

## **1 - A Reconfiguração do Direito do Consumidor na Era Digital: Um Imperativo Estratégico para o Setor Empresarial**

O Código de Defesa do Consumidor (CDC), marco legislativo fundamental nas relações de consumo brasileiras, depara-se com uma nova e complexa fronteira: o ambiente digital. O avanço exponencial da tecnologia e a centralidade dos dados pessoais nas novas modelagens de negócio impõem desafios inéditos, que demandam uma reavaliação da eficácia dos mecanismos de proteção ao consumidor e, concomitantemente, exigem do setor empresarial uma postura proativa e juridicamente orientada para a mitigação de riscos e a construção de relações de consumo híidas e transparentes.

## **2 – CDC/LGPD**

A interseção entre o CDC e a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) cria um ecossistema normativo complexo, no qual a proteção do consumidor transcende a qualidade de produtos e serviços para abranger o direito fundamental à autodeterminação informativa. A legislação vigente, embora robusta, apresenta lacunas e desafios interpretativos diante de inovações como a inteligência artificial, a internet das coisas e as transações envolvendo criptoativos. A efetividade das normas consumeristas depende, portanto, de uma atuação empresarial que não se limite ao cumprimento formal da lei, mas que incorpore os princípios da boa-fé objetiva, da transparência e da segurança em todas as etapas da relação de consumo.

## **3 – Relação entre o mundo empresarial com o CDC**

Para o ambiente corporativo, a negligência ou a gestão inadequada das questões consumeristas na esfera digital representa um risco jurídico e reputacional de grande magnitude. A inobservância dos preceitos do CDC e da LGPD pode acarretar sanções administrativas severas, condenações judiciais vultosas e, de forma igualmente danosa, a perda da confiança do consumidor, ativo intangível de valor inestimável para a perenidade de qualquer empreendimento.

Diante deste cenário, a excelência na gestão do direito do consumidor deixa de ser uma mera questão de conformidade legal para se tornar um pilar estratégico de governança corporativa. É imperativo que as empresas invistam na capacitação contínua de suas equipes, desenvolvendo uma cultura organizacional de respeito ao consumidor e à privacidade de seus dados. A implementação de canais de comunicação eficientes e resolutivos, que permitam o diálogo e a solução célere de controvérsias, é medida essencial para a prevenção de litígios.

#### **4 – Medidas importantes que podem ser tomada**

Adicionalmente, a constituição de um corpo jurídico altamente qualificado, com expertise em direito digital e do consumidor, é indispensável não apenas para a defesa em eventuais processos judiciais, mas, sobretudo, para a consultoria preventiva, a análise de riscos e a adequação das práticas empresariais à evolução legislativa e jurisprudencial.

Em suma, os novos desafios do Código de Defesa do Consumidor na era digital convocam o setor empresarial a elevar a área consumerista a um patamar de prioridade estratégica. A proteção das relações de consumo, incluindo a tutela dos dados pessoais, não é mais um encargo secundário, mas sim um elemento central para a sustentabilidade, a competitividade e a legitimidade das empresas no mercado contemporâneo. A organização que compreende e se antecipa a essa realidade não apenas minimiza seus passivos jurídicos, mas também se posiciona de forma vantajosa na construção de uma marca sólida e confiável.