

Aula 12 – Práticas Abusivas - Parte 2

Bem-vindos à nossa jornada pelo Direito do Consumidor, um campo que se torna cada vez mais vital no nosso dia a dia. Se você já se sentiu lesado por uma cobrança inesperada, por um serviço que não pediu ou por uma oferta que parecia boa demais para ser verdade, saiba que não está sozinho. As práticas abusivas são, infelizmente, uma realidade constante, e entender seus mecanismos é o primeiro passo para se proteger e, mais importante, para atuar de forma ética e legal no mercado.

Nesta aula, daremos continuidade à nossa análise das práticas abusivas, mergulhando em situações que vão desde a exigência de vantagens excessivas até os desafios impostos pelo ambiente digital. Nosso objetivo é que, ao final, você seja capaz de identificar, analisar e propor soluções para cenários complexos envolvendo a relação de consumo, especialmente aqueles que se manifestam nas plataformas online e na publicidade moderna.

Prepare-se para desvendar os meandros do Código de Defesa do Consumidor (CDC) e entender como ele se adapta às novas realidades do mercado. Vamos explorar casos práticos, discutir o impacto de legislações como a LGPD e desmistificar conceitos como os "dark patterns", que muitas vezes manipulam nossas decisões de compra sem que percebamos. Ao final, você terá uma visão mais clara de como o direito busca equilibrar as forças entre fornecedores e consumidores, garantindo um mercado mais justo para todos.

A Vantagem Manifestamente Excessiva

Quando o Equilíbrio se Perde

Imagine a seguinte situação: você está em uma emergência e precisa de um serviço ou produto específico. O fornecedor, percebendo sua vulnerabilidade, impõe condições ou preços que fogem completamente da razoabilidade, aproveitando-se da sua necessidade premente. Essa é a essência da prática abusiva de exigir vantagem manifestamente excessiva, um dos pilares da proteção consumerista contra a exploração.

📄 **Art. 39, inciso V do CDC:** É vedado ao fornecedor exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva.

O Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 39, inciso V, proíbe expressamente que o fornecedor exija do consumidor vantagem manifestamente excessiva. Mas o que exatamente significa "manifestamente excessiva"? Não se trata de qualquer lucro, mas sim de uma desproporção gritante entre o valor do produto ou serviço e o que é cobrado, ou entre a obrigação do consumidor e a contrapartida do fornecedor. É como se, em um jogo de cartas, um dos jogadores, sabendo da sua desvantagem, exigisse que você apostasse todos os seus bens em uma única rodada.

Juros Exorbitantes

Cobrança de taxas de juros muito acima do mercado em empréstimos e financiamentos

Multas Desproporcionais

Imposição de penalidades contratuais que não guardam relação com o dano causado

Preços Abusivos

Aproveitamento de situações de emergência para cobrar valores excessivos

Essa prática se manifesta em diversas situações, desde a cobrança de juros exorbitantes em um empréstimo até a imposição de multas contratuais desproporcionais. O cerne da questão é a quebra da boa-fé objetiva e do equilíbrio contratual, princípios fundamentais das relações de consumo. O fornecedor não pode se aproveitar de uma posição de poder ou da fragilidade do consumidor para obter lucros abusivos, transformando a relação comercial em uma verdadeira extorsão velada.

Um exemplo prático comum ocorre em serviços de reboque de veículos ou chaveiros em situações de emergência. O profissional, ciente da urgência e da falta de opções imediatas do consumidor, pode cobrar valores muito acima do praticado no mercado, aproveitando-se da situação de vulnerabilidade. Nesses casos, a intervenção judicial ou dos órgãos de defesa do consumidor pode anular a cobrança excessiva ou determinar a restituição dos valores pagos a maior.

Serviços sem Orçamento Prévio

A Surpresa que Vira Dívida

Você já levou seu carro para a oficina ou seu eletrodoméstico para o conserto e, ao final, recebeu uma conta muito maior do que esperava, sem ter sido avisado previamente? Essa é uma situação clássica de execução de serviços sem a devida autorização ou orçamento prévio, outra prática abusiva combatida pelo CDC.

Proteção Legal

Art. 39, inciso VI do CDC: É vedado executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor.

O artigo 39, inciso VI, do CDC é claro: é vedado executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes. Essa norma visa proteger o consumidor de gastos inesperados e de serviços não solicitados, garantindo que ele tenha controle sobre o que será feito e quanto custará.

A ausência de orçamento prévio impede o consumidor de comparar preços, avaliar a necessidade do serviço e planejar seus gastos. Em um mundo onde a informação é crucial para decisões de compra, privar o consumidor dessa informação essencial é uma forma de manipulação. A regra é simples: antes de qualquer intervenção, o fornecedor deve apresentar um orçamento detalhado, com a descrição dos serviços, materiais, prazos e custos, e obter a concordância explícita do consumidor.

01

Solicitação do Serviço

Consumidor identifica necessidade e procura fornecedor

02

Elaboração do Orçamento

Fornecedor apresenta orçamento detalhado com custos e prazos

03

Autorização Expressa

Consumidor analisa e autoriza formalmente a execução

04

Execução do Serviço

Fornecedor realiza o serviço conforme orçamento aprovado

Pense no caso de uma reforma residencial. Se o empreiteiro começa a fazer serviços extras sem sua aprovação formal, alegando que eram "necessários", e depois apresenta uma conta inflacionada, ele está incorrendo nessa prática abusiva. O consumidor tem o direito de recusar o pagamento pelos serviços não orçados e não autorizados, e o ônus da prova de que houve a autorização prévia recai sobre o fornecedor.

O Peso da Informação Depreciativa

Reputação em Risco

No cenário atual, onde a reputação digital pode ser tão valiosa quanto o crédito financeiro, a prática de repassar informações depreciativas sobre o consumidor é particularmente sensível. Imagine ter seu nome associado a dívidas inexistentes ou a comportamentos inadequados sem que você sequer saiba, e sem ter tido a chance de se defender.

Proteção do CDC

O Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 43, estabelece regras claras sobre os bancos de dados e cadastros de consumidores, garantindo o direito à informação e à correção de dados. Embora não haja um inciso específico no artigo 39 que trate diretamente do "repasse de informação depreciativa", essa conduta pode ser enquadrada como uma prática abusiva por violar a boa-fé, a lealdade e a transparência, além de poder configurar dano moral e material.

Reforço da LGPD

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) reforça essa proteção, exigindo consentimento para o tratamento de dados e garantindo ao titular o direito de acesso, correção e exclusão de suas informações. O repasse indevido de dados depreciativos, especialmente se falsos ou desatualizados, pode gerar sérias consequências legais para o fornecedor.

Importante: É como um boato malicioso que se espalha, prejudicando sua imagem sem que você tenha controle sobre a narrativa.

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) reforça essa proteção, exigindo consentimento para o tratamento de dados e garantindo ao titular o direito de acesso, correção e exclusão de suas informações. O repasse indevido de dados depreciativos, especialmente se falsos ou desatualizados, pode gerar sérias consequências legais para o fornecedor, que tem o dever de zelar pela veracidade e pela segurança das informações de seus clientes.

Um caso emblemático seria o de uma empresa que, após uma disputa com um cliente, decide compartilhar informações negativas (e talvez inverídicas) sobre ele com outras empresas do mesmo setor, visando prejudicá-lo. Essa conduta, além de ser uma prática abusiva, pode configurar violação da LGPD e gerar indenização por danos morais, pois atinge a honra e a imagem do consumidor.

Elevação Sem Justa Causa

O Preço que Sobe Sem Explicação

Você já se deparou com um aumento repentino e injustificado no preço de um produto ou serviço essencial, sem qualquer alteração aparente nos custos de produção ou na demanda? Essa elevação sem justa causa é uma prática abusiva que afeta diretamente o poder de compra do consumidor e desestabiliza o mercado.

Art. 39, inciso X do CDC: É proibido ao fornecedor elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços.

O artigo 39, inciso X, do CDC proíbe o fornecedor de elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços. A "justa causa" aqui se refere a fatores objetivos e comprováveis, como o aumento dos custos de matéria-prima, impostos, mão de obra ou uma escassez real do produto no mercado. O que não se admite é o aumento arbitrário, visando apenas o lucro excessivo em detrimento do consumidor, muitas vezes aproveitando-se de momentos de crise ou de alta demanda. Pense em um posto de gasolina que aumenta o preço do combustível de forma desproporcional após um feriado, sem que haja qualquer justificativa econômica para tal.

Justa Causa Válida

- Aumento de matéria-prima
- Elevação de impostos
- Custos de mão de obra
- Escassez real no mercado

Aumento Abusivo

- Aproveitamento de crises
- Exploração de alta demanda
- Lucro excessivo injustificado
- Preços arbitrários

Essa prática é um atentado contra a livre concorrência e a transparência nas relações de consumo. O consumidor tem o direito de ser informado sobre os preços e de esperar que eles reflitam a realidade do mercado, e não a ganância de um fornecedor. A fiscalização e a denúncia são ferramentas importantes para coibir essa conduta, garantindo que os preços sejam estabelecidos de forma justa e transparente.

Um exemplo clássico é a "precificação dinâmica" em aplicativos de transporte que, em momentos de alta demanda (chuva, eventos), elevam os preços a patamares exorbitantes sem uma justificativa clara de aumento de custos operacionais, mas apenas para maximizar o lucro. Embora a precificação dinâmica não seja ilegal por si só, quando ela se torna manifestamente excessiva e sem justa causa, aproveitando-se da urgência do consumidor, pode configurar uma prática abusiva.

Práticas Abusivas Modernas

Os "Dark Patterns" no Ambiente Digital

Com a crescente digitalização das relações de consumo, surgiram novas formas de práticas abusivas, muitas delas sutis e difíceis de identificar. Os "dark patterns", ou "padrões obscuros", são interfaces de usuário cuidadosamente projetadas para enganar, manipular ou induzir o consumidor a tomar decisões que não tomaria de outra forma, beneficiando o fornecedor.

O que são?

Armadilhas digitais que exploram vieses cognitivos e a falta de tempo do consumidor

Esses padrões são como armadilhas digitais, muitas vezes invisíveis a um olhar desatento, mas que direcionam o comportamento do usuário. Eles podem aparecer em sites de compras, aplicativos, redes sociais e até mesmo em serviços de streaming. A ideia é explorar vieses cognitivos e a falta de tempo do consumidor para ler todas as letras miúdas, levando-o a assinar serviços indesejados, compartilhar mais dados do que gostaria ou gastar mais dinheiro.

Confirmação Forçada

Uma opção de compra ou assinatura é pré-selecionada, exigindo que o usuário desmarque-a ativamente para não contratá-la

Isca e Troca

Um produto é anunciado a um preço atrativo, mas ao clicar, o usuário é direcionado para uma versão mais cara ou para um produto diferente

Custos Ocultos

Taxas e valores adicionais aparecem apenas nas etapas finais da compra, após investimento de tempo

Um exemplo clássico é a "confirmação forçada", onde uma opção de compra ou assinatura é pré-selecionada, exigindo que o usuário desmarque-a ativamente para não contratá-la. Outro é a "isca e troca", onde um produto é anunciado a um preço atrativo, mas ao clicar, o usuário é direcionado para uma versão mais cara ou para um produto diferente. A análise dessas práticas é crucial para a proteção do consumidor na era digital, exigindo uma vigilância constante e a adaptação das leis existentes.

Essas táticas são projetadas para serem quase imperceptíveis, explorando a psicologia humana para induzir o consumidor a agir contra seus próprios interesses. A dificuldade reside em provar a intenção manipuladora, mas a análise do design da interface e do fluxo de interação pode revelar a natureza abusiva.

Desvendando os "Dark Patterns"

Tipos e Exemplos

Os "dark patterns" são variados e se adaptam constantemente, tornando-se um desafio para a proteção do consumidor. Vamos explorar alguns dos tipos mais comuns para que você possa identificá-los:

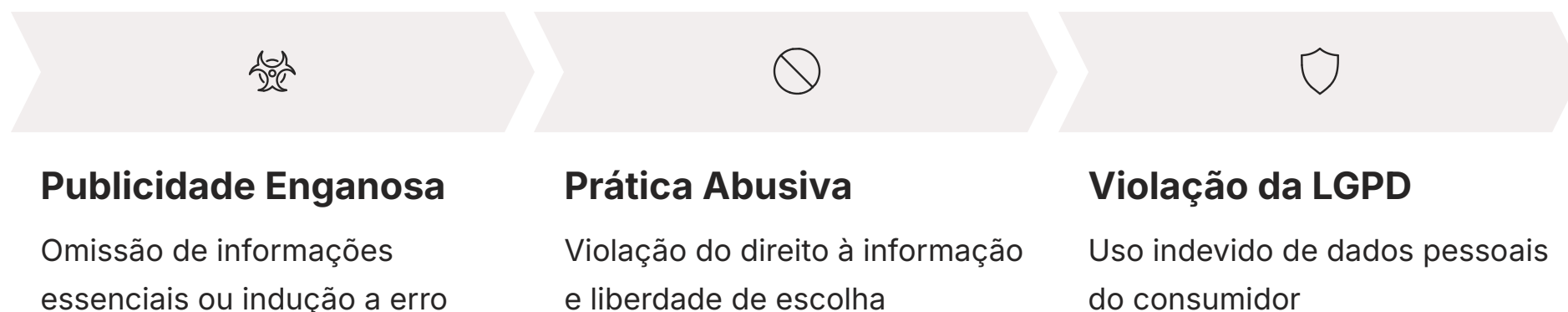
<p>1</p> <p>Isca e Troca (Bait and Switch)</p> <p>O consumidor clica em um produto ou oferta que parece muito boa, mas é redirecionado para algo diferente ou de pior qualidade.</p> <p><i>Exemplo:</i> Um site de passagens aéreas anuncia um voo a um preço muito baixo, mas ao tentar finalizar a compra, o voo "desaparece" ou o preço aumenta drasticamente, e outras opções mais caras são apresentadas.</p>	<p>2</p> <p>Confirmação Forçada (Forced Continuity)</p> <p>O usuário é inscrito automaticamente em um serviço após um período de teste gratuito, sem um aviso claro ou uma forma fácil de cancelar.</p> <p><i>Exemplo:</i> Um aplicativo oferece 7 dias grátis, mas exige os dados do cartão de crédito e, se o usuário não cancelar manualmente antes do fim do período, a cobrança é feita automaticamente.</p>	<p>3</p> <p>Custos Ocultos (Hidden Costs)</p> <p>Preços adicionais são revelados apenas nas etapas finais da compra, após o consumidor já ter investido tempo e esforço no processo.</p> <p><i>Exemplo:</i> Ao comprar ingressos online, taxas de serviço e conveniência são adicionadas apenas na tela de pagamento final, elevando o preço total.</p>
<p>1</p> <p>Assinatura Enganosa (Roach Motel)</p> <p>É fácil entrar em um serviço, mas extremamente difícil sair ou cancelar.</p> <p><i>Exemplo:</i> Um serviço de streaming permite a assinatura com poucos cliques, mas o cancelamento exige várias etapas, ligações telefônicas ou navegação por menus complexos.</p>	<p>2</p> <p>Spam de Amigos (Friend Spam)</p> <p>O site ou aplicativo pede acesso aos seus contatos e os utiliza para enviar mensagens indesejadas em seu nome.</p> <p><i>Exemplo:</i> Um jogo online pede acesso à sua lista de amigos e, sem seu consentimento explícito para cada envio, manda convites para todos eles.</p>	

Esses exemplos ilustram como a manipulação da interface pode levar o consumidor a decisões desfavoráveis, configurando uma prática abusiva no ambiente digital. A identificação desses padrões é o primeiro passo para o consumidor se proteger e para os órgãos reguladores atuarem de forma mais eficaz.

"Dark Patterns"

Implicações Legais e Dano ao Consumidor

Apesar de não haver uma legislação específica no Brasil que utilize o termo "dark patterns", essas práticas são amplamente enquadradas nas normas do Código de Defesa do Consumidor. A manipulação da interface para induzir o consumidor ao erro pode ser considerada **publicidade enganosa** (art. 37, § 1º do CDC), por omitir informações essenciais ou levar o consumidor a uma falsa percepção.



Além disso, a dificuldade de cancelar serviços (Roach Motel) viola o direito à informação clara e adequada e a liberdade de escolha do consumidor, podendo ser enquadrada como **prática abusiva** (art. 39 do CDC). A exigência de dados excessivos ou o uso indevido deles, por sua vez, colide diretamente com a **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)**.

Dano Financeiro

- Contratação de serviços indesejados
- Gastos extras não planejados
- Cobranças indevidas
- Perda de controle sobre despesas

Dano Moral

- Frustração e sensação de engano
- Perda de confiança nas plataformas
- Estresse e ansiedade
- Violação da dignidade do consumidor

O dano ao consumidor pode ser financeiro, pela contratação de serviços indesejados ou gastos extras, mas também pode ser moral, pela frustração e sensação de ser enganado. A dificuldade de navegação e a falta de transparência geram uma experiência negativa que mina a confiança nas plataformas digitais. A atuação dos órgãos de defesa do consumidor e a conscientização dos usuários são essenciais para combater esses padrões e promover um ambiente digital mais ético e seguro.

O Impacto da LGPD

Protegendo Seus Dados, Protegendo Você

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), Lei nº 13.709/2018, representa um marco na proteção dos direitos fundamentais de liberdade e de privacidade, e no livre desenvolvimento da personalidade natural. No contexto das relações de consumo, a LGPD se entrelaça com o CDC, adicionando uma camada robusta de proteção ao consumidor, que é também um titular de dados.

Antes da LGPD

Foco principal na proteção contra práticas comerciais desleais

Com a LGPD

Proteção adicional sobre coleta, armazenamento, tratamento e compartilhamento de dados

Antes da LGPD, o foco principal era a proteção do consumidor contra práticas comerciais desleais. Agora, além disso, há uma preocupação central com a forma como os dados pessoais são coletados, armazenados, tratados e compartilhados. Essa nova perspectiva é crucial, pois muitas práticas abusivas digitais, como os "dark patterns", frequentemente se aproveitam da falta de clareza sobre o uso dos dados do consumidor.

- ❏ **Consentimento:** A LGPD exige que o tratamento de dados pessoais seja feito com base em uma das dez bases legais previstas na lei, sendo o consentimento uma das mais importantes.

A LGPD exige que o tratamento de dados pessoais seja feito com base em uma das dez bases legais previstas na lei, sendo o consentimento uma das mais importantes. Isso significa que o fornecedor precisa obter uma manifestação livre, informada e inequívoca do consumidor para coletar e usar seus dados. É como ter uma chave para sua caixa de correspondência: ninguém pode abri-la sem sua permissão, e você precisa saber exatamente o que será feito com suas cartas.

LGPD e Relações de Consumo

Consentimento e Direitos do Titular

A aplicação da LGPD nas relações de consumo transforma a dinâmica entre empresas e clientes, exigindo maior transparência e responsabilidade no tratamento de dados. O consentimento, por exemplo, não pode ser genérico ou implícito. Ele precisa ser específico para cada finalidade do tratamento dos dados.

Imagine que você se cadastra em uma loja online para fazer uma compra. O consentimento para a compra não significa que a loja pode usar seus dados para enviar publicidade de parceiros sem sua permissão expressa para essa finalidade específica.

A LGPD empodera o consumidor, conferindo-lhe uma série de direitos como titular de dados:



Direito de Acesso

Saber quais dados a empresa possui sobre você



Direito de Correção

Solicitar a alteração de dados incorretos ou desatualizados



Direito de Exclusão

Pedir a eliminação de dados desnecessários ou excessivos (Direito ao Esquecimento)



Direito de Portabilidade

Transferir seus dados para outro fornecedor de serviço



Direito de Revogação

Retirar a permissão para o tratamento de dados a qualquer momento

Esses direitos são ferramentas poderosas para o consumidor controlar suas informações pessoais e evitar que elas sejam usadas de forma abusiva ou indevida. A empresa que não cumprir as determinações da LGPD está sujeita a multas e sanções significativas, o que reforça a importância de uma cultura de proteção de dados. A Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) é o órgão responsável por fiscalizar e aplicar as sanções.

Consumo na Era Digital

Desafios em E-commerce e Marketplaces

A era digital trouxe uma revolução para o consumo, com a facilidade de comprar e vender produtos e serviços a qualquer hora e em qualquer lugar. No entanto, essa conveniência também apresenta desafios únicos para a proteção do consumidor, especialmente em plataformas de e-commerce e marketplaces.


Desafios do E-commerce

- Ausência de contato físico
- Veracidade das informações
- Segurança dos pagamentos
- Política de trocas e devoluções

Complexidade dos Marketplaces

- Múltiplos vendedores
- Responsabilidade solidária
- Fiscalização de produtos
- Intermediação ativa

No comércio eletrônico, a ausência do contato físico e a complexidade das transações podem gerar incertezas. Questões como a veracidade das informações do produto, a segurança dos pagamentos, a entrega e a política de trocas e devoluções são pontos críticos. O consumidor, muitas vezes, se sente mais vulnerável por não poder inspecionar o produto antes da compra ou por ter que lidar com processos de atendimento ao cliente que podem ser impessoais e demorados.

 **Responsabilidade Solidária:** A jurisprudência tem caminhado no sentido de responsabilizar solidariamente o marketplace, especialmente quando ele atua como intermediador ativo da transação.

Marketplaces, como grandes plataformas que conectam vendedores e compradores, adicionam uma camada extra de complexidade. Quem é o responsável em caso de problema: o marketplace ou o vendedor individual? A jurisprudência tem caminhado no sentido de responsabilizar solidariamente o marketplace, especialmente quando ele atua como intermediador ativo da transação, garantindo a segurança e a qualidade dos produtos e serviços oferecidos em sua plataforma.

Um exemplo prático é a compra de um produto falsificado em um grande marketplace. Embora o vendedor seja o responsável direto pela falsificação, o marketplace, por hospedar a oferta e intermediar o pagamento, pode ser acionado judicialmente pelo consumidor, que tem o direito de ser ressarcido. A plataforma tem o dever de fiscalizar os produtos e vendedores que operam em seu ambiente.

Consumo na Era Digital

Redes Sociais e Serviços por Aplicativos

Além do e-commerce tradicional, as redes sociais e os serviços por aplicativos se tornaram ambientes de consumo intensos, mas também propícios a novas práticas abusivas. Nas redes sociais, a linha entre publicidade e conteúdo orgânico é tênue, e a pressão para o consumo pode ser constante.


Redes Sociais

- Publicidade disfarçada de conteúdo
- Pressão constante para consumo
- Influência de algoritmos
- Dificuldade de identificar anúncios

Serviços por Aplicativos

- Transporte e mobilidade
- Entrega de alimentos
- Hospedagem e turismo
- Serviços diversos sob demanda

Serviços de transporte, alimentação, hospedagem e outros, mediados por aplicativos, transformaram a economia, mas também levantaram questões sobre a responsabilidade das plataformas. Quem responde por um problema com o motorista, o entregador ou o prestador de serviço? A relação de consumo se estabelece com a plataforma, que atua como fornecedora do serviço de intermediação, e, portanto, é responsável pela qualidade e segurança da experiência do consumidor.

 **Atenção:** A facilidade de contratação via aplicativo não pode comprometer os direitos básicos do consumidor, que continua protegido pelo CDC.

A facilidade de contratação via aplicativo, muitas vezes com poucos cliques, pode levar o consumidor a aceitar termos e condições sem a devida atenção, expondo-o a cláusulas abusivas ou a custos ocultos. A velocidade e a conveniência não podem comprometer os direitos básicos do consumidor, que continua protegido pelo CDC, mesmo em um ambiente digital dinâmico.

Pense em um aplicativo de entrega de comida que, em caso de atraso ou erro no pedido, dificulta o contato com o suporte ou oferece soluções insatisfatórias. A plataforma, como fornecedora do serviço de entrega (ainda que por meio de terceiros), é responsável por garantir que o serviço seja prestado adequadamente e que os problemas sejam resolvidos de forma eficaz, conforme o CDC.

Publicidade e Influenciadores Digitais

Novas Fronteiras da Responsabilidade

A publicidade sempre foi um campo fértil para práticas abusivas, como a propaganda enganosa ou abusiva. Com o advento dos influenciadores digitais, essa fronteira se expandiu, trazendo novos desafios para a proteção do consumidor.



Poder de Persuasão

Influenciadores tornaram-se peças-chave nas estratégias de marketing com grande alcance



Linha Tênu

Dificuldade em distinguir recomendação genuína de publicidade paga



Identificação Obrigatória

CDC exige que a publicidade seja facilmente identificável como tal

Influenciadores, com seu poder de persuasão e alcance, tornaram-se peças-chave nas estratégias de marketing. No entanto, a linha entre uma recomendação genuína e uma publicidade paga nem sempre é clara. O Código de Defesa do Consumidor exige que a publicidade seja facilmente identificável como tal. Quando um influenciador promove um produto ou serviço, ele precisa deixar claro que se trata de um conteúdo patrocinado, evitando induzir o consumidor ao erro.

Responsabilidade Civil: Se um influenciador promove um produto defeituoso ou faz uma afirmação enganosa, ele pode ser responsabilizado solidariamente com o fornecedor.

A responsabilidade civil dos influenciadores digitais é um tema em evolução. Se um influenciador promove um produto defeituoso ou faz uma afirmação enganosa sobre ele, ele pode ser responsabilizado solidariamente com o fornecedor, especialmente se houver dolo ou culpa. O CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária) também atua na fiscalização dessas práticas, estabelecendo diretrizes para a publicidade de influenciadores, como a obrigatoriedade de uso de hashtags como #publi ou #ad.

Um exemplo recente envolveu influenciadores que promoveram plataformas de apostas online não regulamentadas no Brasil, com promessas de ganhos fáceis. Nesses casos, além da responsabilidade do fornecedor da plataforma, os influenciadores foram investigados por publicidade enganosa e por induzir consumidores a práticas financeiras de risco, podendo ser responsabilizados por danos causados.

Publicidade e Influenciadores Digitais

Transparência e Regulamentação

A transparência na publicidade digital é fundamental para garantir que o consumidor tome decisões informadas. A falta de identificação de conteúdo patrocinado pode ser considerada uma forma de publicidade enganosa, pois omite uma informação essencial sobre a natureza da mensagem.



CONAR

Estabelece diretrizes de autorregulamentação publicitária



Ministério Público

Investiga e processa casos de publicidade enganosa



Procon

Fiscaliza e aplica sanções por práticas abusivas

Além do CONAR, órgãos como o Ministério Público e o Procon têm atuado para coibir abusos na publicidade de influenciadores. Casos de promoção de produtos ou serviços ilegais, ou de promessas irrealizáveis, têm sido alvo de investigações e sanções. A tendência é que a regulamentação se torne cada vez mais específica, acompanhando a evolução do mercado digital.

Para Profissionais do Direito

É crucial entender que a liberdade de expressão não é absoluta e encontra limites na proteção do consumidor. A análise de casos envolvendo influenciadores exige conhecimento tanto do CDC quanto das dinâmicas das redes sociais.

Para Influenciadores

A ética e a responsabilidade devem guiar as ações no ambiente digital, garantindo que a publicidade seja uma ferramenta de informação, e não de manipulação. A verificação da idoneidade dos produtos promovidos é essencial.

Para os profissionais do direito e para os próprios influenciadores, é crucial entender que a liberdade de expressão não é absoluta e encontra limites na proteção do consumidor. A ética e a responsabilidade devem guiar as ações no ambiente digital, garantindo que a publicidade seja uma ferramenta de informação, e não de manipulação. A era dos influenciadores exige um olhar atento para que a inovação não se transforme em exploração.


A evolução da legislação e das diretrizes de autorregulamentação busca criar um ambiente mais seguro para o consumidor, onde a influência digital seja exercida com responsabilidade. Isso inclui a necessidade de os influenciadores verificarem a idoneidade dos produtos e serviços que promovem e de agirem com a mesma diligência que qualquer outro veículo de comunicação.

Práticas Abusivas

Tradicionais vs. Digitais

Para consolidar nosso entendimento, vejamos as diferenças e semelhanças entre as práticas abusivas que já conhecemos e as que surgem no ambiente digital.

Prática	Âmbito Tradicional	Âmbito Digital
Vantagem Excessiva	Cobrança abusiva em emergências físicas (chaveiro, reboque)	Precificação dinâmica excessiva em apps de transporte
Serviço sem Orçamento	Oficina mecânica que executa serviços não autorizados	Apps que adicionam serviços extras sem consentimento claro
Informação Depreciativa	Cadastros negativos em órgãos de proteção ao crédito	Compartilhamento indevido de dados entre plataformas digitais
Elevação de Preço	Aumento injustificado em produtos essenciais	Algoritmos que elevam preços baseados no perfil do usuário
Publicidade Enganosa	Propaganda em TV/rádio com informações falsas	Dark patterns, conteúdo patrocinado não identificado

 **Observação:** Embora os meios sejam diferentes, a essência da proteção do consumidor permanece: garantir transparência, boa-fé e equilíbrio nas relações de consumo.

Bases Legais de Proteção

CDC e LGPD em Sinergia

Código de Defesa do Consumidor (CDC)

Lei nº 8.078/1990

- Proteção contra práticas abusivas
- Publicidade enganosa e abusiva
- Direito à informação clara
- Equilíbrio contratual
- Responsabilidade solidária

Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)

Lei nº 13.709/2018

- Proteção de dados pessoais
- Consentimento informado
- Direitos do titular de dados
- Transparência no tratamento
- Fiscalização pela ANPD

A proteção do consumidor no Brasil se fortalece pela atuação conjunta do CDC e da LGPD. Enquanto o CDC foca nas práticas comerciais e na relação de consumo em si, a LGPD adiciona uma camada específica de proteção aos dados pessoais, que são cada vez mais valiosos e vulneráveis no ambiente digital.

1

Complementaridade

As leis se complementam para proteção integral

2

Aplicação Conjunta

Ambas podem ser invocadas simultaneamente

3

Proteção Ampliada

Consumidor tem mais ferramentas de defesa

Direitos do Consumidor Digital

Ferramentas de Proteção

No ambiente digital, o consumidor possui uma série de direitos que devem ser respeitados pelas plataformas e fornecedores. Conhecer esses direitos é fundamental para exercê-los de forma efetiva.



Direito à Informação Clara

Todas as informações sobre produtos, serviços, preços e condições devem ser apresentadas de forma clara, completa e em língua portuguesa. Isso inclui termos de uso, políticas de privacidade e custos totais.



Direito à Privacidade

Seus dados pessoais devem ser tratados com segurança, mediante consentimento, e você tem direito de acessar, corrigir, excluir ou portar seus dados a qualquer momento.



Direito de Arrependimento

Em compras online, o consumidor tem 7 dias para desistir da compra, contados a partir do recebimento do produto, sem necessidade de justificativa e com devolução integral do valor pago.



Direito à Segurança

As plataformas devem garantir transações seguras, proteger seus dados financeiros e oferecer mecanismos de resolução de conflitos em caso de problemas.

Como se Proteger

Dicas Práticas para o Consumidor

1

Desconfie de Ofertas "Boas Demais"

Se o preço está muito abaixo do mercado, pode ser um golpe ou um produto falsificado. Pesquise a reputação do vendedor e compare preços.

2

Leia os Termos de Uso

Mesmo que pareçam longos, dedique tempo para ler os termos e condições, especialmente as cláusulas sobre cancelamento, reembolso e uso de dados.

3

Exija Orçamentos Detalhados

Antes de contratar qualquer serviço, solicite um orçamento por escrito com descrição completa, prazos e valores. Não autorize serviços extras sem novo orçamento.

4

Proteja Seus Dados

Forneça apenas os dados estritamente necessários, verifique se o site é seguro (https) e desconfie de solicitações excessivas de informações pessoais.

5


Identifique Dark Patterns

Fique atento a opções pré-selecionadas, dificuldades para cancelar, custos que aparecem no final e qualquer design que pareça forçar uma decisão.

6

Documente Tudo

Guarde prints de tela, e-mails, contratos e comprovantes. Essa documentação é essencial para comprovar práticas abusivas.

 **Lembre-se:** O conhecimento é sua principal ferramenta de defesa. Ao identificar uma prática abusiva, não hesite em buscar seus direitos junto aos órgãos de defesa do consumidor.

Canais de Denúncia

Onde Buscar Ajuda

Quando seus direitos são violados, é fundamental saber onde buscar ajuda e como formalizar uma denúncia. O Brasil possui diversos órgãos e canais dedicados à proteção do consumidor.



Procon

Órgão estadual ou municipal de defesa do consumidor. Recebe denúncias, media conflitos e aplica sanções. Acesse o Procon da sua cidade ou estado.



Consumidor.gov.br

Plataforma online do governo federal para registrar reclamações contra empresas. Permite acompanhamento e tem alto índice de resolução.



Juizados Especiais

Para causas de até 20 salários mínimos, não é necessário advogado. Processo mais rápido e simplificado para resolver conflitos de consumo.



ANPD

Autoridade Nacional de Proteção de Dados. Recebe denúncias sobre violações da LGPD e uso indevido de dados pessoais.



Ministério Público

Atua em casos de interesse coletivo, investigando práticas abusivas que afetam múltiplos consumidores.



CONAR

Conselho de Autorregulamentação Publicitária. Recebe denúncias sobre publicidade enganosa ou abusiva.

Responsabilidade das Plataformas

O Papel dos Intermediadores Digitais

As plataformas digitais, sejam marketplaces, redes sociais ou aplicativos de serviços, têm responsabilidades específicas na proteção do consumidor. A jurisprudência brasileira tem evoluído para reconhecer que essas plataformas não são meras intermediárias neutras.



Dever de Fiscalização

As plataformas devem fiscalizar os produtos e serviços oferecidos, verificando a idoneidade dos vendedores e a legalidade das ofertas.



Atendimento Eficaz

Precisam oferecer canais de atendimento acessíveis e resolver problemas de forma rápida e eficiente.



Garantia de Segurança

Devem implementar medidas de segurança para proteger dados dos usuários e garantir transações seguras.



Responsabilidade Solidária

Podem ser responsabilizadas junto com o vendedor/prestador em caso de danos ao consumidor.



Importante: A responsabilidade solidária significa que o consumidor pode acionar tanto o vendedor direto quanto a plataforma, aumentando suas chances de ressarcimento.

Casos Práticos

Aplicando o Conhecimento

Vamos analisar alguns casos práticos que ilustram a aplicação dos conceitos estudados:

1

Caso 1: Assinatura Não Solicitada

Situação: Maria baixou um aplicativo de meditação que oferecia 3 dias grátis. Ela forneceu os dados do cartão, mas esqueceu de cancelar. Após o período, foi cobrada R\$ 89,90 mensais por 6 meses sem perceber.

Análise: Configuração de "Confirmação Forçada" (dark pattern) e possível prática abusiva. O app deveria enviar avisos claros antes da cobrança.

Solução: Maria pode solicitar o cancelamento imediato e o estorno dos valores cobrados, com base no CDC e na boa-fé objetiva.

2

Caso 2: Preço Dinâmico Abusivo

Situação: João solicitou um carro por aplicativo durante uma chuva forte. O preço estava 8x acima do normal, sem justificativa clara de aumento de custos operacionais.

Análise: Possível elevação de preço sem justa causa (art. 39, X do CDC), aproveitando-se da situação de necessidade do consumidor.

Solução: João pode questionar a cobrança junto ao Procon, solicitando a redução do valor ao patamar razoável de mercado.

3

Caso 3: Influenciador e Produto Defeituoso

Situação: Ana comprou um suplemento alimentar promovido por uma influenciadora famosa. O produto causou reações alérgicas e a composição não correspondia ao anunciado.

Análise: Publicidade enganosa. A influenciadora pode ser responsabilizada solidariamente com o fabricante se não verificou a idoneidade do produto.

Solução: Ana pode acionar tanto o fabricante quanto a influenciadora, buscando indenização por danos materiais e morais.

Tendências e Futuro

A Evolução da Proteção do Consumidor

O Direito do Consumidor está em constante evolução, acompanhando as transformações tecnológicas e sociais. Algumas tendências importantes para o futuro:



Inteligência Artificial

O uso de IA em decisões de consumo (crédito, preços, recomendações) levanta questões sobre transparência, discriminação algorítmica e responsabilidade por decisões automatizadas.



Criptomoedas e NFTs

Novos ativos digitais desafiam as estruturas tradicionais de proteção, exigindo adaptação das normas para garantir segurança e transparência.



Metaverso e Realidade Virtual

Ambientes virtuais imersivos criam novas formas de consumo e publicidade, demandando regras específicas para proteção nestes espaços.



Consumo Transfronteiriço

Compras internacionais via internet aumentam, exigindo cooperação entre países e harmonização de normas de proteção ao consumidor.



Consumo Sustentável

Crescente preocupação com impacto ambiental e social dos produtos, levando a novas exigências de transparência e responsabilidade corporativa.



Neurociência e Marketing

Técnicas de neuromarketing levantam questões éticas sobre manipulação subliminar e limites da persuasão comercial.

Boas Práticas para Fornecedores

Atuando com Ética e Legalidade

Para os fornecedores e empresas, atuar em conformidade com o CDC e a LGPD não é apenas uma obrigação legal, mas também uma vantagem competitiva. Consumidores valorizam empresas transparentes e éticas.

Transparência Total

Forneça todas as informações relevantes de forma clara e acessível. Evite letras miúdas e termos confusos. A transparência gera confiança.

Respeito aos Dados

Colete apenas dados necessários, obtenha consentimento explícito, garanta segurança e respeite os direitos dos titulares. Conformidade com a LGPD é essencial.

Design Ético

Evite dark patterns. Projete interfaces que facilitem a compreensão e a tomada de decisão informada, não que manipulem o usuário.

Atendimento de Qualidade

Ofereça canais de atendimento eficientes, resolva problemas rapidamente e trate reclamações como oportunidades de melhoria.

Preços Justos

Estabeleça preços que reflitam custos reais e margem razoável. Evite aumentos arbitrários e seja transparente sobre precificação dinâmica.

Publicidade Honesta

Garanta que toda publicidade seja verdadeira, identificável e não induza ao erro. Verifique a idoneidade de influenciadores parceiros.

Ferramentas de Análise

Identificando Práticas Abusivas

Para profissionais do direito e consumidores, é útil ter um framework de análise para identificar práticas abusivas:

01

Identifique a Relação de Consumo

Há um fornecedor (pessoa física ou jurídica) oferecendo produto/serviço a um consumidor (destinatário final)?

03

Verifique a Boa-Fé

A conduta viola os princípios da boa-fé objetiva, transparência, equilíbrio contratual ou lealdade?

05

Considere o Contexto Digital

Se aplicável, há violação da LGPD? Existem dark patterns ou manipulação de interface?

02

Analise a Conduta

Qual é a prática específica? Ela se enquadra em algum dos incisos do art. 39 do CDC ou em outras normas de proteção?

04

Avalie o Dano

Houve prejuízo material ou moral ao consumidor? O dano é individual ou coletivo?

06

Determine a Responsabilidade

Quem são os responsáveis? Há responsabilidade solidária de plataformas ou influenciadores?

Jurisprudência Relevante

Decisões que Moldam o Direito do Consumidor

A jurisprudência brasileira tem sido fundamental na interpretação e aplicação das normas de proteção ao consumidor, especialmente em casos envolvendo novas tecnologias:

Responsabilidade de Marketplaces

O STJ tem reconhecido a responsabilidade solidária de marketplaces quando atuam como intermediadores ativos, facilitando a transação e garantindo segurança. Isso fortalece a proteção do consumidor.

Cancelamento de Serviços

Tribunais têm considerado abusiva a exigência de procedimentos complexos para cancelamento, especialmente quando a contratação foi simples. O cancelamento deve ser tão fácil quanto a contratação.

Publicidade de Influenciadores

Decisões recentes têm responsabilizado influenciadores por publicidade enganosa, especialmente quando não verificam a idoneidade dos produtos promovidos ou não identificam claramente o conteúdo patrocinado.

Proteção de Dados

Com a LGPD, decisões têm reforçado o direito do consumidor de controlar seus dados, incluindo o direito ao esquecimento e à portabilidade, mesmo em relações de consumo.

Consolidação do Aprendizado

Protegendo o Consumidor em um Mundo em Transformação

Chegamos ao fim de mais uma etapa em nossa jornada pelo Direito do Consumidor. Nesta aula, aprofundamos nosso conhecimento sobre práticas abusivas, desde as mais tradicionais, como a exigência de vantagem excessiva e a execução de serviços sem orçamento, até as mais modernas, como os "dark patterns" e os desafios da publicidade com influenciadores digitais. Vimos como a LGPD se integra ao CDC para proteger nossos dados pessoais, um ativo cada vez mais valioso.

Principais Aprendizados

- Práticas abusivas tradicionais e digitais
- Dark patterns e manipulação de interface
- Integração CDC e LGPD
- Responsabilidade de plataformas e influenciadores
- Direitos e ferramentas de proteção

Em Prática

Lembre-se de que o conhecimento é sua principal ferramenta de defesa. Desconfie de ofertas "boas demais", exija orçamentos detalhados, leia os termos de uso (mesmo que pareçam longos) e esteja atento a como seus dados são solicitados e utilizados. Ao identificar uma prática abusiva, não hesite em buscar seus direitos junto aos órgãos de defesa do consumidor.

Autoavaliação

Teste Seus Conhecimentos

Instruções: Responda às questões abaixo para verificar sua compreensão do conteúdo. As respostas estão ao final.

- Qual das seguintes situações NÃO configura uma prática abusiva de "exigir vantagem manifestamente excessiva" conforme o CDC?**
 - Um chaveiro cobra 10x o valor de mercado para abrir uma porta em uma emergência noturna.
 - Uma loja de eletrônicos oferece um desconto de 5% para pagamento à vista.
 - Um banco impõe juros de 30% ao mês em um empréstimo pessoal, sem justificativa de risco.
 - Uma empresa de reboque cobra uma taxa abusiva para liberar um veículo apreendido.
- Sobre a execução de serviços sem orçamento prévio, qual a principal proteção do CDC?**
 - Permitir que o fornecedor cobre o que considerar justo após o serviço.
 - Exigir que o consumidor pague por todos os serviços executados, mesmo sem autorização.
 - Garantir que o consumidor tenha controle sobre os custos e a natureza do serviço antes da execução.
 - Obrigar o fornecedor a realizar o serviço de graça se não houver orçamento.
- Os "dark patterns" são interfaces digitais que visam:**
 - Facilitar a navegação do usuário e otimizar a experiência de compra.
 - Enganar ou manipular o consumidor para tomar decisões que beneficiam o fornecedor.
 - Garantir a transparência nas relações de consumo online.
 - Proteger os dados pessoais do consumidor de forma eficaz.
- A LGPD, no contexto das relações de consumo, principalmente:**
 - Substitui o CDC na proteção de dados.
 - Adiciona uma camada de proteção aos dados pessoais do consumidor, exigindo consentimento e garantindo direitos.
 - Permite que as empresas usem dados do consumidor livremente para publicidade.
 - Não se aplica a transações de e-commerce.
- Discorra sobre a responsabilidade dos influenciadores digitais na publicidade de produtos e serviços, considerando as normas do CDC e as tendências atuais.**

Gabarito

1. b) | 2. c) | 3. b) | 4. b)

5. Resposta dissertativa esperada: Os influenciadores digitais têm responsabilidade civil quando promovem produtos ou serviços, devendo identificar claramente conteúdo patrocinado (CDC art. 36). Podem ser responsabilizados solidariamente com o fornecedor em caso de publicidade enganosa ou produto defeituoso, especialmente se não verificarem a idoneidade do que promovem. O CONAR estabelece diretrizes como uso de #publi ou #ad. A tendência é de maior regulamentação e fiscalização, com influenciadores sendo tratados como veículos de comunicação, devendo agir com diligência e ética.

Próximos Passos

Conexão com a Próxima Aula e Recursos

Conexão com a Próxima Aula

Na **Aula 13 – Proteção Contratual no CDC - Parte 1: Disposições Gerais**, aprofundaremos ainda mais a proteção do consumidor, explorando as disposições gerais sobre contratos de consumo. Veremos como o CDC busca equilibrar as relações contratuais, coibindo cláusulas abusivas e garantindo a transparência e a boa-fé.

Recursos Adicionais

Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90)

Para consulta direta da legislação e aprofundamento nos artigos específicos.

Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/18)

Para aprofundar nos direitos do titular de dados e obrigações dos controladores.

Site do PROCON

Para entender casos práticos, consultar jurisprudência e saber como registrar denúncias.

Site do CONAR


Para conhecer as diretrizes de autorregulamentação da publicidade e casos julgados.

Portal Consumidor.gov.br

Plataforma oficial para registro de reclamações e acompanhamento de processos.

Site da ANPD

Para informações sobre proteção de dados, guias práticos e canal de denúncias.

 **NOTA IMPORTANTE:** As informações regulatórias/legais/técnicas desta aula estão atualizadas até 2025. Consulte sempre fontes oficiais para verificar alterações.