcelas em aberto e saldo devedor do financiamento). 7. O tratamento indevido de dados pessoais bancários configura defeito na prestação de serviço, notadamente quando tais informações são utilizadas por estelionatário para facilitar a aplicação de golpe em desfavor do consumidor.” REsp 2077278/SP, Relatora: Ministra NANCY ANDRIGHI, Terceira Turma, julgado em 3/10/2023, DJe de 9/10/2023.”

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS/CONCLUSÃO

Este artigo destaca o papel essencial do Código de Defesa do Consumidor (CDC) e da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) na defesa do consumidor em meio a um ambiente digitalizado em rápida transformação. Os direitos dos consumidores brasileiros foram muito ampliados pela proclamação do CDC em 1990, mas novos desafios precisam ser enfrentados devido às mudanças tecnológicas e à evolução das transações online.

Embora promulgada em 2018, a LGPD é um primeiro grande passo muito importante para a proteção de dados, por meio do qual uma estrutura legal é estabelecida para a privacidade do consumidor com linhas claras de responsabilidade para as empresas. No entanto, as lacunas na implementação e execução da LGPD ainda a impedem de ser completamente eficaz para a proteção do consumidor, que continua em risco de fraude, bem como de ter seus dados vazados e enfrentar outras práticas abusivas.

É responsabilidade dos consumidores, empresas e do Estado trabalharem lado a lado e garantir que os direitos de proteção ao consumidor no ambiente digital sejam observados; por exemplo, por meio de campanhas educacionais que criem conscientização entre os cidadãos sobre seus direitos e riscos que vêm com o consumo online. Isso deve ser feito além do processamento transparente e responsável de dados pelas empresas, bem como maior controle e implementação prática das leis pelos países.

Embora o CDC e a LGPD estabeleçam uma base sólida para a proteção do consumidor, o cenário em constante evolução do comércio eletrônico e da tecnologia digital exige que essas regulamentações sejam regularmente revisadas e aprimoradas.

8. REFERÊNCIAS

JUSBRASIL. Breve histórico do direito do consumidor e origens do CDC. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/breve-historico-dodireito-do-consumidor-e-origens-do-cdc/112106596>. Acesso em: 10 out. 2024.

PROCON/RS. Código de Defesa do Consumidor: 31 anos. Disponível em: <https://procon.rs.gov.br/codigo-de-defesa-do-consumidorcompleta-31-anos#:~:text=Criado%20pela%20Lei%20N%C2%BA%208.078%20no%20ano%20de%201990%2C%20ele,regular%20as%20rela%C3%A7%C3%B5es%20de%20consumo>. Acesso em: 10 out. 2024.

REVISTA DE TECNOLOGIA APLICADA (RTA). A importância do marketing digital utilizando a influência do comportamento do consumidor. 1044-2932. Acesso em: 10 out. 2024.

NUNES CARVALHO, Ana Catarina. A comunicação de crise em ambiente digital.

BRASIL. Lei Geral de Proteção de Dados. 2018. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm. Acesso em: 26 de set. de 2024 <https://www.gov.br/esporte/pt-br/acesso-ainformacao/lcpd#:~:text=A%20Lei%20Geral%20de%20Prote%C3%A7%C3%A3o,da%20personalidade%20de%20cada%20indiv%C3%ADduo>.

BARBOSA, Isabelli Cristine; NOLASCO, Loreci Gottschalk. Proteção jurídica do consumidor no e-commerce com enfoque no tratamento de seus dados individuais. *Revista Jurídica Direito, Sociedade e Justiça*, v. 9, n. 13, p. 185-191, 2022.

BRASIL. Lei Geral de Proteção de Dados. 2018. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm. Acesso em: 22 de jun. de 2024

BRASIL. Código de Defesa do Consumidor. 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 22 de jun. de 2024

DONEDA, Danilo Cesar Maganhoto. A proteção de dados pessoais nas relações de consumo: para além da informação creditícia. Disponível em: <https://search.proquest.com/openview/8bbe20db1f77dfc3cf4e374451bf3162/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2031897>. Acesso em: 22 de jun. de 2024

EFING, A.; BRITTO, M. A reafirmação dos direitos do consumidor virtual brasileiro e a Lei Geral de Proteção de Dados. *Argumenta Journal Law*, v. 35, p. 93-121, 2021.

GUIMARÃES FILHO, Pedro Andrade; FERNEDA, Ariê Scherreier; FERRAZ, Miriam Olivia Knopik. A proteção de dados e a defesa do consumidor: diálogos entre o CDC, o marco civil da internet e a LGPD. *Meritum, Revista de Direito da Universidade FUMEC*, 2020.

HOMCI, JANAINA VIEIRA. A proteção dos dados pessoais no consumo digital. Editora Thoth, 2023.

MORAES, Cintia Alves de Macedo et al. A Lei Geral de Proteção de Dados e sua importância no âmbito do consumo por e-commerce. *LIBERTAS: Revista de Ciências Sociais Aplicadas*, v. 12, n. 2, 2022.

NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor: direito material (arts. 1º a 54)*. São Paulo: Saraiva, 2000. p. 106.

MARQUES, Cláudia Lima. MIRAGEM, Bruno. O necessário diálogo entre a LGPD e o Código de Defesa do Consumidor e os novos direitos do Consumidor-Titular dos Dados. Editora Forense Ltda., 2022.

TARTUCE, Flávio. NEVES, Daniel Amorim Assumpção. Manual do Direito do Consumidor – Direito Material e Direito Processual - Vol. Único. Editora Método, 2015.