



SEPEX – Seminário de ensino, pesquisa e extensão da Uneal 07 e 08 de agosto de 2024

A FRÁGIL PROTEÇÃO DO DIREITO DO CONSUMIDOR PERANTE AO CONTROLE DE DADOS NAS MÍDIAS
SOCIAIS PARA INFLUENCIAR O COMPORTAMENTO DOS USUÁRIOS.

ALINE DE OLIVEIRA SANTOS, KAROLLAYNNE MARIA FERREIRA DA SILVA, SOFIA DOS SANTOS PEREIRA

¹ Profa. Me. Doutoranda, UNEAL, Campus I, contato: aline.santos@uneal.edu.br

² Graduanda em direito, UNEAL, Campus I, voluntária, contato: karolayne.silva.2021@alunos.uneal.edu.br

³ Graduanda em direito, UNEAL, Campus I, bolsista PIBIC, contato: sofia.pereira.2021@alunos.uneal.edu.br

INTRODUÇÃO

O presente projeto de pesquisa visou a análise do Direito do Consumidor e suas fragilidades perante ao mundo digital. Os estudos pautaram-se no exame dos avanços tecnológicos e das discussões acerca da regulamentação para a proteção do consumidor no mercado digital, além da vasta observação da LGPD e a sua efetividade.

METODOLOGIA

Visando a boa prática da pesquisa científica e integridade acadêmica, o procedimento escolhido para desenvolver o presente projeto foi a revisão bibliográfica do material teórico interdisciplinar, contendo legislação, jurisprudência e doutrinas. O procedimento de revisão bibliográfica da temática possibilitou a produção de uma coletânea de artigos para publicação.

OBJETIVOS

GERAL:

- Demonstrar os abusos praticados no mundo digital por meio do controle de dados dos usuários e seu reflexo no Direito do Consumidor.

ESPECÍFICOS:

- Analisar a fragilidade da segurança jurídica dos consumidores nas redes sociais.
- Examinar a efetividade da Lei Geral de Proteção de Dados e os impasses enfrentados para a garantia da proteção dos consumidores.
- Compreender as dificuldades do Código de Defesa do Consumidor e a relação de consonância com a Lei Geral de Proteção de Dados para o resguardo dos usuários.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

É indiscutível que a desinformação ainda é um problema vigente para os brasileiros, a propagação de seguridade dos Direitos ainda é inacessível para boa parte da população, o que sem dúvidas colabora para exploração das empresas com o consumidor. É necessário que haja uma pesquisa em ambos os lados quanto ao conhecimento com a LGPD e o Direito do consumidor para levantar a situação. A LGPD e o Código de Defesa do Consumidor, de forma expressa, precisa ser relacionado com a nova realidade, para que haja a adequação das empresas que utilizam dos meios digitais a Lei de Proteção de Dados e não lesione o Direito do Consumidor.

DISCUSSÃO E RESULTADOS

O presente projeto de pesquisa constatou a fragilidade do consumidor no mundo digital. Isso porque a legislação vigente ainda apresenta muitas falhas que torna ineficaz e insuficiente para proteger o usuário nas relações de consumo digital.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Constituição (1988)**. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

Código de Defesa do Consumidor. Decreto Presidencial nº 2.181, de 20 de março de 1997, Brasília, DF, 1997. Lgpd **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)**. Brasília, DF: Presidência da República, [2020]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/l14020.htm.