

# **IX ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI**

**DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE  
NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

#### **Diretoria - CONPEDI**

**Presidente** - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini - FMU - São Paulo

**Diretor Executivo** - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

**Vice-presidente Norte** - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

**Vice-presidente Centro-Oeste** - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

**Vice-presidente Sul** - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

**Vice-presidente Sudeste** - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

**Vice-presidente Nordeste** - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

**Representante Discente:** Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

#### **Conselho Fiscal:**

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFRSA - Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Fernando Passos - UNIARA - São Paulo

Prof. Dr. Ednilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo

#### **Secretarias**

#### **Relações Institucionais:**

Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal

#### **Comunicação:**

Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

#### **Relações Internacionais para o Continente Americano:**

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM - São Paulo

#### **Relações Internacionais para os demais Continentes:**

Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI - Santa Catarina

#### **Educação Jurídica**

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - PR

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - SP

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - MS

#### **Eventos:**

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - FDF - São Paulo

Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina

Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

#### **Comissão Especial**

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UFRJ - RJ

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - PB

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - MG

Prof. Dr. Rogério Borba - UNIFACVEST - SC

D597

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Caio Augusto Souza Lara; Edith Maria Barbosa Ramos; Sinara Lacerda Andrade Caloche – Florianópolis: CONPEDI, 2026.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-593-4

Modo de acesso: [www.conpedi.org.br](http://www.conpedi.org.br) em publicações

Tema: Constituição, Processo e Justiça Social: o papel da jurisdição constitucional na efetivação de direitos

2. Direito e globalização. 3. Responsabilidade nas relações de consumo. IX Encontro Virtual do CONPEDI (2: 2026: Florianópolis, Brasil).



# **IX ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI**

## **DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

---

### **Apresentação**

#### **DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO I**

Os artigos contidos nesta publicação foram apresentados no Grupo de Trabalho DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO I durante o IX Encontro Virtual do Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Direito - CONPEDI, realizado nos dias 22 a 26 de junho de 2026, que teve por tema geral “Constituição, Processo e Justiça Judicial: o papel da jurisdição constitucional na efetivação de Direitos”. Trata-se da nona experiência de encontro virtual do CONPEDI em mais de três décadas de existência.

A apresentação dos trabalhos abriu caminho para uma importante discussão, em que os pesquisadores do Direito puderam interagir em torno de questões teóricas e práticas, levando-se em consideração a temática central grupo. Essa temática traz consigo os desafios que as diversas linhas de pesquisa jurídica enfrentam no tocante ao estudo dos referenciais teóricos do Direito do Consumidor e temáticas conexas. Os trabalhos apresentados no grupo de trabalho evidenciaram a centralidade das novas vulnerabilidades nas relações de consumo contemporâneas, especialmente diante da intensificação da vida digital, da economia de dados e da expansão de práticas comerciais cada vez mais sofisticadas.

Em um primeiro eixo, destacaram-se pesquisas voltadas à proteção da personalidade, à tutela de crianças, adolescentes, idosos e consumidores analógicos, bem como aos riscos

crédito fácil, fintechs, conciliação, dever de informação e termos de ajustamento de conduta, indicaram a urgência de se repensar os instrumentos de prevenção e solução de conflitos, sobretudo diante de práticas mercadológicas que estimulam o consumo imediato, ampliam a assimetria informacional e agravam a situação de consumidores jovens, idosos, de baixa renda ou emocionalmente expostos a estímulos digitais intensivos.

Em um segundo eixo, o grupo de trabalho aprofundou a reflexão sobre algoritmos, plataformas digitais, responsabilidade civil, governança regulatória e sustentabilidade nas relações de consumo. As discussões sobre capitalismo de vigilância, publicidade algorítmica, contratos invisíveis, termos de uso, precificação dinâmica, cibercrimes e proteção do consumidor turista apontaram para a necessidade de revisão dos parâmetros clássicos de responsabilização, uma vez que as plataformas digitais atuam não apenas como intermediárias, mas como agentes econômicos capazes de estruturar escolhas, direcionar comportamentos, explorar dados pessoais e produzir novas formas de dependência e assimetria.

Ao mesmo tempo, os trabalhos voltados à evolução histórica do Código de Defesa do Consumidor, aos princípios fundamentais da matéria, à competência legislativa, à governança global e à obsolescência programada permitiram situar os desafios atuais em uma perspectiva mais ampla, conectando a proteção consumerista à sustentabilidade, ao direito à informação, à regulação transnacional e à crítica da sociedade de consumo.

A análise conjunta dos temas revela um campo jurídico em transformação, no qual a defesa do consumidor precisa dialogar com tecnologia, ética, economia comportamental, proteção de dados, meio ambiente e políticas públicas. Assim, o grupo de trabalho demonstrou que o Direito do Consumidor permanece como instrumento essencial de promoção da dignidade humana, mas deve ser continuamente atualizado para responder aos impactos da digitalização, da financeirização do consumo, da exploração algorítmica e da crise socioambiental contemporânea.

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara

Prof. Dr.<sup>a</sup> Edith Maria Barbosa Ramos

Prof. Dr.<sup>a</sup> Sinara Lacerda Andrade Caloche

**A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR ANALÓGICO NA SOCIEDADE DIGITAL:  
VULNERABILIDADE E INCLUSÃO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO  
CONTEMPORÂNEAS**

**THE PROTECTION OF THE ANALOG CONSUMER IN THE DIGITAL SOCIETY:  
VULNERABILITY AND INCLUSION IN CONTEMPORARY CONSUMER  
RELATIONS**

**Aline Casagrande  
Gabriel Vizzotto Bochi**

**Resumo**

O presente estudo analisa os desafios relacionados à proteção jurídica do consumidor analógico diante da crescente digitalização das relações de consumo. A expansão do comércio eletrônico, das plataformas digitais e dos sistemas automatizados de atendimento transformou profundamente a dinâmica do mercado contemporâneo, ampliando dificuldades de acesso à informação, contratação e exercício de direitos por consumidores com reduzido letramento digital. Nesse contexto, a pesquisa investiga de que forma o Código de Defesa do Consumidor pode oferecer proteção adequada a sujeitos que enfrentam barreiras tecnológicas decorrentes da predominância dos meios digitais nas relações negociais. Utilizando método dedutivo, abordagem qualitativa e pesquisa bibliográfica, normativa e jurisprudencial, o estudo examina o conceito de vulnerabilidade no Direito do Consumidor, a exclusão digital e a condição do consumidor analógico como possível consumidor hipervulnerável. A análise demonstra que a digitalização intensifica assimetrias informacionais, técnicas e algorítmicas, afetando especialmente idosos, pessoas com baixa escolaridade e indivíduos socialmente vulnerabilizados. Verificou-se que a exclusão digital pode configurar forma de exclusão consumerista, comprometendo o exercício da cidadania e o acesso efetivo a direitos fundamentais. Conclui-se que a proteção do consumidor analógico exige releitura inclusiva do Código de Defesa do Consumidor à luz da cidadania digital, com fortalecimento dos deveres de transparência, acessibilidade e informação adequada, além da implementação de políticas públicas voltadas à inclusão e ao letramento digital, de modo a impedir que a

access to information, contracting, and the exercise of rights by consumers with limited digital literacy. In this context, the research investigates how the Brazilian Consumer Protection Code can provide adequate protection to individuals facing technological barriers resulting from the predominance of digital means in commercial relations. Using a deductive method, a qualitative approach, and bibliographic, normative, and jurisprudential research, the study examines the concept of vulnerability in Consumer Law, digital exclusion, and the condition of the analog consumer as a potentially hypervulnerable consumer. The analysis demonstrates that digitalization intensifies informational, technical, and algorithmic asymmetries, especially affecting older adults, individuals with low educational levels, and socially vulnerable groups. The study found that digital exclusion may constitute a form of consumer exclusion, compromising citizenship and the effective exercise of fundamental rights. It concludes that protecting the analog consumer requires an inclusive reinterpretation of the Brazilian Consumer Protection Code in light of digital citizenship, strengthening the duties of transparency, accessibility, and adequate information, as well as the implementation of public policies aimed at digital inclusion and digital literacy in order to prevent technological neutrality from being used to invisibilize social inequalities in contemporary consumer relations.

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Digital citizenship, Digital literacy, Hypervulnerability, Information society, Technological accessibility

## 1 INTRODUÇÃO

A intensificação do processo de digitalização das relações sociais e econômicas transformou profundamente a dinâmica do mercado de consumo contemporâneo. A expansão do comércio eletrônico, das plataformas digitais, dos aplicativos de serviços e dos sistemas automatizados de atendimento deslocou grande parte das interações consumeristas para o ambiente virtual, alterando não apenas os meios de contratação, mas também as formas de acesso à informação, ao exercício de direitos e à resolução de conflitos. Nesse cenário, a tecnologia passou a ocupar posição central na organização das relações de consumo, impondo novas exigências de adaptação aos consumidores e redefinindo os padrões tradicionais de interação entre fornecedores e usuários de produtos e serviços.

Embora a digitalização represente avanços relacionados à praticidade, velocidade e ampliação de serviços, também evidencia novas formas de desigualdade e exclusão. A crescente substituição dos canais físicos por meios exclusivamente digitais atinge de maneira mais intensa consumidores que não possuem acesso adequado à internet, familiaridade tecnológica ou letramento digital suficiente para operar plataformas, aplicativos e contratos eletrônicos. Surge, assim, a figura do denominado consumidor analógico, caracterizado pela dificuldade de inserção plena nas relações de consumo digitalizadas, seja por limitações econômicas, geracionais, educacionais ou cognitivas.

Nesse contexto, a vulnerabilidade do consumidor, princípio estruturante do Código de Defesa do Consumidor, assume novas dimensões, especialmente sob os aspectos informacional e tecnológico. A assimetria entre fornecedores altamente informatizados e consumidores com reduzida capacidade de compreensão ou utilização das ferramentas digitais amplia riscos de desinformação, exclusão, superendividamento, contratação inadequada e limitação ao acesso a direitos fundamentais. Em determinadas situações, essa condição ultrapassa a vulnerabilidade ordinária reconhecida pelo sistema consumerista, aproximando-se da noção de hipervulnerabilidade, sobretudo em relação a pessoas idosas, com baixa alfabetização digital e indivíduos socialmente marginalizados.

A relevância do tema decorre da necessidade de refletir sobre os limites da transformação tecnológica diante dos princípios constitucionais da dignidade da pessoa humana, da igualdade material e da proteção do consumidor. Em uma sociedade marcada pela informatização compulsória de serviços essenciais, a ausência de alternativas acessíveis de atendimento pode representar verdadeira restrição ao exercício da cidadania e ao acesso ao mercado de consumo. Assim, a discussão acerca da proteção jurídica do consumidor analógico

revela-se indispensável para a efetividade do próprio sistema protetivo consumerista e para a promoção de inclusão social no ambiente digital.

Diante desse cenário, o presente estudo busca responder ao seguinte problema de pesquisa: como o ordenamento jurídico brasileiro, especialmente o Código de Defesa do Consumidor, oferece mecanismos adequados de proteção ao consumidor analógico diante da crescente digitalização das relações de consumo?

O objetivo geral da pesquisa consiste em analisar os desafios jurídicos relacionados à proteção do consumidor analógico na sociedade digital, identificando limites e possibilidades de aplicação do Direito do Consumidor frente à transformação tecnológica. Como objetivos específicos, pretende-se examinar o conceito de vulnerabilidade no direito brasileiro e os impactos da digitalização das relações de consumo; analisar a situação do consumidor analógico como possível consumidor hipervulnerável; e avaliar a adequação dos instrumentos previstos no Código de Defesa do Consumidor para tutela desse sujeito, propondo reflexões acerca da inclusão e acessibilidade nas relações de consumo digitais.

Para alcançar tais objetivos, a pesquisa será desenvolvida mediante método dedutivo e abordagem qualitativa, utilizando-se de pesquisa bibliográfica em doutrina de Direito do Consumidor, Direito Digital e proteção de dados, bem como de análise normativa do Código de Defesa do Consumidor, do Marco Civil da Internet e de legislações relacionadas à inclusão digital. Também será realizada consulta jurisprudencial a decisões envolvendo atendimento digital obrigatório, contratação eletrônica e exclusão digital nas relações de consumo.

## **2 O CONSUMIDOR ANALÓGICO E A EXCLUSÃO DIGITAL**

A transição da Era analógica para a Era digital impôs profundas mudanças na forma como os indivíduos se relacionam com o mercado de consumo, dando origem à figura do consumidor analógico. Segundo Almeida e Lemos (2023), esse grupo é composto, em grande medida, por pessoas que viveram a maior parte de suas vidas em um contexto desprovido de tecnologias digitais avançadas, desenvolvendo hábitos de consumo pautados em interações físicas, presenciais e documentais. Para esses consumidores, a confiança nas relações negociais está frequentemente vinculada à materialidade dos contratos e à presença humana no atendimento.

Conforme destaca Silva (2011), a sociedade contemporânea passou a estruturar-se sobre padrões de fluidez, instabilidade e consumo imediato, substituindo referências duradouras por relações marcadas pela velocidade e pela descartabilidade. Tal dinâmica amplia a

difficuldade de inserção de consumidores que não acompanham as transformações tecnológicas e comunicacionais impostas pelo mercado digitalizado.

O consumidor analógico caracteriza-se pela limitação no letramento digital, isto é, pela dificuldade em compreender, acessar e operar ferramentas tecnológicas necessárias para participação autônoma nas relações de consumo contemporâneas. Conforme observam Biondi e Santos (2023), enquanto as gerações mais jovens se desenvolveram em ambiente digitalizado, gerações anteriores enfrentam obstáculos estruturais para adaptação às novas tecnologias, o que produz barreiras de ordem técnica, cultural e social.

Essa condição não se restringe à ausência de equipamentos tecnológicos ou acesso à internet. O consumidor analógico pode possuir dispositivos digitais, mas carecer de domínio simbólico, cognitivo e operacional para utilizá-los com segurança e autonomia. Nesse sentido, Pierre Lévy (1999), citado por Almeida, Gomes Júnior e Habib (2025), afirma que toda nova tecnologia produz também seus excluídos, revelando que a exclusão digital decorre igualmente da incapacidade de dominar a “linguagem” do meio tecnológico.

A fluidez característica da sociedade contemporânea também contribui para intensificação dessas desigualdades tecnológicas. Bauman (2001) sustenta que a modernidade líquida é marcada pela instabilidade das relações sociais, pela aceleração das transformações e pela constante necessidade de adaptação dos indivíduos às dinâmicas do mercado e da tecnologia. Nesse cenário, consumidores incapazes de acompanhar o ritmo acelerado das inovações digitais tornam-se mais suscetíveis a processos de exclusão social e econômica.

A exclusão digital manifesta-se, portanto, como fenômeno multifacetado que ultrapassa a mera ausência de acesso físico à internet. Trata-se de desigualdade qualitativa relacionada à capacidade de utilização efetiva das tecnologias de informação e comunicação. Almeida e Lemos (2023) destacam que, embora os índices de conectividade tenham aumentado no Brasil, persistem profundas disparidades sociais quanto ao acesso e ao uso qualificado das ferramentas digitais.

Dados da *Pesquisa TIC Domicílios* de 2022 (pesquisa sobre a presença de tecnologias de informação e comunicação (TIC) nos domicílios brasileiros e sobre o acesso e uso das TICs por indivíduos de 10 anos ou mais) demonstram que aproximadamente 36 milhões de brasileiros ainda não utilizam a internet, sendo o alto custo e a falta de habilidades tecnológicas os principais fatores apontados para essa exclusão. Tal realidade evidencia que a sociedade da informação permanece marcada por desigualdades estruturais que afetam especialmente idosos, pessoas de baixa renda, indivíduos com reduzida escolaridade e populações periféricas (Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação – CETIC.BR).

Além da limitação econômica, a exclusão digital também decorre da ausência de políticas públicas adequadas de inclusão e capacitação tecnológica. Marinho (2022) observa que a população idosa, principal representante do perfil analógico, frequentemente enfrenta barreiras adicionais decorrentes das constantes atualizações tecnológicas, da complexidade dos sistemas digitais e da insuficiência de suporte educacional para aprendizagem dessas ferramentas.

Nesse contexto, a exclusão digital compromete diretamente o exercício da cidadania e o acesso a direitos fundamentais, pois a tecnologia passou a constituir instrumento indispensável para obtenção de informações, contratação de serviços, acesso a políticas públicas e participação social. O distanciamento tecnológico, portanto, amplia vulnerabilidades sociais preexistentes e aprofunda desigualdades nas relações de consumo.

A crescente digitalização dos serviços essenciais criou obstáculos significativos para consumidores que não possuem familiaridade tecnológica. Atividades anteriormente realizadas de forma simples e presencial, como operações bancárias, agendamento de serviços de saúde, solicitação de reembolsos ou contratação de serviços, passaram a depender de aplicativos, autenticações biométricas e plataformas virtuais complexas.

Segundo Almeida e Lemos (2023), a imposição compulsória do meio digital retira do consumidor a possibilidade de escolha quanto à forma de interação com fornecedores e instituições. Essa realidade produz significativa barreira de acesso, especialmente para indivíduos que não dominam os mecanismos tecnológicos exigidos para o exercício de direitos básicos.

Bastos (2024) ressalta que a automação dos canais de atendimento frequentemente ignora a vulnerabilidade técnica de consumidores analógicos. A ausência de suporte humano personalizado, aliada à utilização de plataformas pouco intuitivas, dificulta a resolução de problemas simples e contribui para sentimentos de frustração, dependência e exclusão social.

A exigência exclusiva de meios digitais para acesso a produtos e serviços pode configurar prática abusiva quando inexistem alternativas razoáveis e acessíveis ao consumidor. Figueira e Couto (2024) sustentam que condicionar o exercício de direitos ao domínio tecnológico desconsidera princípios fundamentais do Código de Defesa do Consumidor, especialmente aqueles relacionados à boa-fé, transparência e proteção da dignidade da pessoa humana.

Conforme acima referido, os impactos da exclusão digital tornam-se particularmente evidentes em setores altamente digitalizados, como o sistema bancário, os serviços de atendimento automatizado e os contratos eletrônicos.

No setor bancário, a adoção de autenticações biométricas, assinaturas eletrônicas e aplicativos exclusivos para realização de operações financeiras frequentemente coloca consumidores analógicos em posição de extrema vulnerabilidade. Figueira e Couto (2024) observam que muitos consumidores, especialmente idosos, realizam contratações sem plena compreensão dos atos praticados, acreditando aderir a determinados produtos quando, na realidade, assumem obrigações distintas e potencialmente prejudiciais.

O atendimento exclusivamente *online* também evidencia limitações importantes. Bastos (2024) destaca que sistemas automatizados de atendimento, como *chatbots* e robôs conversacionais, operam com respostas padronizadas e possuem dificuldade para compreender demandas complexas ou emocionalmente sensíveis. Como consequência, consumidores analógicos enfrentam barreiras significativas para cancelamento de serviços, resolução de conflitos e obtenção de informações claras.

Nos contratos eletrônicos, a assimetria informacional é intensificada pela desmaterialização das relações contratuais. Claudia Lima Marques (2004) descreve o contrato digital como um “contrato em silêncio”, marcado pela imposição unilateral de cláusulas elaboradas por especialistas e aceitas por consumidores leigos sem efetiva negociação ou compreensão integral do conteúdo contratual.

Segundo Paulo R. Roque A. Khouri (2022), as constantes inovações tecnológicas nos produtos e serviços contribuem para ampliar a assimetria informacional existente nas relações de consumo, inclusive entre consumidores com elevado nível educacional. O autor observa que, embora o acesso à internet possa facilitar a obtenção de informações e reduzir determinadas desigualdades informativas, a rápida evolução tecnológica exige dos consumidores contínua adaptação e aprendizagem, dificultando a compreensão adequada das informações disponibilizadas pelos fornecedores. Nesse cenário, a obsolescência acelerada dos produtos e a necessidade de constante atualização tecnológica aprofundam a vulnerabilidade do consumidor, especialmente em sociedades marcadas por desigualdades sociais e educacionais, como a brasileira. Khouri (2022) destaca ainda que, mesmo diante do dever de informação e de políticas de educação para o consumo, a assimetria informacional não é integralmente eliminada, pois o consumidor permanece em posição de inferioridade técnica em relação aos fornecedores, sobretudo no contexto das tecnologias da informação.

Além disso, a utilização de mecanismos persuasivos digitais, como *nudges* e publicidade direcionada, potencializa riscos de superendividamento, fraude e manipulação comportamental, especialmente em relação a consumidores com baixa alfabetização digital.

A condição do consumidor analógico transcende a vulnerabilidade ordinária reconhecida pelo Código de Defesa do Consumidor, aproximando-se da noção de hipervulnerabilidade. Conforme sustentam Winkel Santin (2023) e Almeida e Lemos (2023), o analfabetismo digital constitui fator de agravamento da vulnerabilidade, pois expõe o indivíduo a riscos ampliados de abuso, manipulação e exclusão nas relações de consumo.

A hipervulnerabilidade decorre da conjugação de fatores pessoais, sociais e tecnológicos que intensificam a fragilidade do consumidor perante o fornecedor. Idosos, pessoas com deficiência, indivíduos com baixa escolaridade e consumidores sem domínio tecnológico encontram-se em posição de debilidade acentuada diante da crescente digitalização do mercado.

O Superior Tribunal de Justiça vem reconhecendo a necessidade de proteção diferenciada desses grupos, especialmente em situações envolvendo contratação bancária digital, publicidade abusiva e ausência de informações claras. Nesses casos, impõe-se aos fornecedores um dever especial de cuidado, transparência e adaptação dos serviços às limitações do consumidor.

Nesse contexto, os princípios da transparência e do dever de informação assumem papel central na tutela do consumidor analógico. Conforme leciona Rizzatto Nunes (2024), o Código de Defesa do Consumidor impõe ao fornecedor a obrigação de assegurar ao consumidor acesso prévio, claro e adequado às informações relativas aos produtos, serviços e cláusulas contratuais, permitindo-lhe compreender o conteúdo da relação jurídica antes da assunção de qualquer obrigação. Tal dever não se restringe ao momento da contratação, alcançando também a fase pré-contratual, especialmente a oferta, a publicidade e a apresentação dos produtos e serviços.

O autor destaca que a legislação consumerista rompeu com a lógica segundo a qual caberia exclusivamente ao consumidor buscar as informações necessárias sobre aquilo que pretende adquirir, transferindo ao fornecedor a responsabilidade de prestar informações completas, precisas e acessíveis. Essa exigência torna-se ainda mais relevante nas relações de consumo digitais, marcadas por contratos eletrônicos complexos, plataformas automatizadas e linguagem técnica frequentemente inacessível ao consumidor médio.

Além disso, Rizzatto Nunes (2024) ressalta que a vulnerabilidade do consumidor decorre não apenas de sua limitação econômica, mas também da ausência de domínio técnico sobre os meios de produção, funcionamento e comercialização dos produtos e serviços ofertados no mercado. Tal cenário se intensifica nos contratos de adesão e nas relações digitais, em que as cláusulas são elaboradas unilateralmente pelos fornecedores, reduzindo

significativamente a capacidade de compreensão e negociação do consumidor. Por essa razão, a interpretação das relações contratuais deve considerar a condição de vulnerabilidade e hipossuficiência do consumidor, especialmente quando presentes limitações tecnológicas e informacionais capazes de comprometer sua autonomia e liberdade de escolha.

Assim, a proteção do consumidor analógico não constitui privilégio, mas instrumento necessário para concretização da igualdade material e preservação da dignidade humana em uma sociedade profundamente marcada pela dependência tecnológica.

### **3 INSTRUMENTOS DE PROTEÇÃO JURÍDICA AO CONSUMIDOR ANALÓGICO E PERSPECTIVAS PARA UMA PROTEÇÃO INCLUSIVA NAS RELAÇÕES DE CONSUMO DIGITAIS**

O Código de Defesa do Consumidor estrutura-se sobre princípios fundamentais destinados à correção das desigualdades inerentes ao mercado de consumo. Entre eles, destaca-se o princípio da vulnerabilidade, previsto no art. 4º, inciso I, do CDC, que reconhece a posição de fragilidade do consumidor perante o fornecedor.

Na sociedade digital, esse princípio assume relevância ainda maior, pois a assimetria tecnológica e informacional intensifica os riscos enfrentados pelo consumidor analógico. Conforme Miragem (2020), a vulnerabilidade atua como fundamento interpretativo de todo o sistema consumerista, exigindo que as normas sejam aplicadas de modo a restabelecer equilíbrio material entre as partes. O autor destaca que a vulnerabilidade não constitui mero conceito abstrato, mas verdadeiro fundamento ético-jurídico do Direito do Consumidor contemporâneo.

Além da vulnerabilidade, os princípios da boa-fé objetiva, transparência e harmonização das relações de consumo impõem aos fornecedores deveres específicos de cooperação, lealdade e cuidado na disponibilização de produtos e serviços digitais. Winkel Santin (2023) ressalta que o reconhecimento da hipervulnerabilidade de determinados grupos sociais exige intensificação da tutela jurídica, especialmente quando a digitalização amplia as dificuldades de compreensão e acesso às relações negociais.

O direito à informação adequada constitui um dos pilares da proteção consumerista. O art. 6º, III, do CDC assegura ao consumidor o acesso a informações claras, precisas e ostensivas acerca de produtos e serviços ofertados no mercado.

Nas relações digitais, entretanto, a efetividade desse direito enfrenta obstáculos relevantes. Contratos extensos, linguagem excessivamente técnica, hiperlinks complexos e interfaces pouco intuitivas dificultam a compreensão das informações pelo consumidor

analógico. Conforme Miragem (2020), a informação representa verdadeiro instrumento de poder nas relações de consumo, razão pela qual sua inadequação aprofunda desigualdades e compromete a autonomia decisória do consumidor.

Além disso, Miragem (2024) destaca que o dever de informar assume função ainda mais relevante nos contratos de consumo digitais, especialmente em razão da vulnerabilidade técnica que caracteriza os consumidores no ambiente virtual. Segundo o autor, a maioria dos usuários não possui domínio sobre aspectos relacionados à segurança dos dados pessoais, armazenamento de informações, funcionamento das plataformas digitais ou mesmo sobre os mecanismos de defesa de seus direitos em contratações realizadas à distância. Em razão dessa assimetria técnica e informacional, o dever de informação passa a desempenhar importante função preventiva, permitindo ao consumidor compreender os riscos, limites e características das relações estabelecidas pela internet. O autor observa que, diante da impessoalidade típica das contratações digitais, a transmissão clara e adequada de informações torna-se instrumento essencial para aproximação das partes e fortalecimento da confiança nas relações de consumo, sobretudo por possibilitar maior equilíbrio informacional entre consumidor e fornecedor.

Miragem (2024) ressalta ainda que a formação dos contratos digitais exige especial atenção quanto à manifestação válida da vontade do consumidor, especialmente em ambientes estruturados por interfaces automatizadas, aplicativos e plataformas digitais. O autor observa que os mecanismos utilizados para obtenção do consentimento (como cliques em botões, caixas de diálogo, hiperlinks e sistemas automatizados de aceitação) devem ser organizados de maneira clara, objetiva e transparente, assegurando efetiva compreensão do conteúdo contratual pelo consumidor. Nesse contexto, o autor alerta para a crescente utilização de estratégias digitais manipulativas, denominadas *dark patterns*, consistentes em elementos de design capazes de confundir, induzir ou direcionar o comportamento do consumidor sem sua plena consciência. Tais práticas podem ocultar informações relevantes, dificultar o cancelamento de serviços, induzir contratações não intencionais ou comprometer a liberdade de escolha do usuário, configurando práticas abusivas incompatíveis com os deveres de transparência, boa-fé e informação previstos no Código de Defesa do Consumidor.

Almeida e Lemos (2023) observam que a vulnerabilidade informacional e tecnológica manifesta-se justamente na incapacidade de determinados consumidores compreenderem o funcionamento das plataformas digitais e as consequências jurídicas de suas contratações. Assim, a proteção jurídica exige que fornecedores adotem linguagem acessível, recursos visuais simplificados e mecanismos efetivos de compreensão contratual.

O dever de transparência impõe aos fornecedores comportamento pautado na clareza, honestidade e previsibilidade das informações prestadas aos consumidores. Em ambiente digital, esse dever relaciona-se diretamente à acessibilidade tecnológica e à adaptação das plataformas às diferentes capacidades dos usuários.

A ausência de acessibilidade em aplicativos, sites e sistemas de atendimento pode representar violação aos princípios da dignidade da pessoa humana e da igualdade material, especialmente quando impede consumidores de exercerem direitos básicos. Almeida e Lemos (2023) destacam que o afastamento dos meios digitais implica também afastamento do acesso à informação e aos próprios direitos de cidadania.

Além disso, Pandolfi e Rocha (2024) alertam que a lógica algorítmica e a coleta massiva de dados nas plataformas digitais potencializam assimetrias informacionais e dificultam o controle do consumidor sobre suas próprias escolhas, tornando imprescindível a observância de deveres rigorosos de transparência e acessibilidade nas relações de consumo digitais.

A substituição integral do atendimento humano por canais automatizados representa uma das principais dificuldades enfrentadas pelo consumidor analógico. Embora a digitalização possa gerar eficiência operacional, ela não pode resultar na exclusão de consumidores incapazes de utilizar ferramentas tecnológicas complexas.

Almeida e Lemos (2023) sustentam que a imposição compulsória de ferramentas digitais retira do indivíduo a possibilidade de escolha sobre a forma de acesso aos serviços essenciais. A ausência de atendimento híbrido ou presencial cria barreiras que aprofundam a exclusão social e dificultam o exercício de direitos básicos.

Nesse sentido, a manutenção de canais alternativos de atendimento (presenciais, telefônicos ou híbridos) constitui importante mecanismo de concretização do direito de acesso ao consumo e à informação. A ausência dessas alternativas pode configurar prática abusiva, especialmente quando impede o exercício de direitos fundamentais ou dificulta a solução de conflitos.

Schmitt (2009) observa que a hipervulnerabilidade do consumidor idoso exige atuação mais rigorosa do Direito para evitar práticas abusivas e assegurar justiça contratual efetiva. Da mesma forma, Winkel Santin (2023) destaca que o Superior Tribunal de Justiça vem consolidando entendimento no sentido de reconhecer a necessidade de tutela diferenciada aos consumidores hipervulneráveis nas relações de consumo contemporâneas, especialmente diante da crescente digitalização dos serviços bancários e contratações eletrônicas. Em diversos julgados, o Tribunal tem enfatizado que a vulnerabilidade técnica e informacional do

consumidor impõe aos fornecedores deveres reforçados de cuidado, segurança e informação qualificada, sobretudo quando presentes consumidores idosos ou pessoas com reduzido domínio tecnológico.

Nesse contexto, destaca-se o julgamento do REsp 2.052.228/DF, em que a Terceira Turma do STJ reconheceu a responsabilidade da instituição financeira por falha na prevenção de fraudes eletrônicas praticadas contra consumidor idoso. Na decisão, o Tribunal ressaltou que as instituições bancárias possuem dever de implementar mecanismos eficazes de monitoramento capazes de identificar operações incompatíveis com o perfil habitual do cliente, especialmente em situações que revelem indícios de fraude ou vulnerabilidade acentuada do consumidor. O entendimento reforça a ideia de que a digitalização dos serviços financeiros amplia os riscos suportados por consumidores hipervulneráveis, exigindo atuação preventiva mais rigorosa por parte dos fornecedores.

Da mesma forma, no REsp 1.851.310/RS, o Superior Tribunal de Justiça reafirmou a importância do dever de informação nas relações de crédito e financiamento, reconhecendo que a vulnerabilidade do consumidor pode assumir diferentes dimensões (técnicas, econômicas e informacionais) capazes de justificar proteção jurídica intensificada. O Tribunal destacou que a transparência contratual e a adequada compreensão das cláusulas constituem elementos essenciais para validade e equilíbrio das relações consumeristas, especialmente em contratos complexos ou celebrados por meios eletrônicos.

Além disso, a Súmula 479 do STJ consolidou o entendimento de que as instituições financeiras respondem objetivamente pelos danos decorrentes de fortuito interno relativo a fraudes e delitos praticados no âmbito de operações bancárias. Embora a súmula não trate especificamente da vulnerabilidade digital, sua aplicação tem sido recorrente em casos envolvendo golpes eletrônicos, transferências indevidas e contratações fraudulentas realizadas em ambiente virtual. Tais precedentes demonstram a tendência jurisprudencial de ampliação da tutela do consumidor diante das novas formas de vulnerabilidade produzidas pela sociedade digital, reforçando a necessidade de interpretação protetiva e inclusiva do Código de Defesa do Consumidor.

A doutrina contemporânea também aponta para necessidade de interpretação evolutiva das normas consumeristas diante das transformações digitais. Miragem (2020) sustenta que a vulnerabilidade deve orientar toda interpretação do sistema protetivo, especialmente diante das novas formas de exclusão produzidas pela sociedade da informação.

A proteção efetiva do consumidor analógico não depende apenas da atuação do mercado ou da interpretação judicial, exigindo também políticas públicas voltadas à inclusão

digital. O acesso à tecnologia e ao letramento digital deve ser compreendido como instrumento de cidadania e condição para exercício de diversos direitos fundamentais.

Almeida e Lemos (2023) afirmam que o afastamento dos meios digitais compromete o acesso à informação, aos direitos sociais e à participação democrática, tornando indispensável a implementação de políticas públicas de inclusão tecnológica. A exclusão digital, portanto, não constitui apenas problema econômico, mas questão relacionada à dignidade da pessoa humana e à efetividade da cidadania.

O conceito de desenho universal propõe que produtos, serviços e ambientes sejam concebidos de modo acessível ao maior número possível de pessoas, independentemente de idade, limitação física ou capacidade tecnológica.

Aplicado às relações de consumo digitais, esse princípio exige que plataformas, aplicativos e sistemas eletrônicos sejam intuitivos, acessíveis e compatíveis com diferentes níveis de alfabetização digital. Almeida e Lemos (2023) ressaltam que a ausência de acessibilidade tecnológica aprofunda desigualdades sociais e compromete a inclusão de consumidores hipervulneráveis no mercado contemporâneo.

Além disso, a proteção da dignidade da pessoa humana exige que a inovação tecnológica seja acompanhada de mecanismos concretos de inclusão e adaptação às diferentes necessidades dos usuários.

A expansão das redes sociais e das estratégias de publicidade digital também contribuiu para o surgimento de novos mecanismos de influência sobre o comportamento do consumidor. Nesse cenário, os influenciadores digitais passaram a desempenhar papel relevante na cadeia de consumo contemporânea, utilizando relações de proximidade, confiança e identificação construídas nas plataformas digitais para estimular escolhas e práticas de consumo. Conforme observam Mageste e Castro (2022), a atuação desses agentes ultrapassa a mera divulgação de produtos, inserindo-se em estratégias de persuasão comercial capazes de impactar significativamente a tomada de decisão dos consumidores. Tal dinâmica torna-se ainda mais sensível em relação a consumidores hipervulneráveis ou com reduzido letramento digital, que podem apresentar maior dificuldade de identificar conteúdos publicitários, práticas persuasivas e riscos relacionados às contratações realizadas em ambiente digital.

Os fornecedores possuem responsabilidade jurídica pela adequação de seus serviços às características dos consumidores. Em ambiente digital, isso implica dever de desenvolver plataformas acessíveis, transparentes e compatíveis com diferentes perfis de usuários.

Miragem (2020) destaca que a vulnerabilidade atua como parâmetro interpretativo para imposição de deveres mais intensos aos fornecedores diante de situações de fragilidade

acentuada. Da mesma forma, Winkel Santin (2023) sustenta que a hipervulnerabilidade impõe dever especial de cuidado, especialmente quando presentes limitações técnicas ou cognitivas capazes de comprometer a autonomia do consumidor.

A adaptação dos serviços não representa mera liberalidade empresarial, mas consequência direta dos princípios constitucionais da dignidade da pessoa humana, igualdade material e proteção do consumidor.

A efetividade da proteção do consumidor analógico demanda interpretação contemporânea e inclusiva do Código de Defesa do Consumidor. A vulnerabilidade digital deve ser reconhecida como categoria relevante para aplicação intensificada dos mecanismos protetivos previstos no ordenamento jurídico.

Miragem (2020) defende que o sistema consumerista deve ser interpretado de forma dinâmica e finalística, considerando as transformações sociais e tecnológicas contemporâneas. Nesse sentido, a proteção jurídica precisa adaptar-se às novas formas de exclusão produzidas pela sociedade digital.

Além disso, Pandolfi e Rocha (2024) observam que a fluidez das relações digitais e a crescente utilização de algoritmos exigem respostas jurídicas flexíveis e constantemente atualizadas, capazes de preservar a autonomia do consumidor frente às novas estruturas de poder informacional.

Cabe relembrar a lição trazida por Bauman (2008), ao firmar que a sociedade de consumo contemporânea é diretamente marcada pela lógica da satisfação imediata, pela constante renovação de desejos e pela mercantilização das próprias relações sociais. Assim, o consumidor contemporâneo é permanentemente estimulado a manter-se em estado contínuo de consumo, em dinâmica caracterizada pela efemeridade dos produtos, pela aceleração das escolhas e pela substituição constante das experiências de consumo. Nesse contexto, consumidores com reduzido domínio tecnológico enfrentam dificuldades ainda maiores para acompanhar as exigências impostas pelo mercado digital.

É necessário, portanto, o fortalecimento do dever de informação qualificada, a garantia de canais alternativos de atendimento, a ampliação das políticas de inclusão digital e o reconhecimento expresso da hipervulnerabilidade tecnológica como fundamento para intensificação da tutela consumerista.

#### **4 CONCLUSÃO**

A transformação digital das relações de consumo produziu mudanças estruturais na forma de acesso a produtos, serviços e informações, alterando significativamente a dinâmica

tradicional do mercado consumerista. Embora a digitalização represente avanço tecnológico associado à ampliação da conectividade, da praticidade e da eficiência nas relações negociais, seus efeitos não se distribuem de maneira igualitária entre os consumidores. A crescente substituição de canais físicos e presenciais por plataformas digitais, aplicativos e sistemas automatizados de atendimento evidencia a existência de uma parcela da população que permanece à margem desse processo, seja pela ausência de acesso adequado às tecnologias, seja pela limitação de letramento digital necessário para participação autônoma e segura nas relações de consumo contemporâneas.

Nesse contexto, o consumidor analógico revela-se sujeito especialmente vulnerável em uma sociedade estruturada sobre pressupostos de hiperconectividade e domínio tecnológico. A pesquisa demonstrou que a exclusão digital pode constituir, além de fenômeno tecnológico e informacional, uma forma de exclusão consumerista e social, capaz de comprometer o exercício da cidadania, restringir o acesso a serviços essenciais e dificultar a efetivação de direitos fundamentais assegurados pelo ordenamento jurídico brasileiro. Quando o acesso ao consumo depende exclusivamente do domínio de ferramentas digitais complexas, a ausência de inclusão tecnológica passa a representar também limitação concreta ao direito de participar plenamente da vida econômica e social.

Verificou-se que a vulnerabilidade tradicionalmente reconhecida pelo Código de Defesa do Consumidor assume novas dimensões na sociedade digital, especialmente sob os aspectos técnico, informacional e algorítmico. A assimetria entre fornecedores altamente digitalizados e consumidores com reduzida capacidade de compreensão tecnológica intensifica riscos de manipulação, desinformação, contratação inadequada, fraudes eletrônicas e restrição ao exercício de direitos básicos. Em determinadas situações, sobretudo envolvendo pessoas idosas, indivíduos com baixa escolaridade, deficiência ou reduzido letramento digital, essa condição ultrapassa a vulnerabilidade ordinária e aproxima-se da hipervulnerabilidade, exigindo tutela jurídica reforçada e interpretação protetiva mais intensa.

A jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça também revela tendência de ampliação da tutela do consumidor hipervulnerável em ambientes digitais, especialmente em situações envolvendo fraudes eletrônicas, contratos bancários digitais e ausência de transparência informacional. Tais precedentes demonstram o reconhecimento progressivo de que a transformação tecnológica não afasta os deveres protetivos impostos aos fornecedores, mas, ao contrário, exige mecanismos reforçados de segurança, informação e adaptação dos serviços às limitações concretas dos consumidores.

O estudo realizado também permitiu identificar que a neutralidade tecnológica não pode servir como argumento legitimador da invisibilização das desigualdades sociais existentes no ambiente digital. A simples disponibilização de serviços por meios tecnológicos não garante, por si só, igualdade de acesso ou efetiva inclusão. Ao contrário, a adoção acrítica de soluções digitais, desacompanhada de mecanismos de acessibilidade, linguagem adequada e alternativas presenciais ou híbridas de atendimento, pode aprofundar desigualdades históricas já presentes na sociedade brasileira. A tecnologia, portanto, não é neutra em seus efeitos sociais, especialmente quando estruturada a partir de modelos que pressupõem capacidades técnicas e cognitivas não universalmente compartilhadas pelos consumidores.

Diante desse cenário, torna-se necessária uma releitura do Código de Defesa do Consumidor à luz da cidadania digital e dos desafios produzidos pela sociedade da informação. Os princípios da vulnerabilidade, da boa-fé objetiva, da transparência e do dever de informação devem ser interpretados de forma ampliada, considerando as novas formas de exclusão e assimetria decorrentes da digitalização compulsória das relações de consumo. A proteção jurídica do consumidor contemporâneo não pode limitar-se à garantia formal de acesso aos serviços digitais, devendo assegurar também condições materiais de compreensão, acessibilidade e exercício efetivo dos direitos consumeristas.

Deve-se registrar que o tema apresenta amplo potencial para desenvolvimento de futuras pesquisas acadêmicas, especialmente diante da constante transformação tecnológica das relações de consumo. Mostra-se pertinente o aprofundamento de estudos acerca da responsabilidade civil das plataformas digitais, dos impactos da inteligência artificial sobre a autonomia e vulnerabilidade dos consumidores, bem como da proteção de dados pessoais de consumidores hipervulneráveis em ambientes digitais. Também merecem atenção investigações voltadas à análise jurisprudencial das práticas abusivas relacionadas à imposição de serviços exclusivamente digitais e aos limites jurídicos da automação nas relações consumeristas. Além disso, revelam-se relevantes pesquisas sobre os efeitos da exclusão digital no contexto brasileiro e sobre a efetividade das políticas públicas de inclusão tecnológica e letramento digital, especialmente em relação à população idosa e aos grupos socialmente vulnerabilizados.

Conclui-se que a efetividade da proteção do consumidor analógico exige a aplicação das normas consumeristas já existentes, através da atuação repressiva diante de práticas abusivas, e também a consolidação de políticas públicas voltadas à inclusão e ao letramento digital, à acessibilidade nas plataformas digitais e ao incentivo à manutenção de canais

alternativos de atendimento e fortalecimento dos deveres de cuidado dos fornecedores no ambiente virtual.

A inovação tecnológica não pode servir como instrumento de aprofundamento das desigualdades sociais ou de restrição ao exercício da cidadania. Ao contrário, deve ser assegurado que o avanço tecnológico ocorra de maneira socialmente inclusiva e juridicamente responsável. A proteção do consumidor analógico, portanto, não constitui resistência ao avanço tecnológico, mas condição indispensável para que a transformação digital ocorra de forma ética, inclusiva e compatível com os fundamentos constitucionais da dignidade humana, da igualdade material e da proteção integral do consumidor.

## REFERÊNCIAS:

ALMEIDA, Gregório Assagra; LEMOS, Laís Machado Porto. A vulnerabilidade informacional e tecnológica na era digital: análise dos desafios enfrentados pelos idosos. *Anais do Congresso Brasileiro de Processo Coletivo e Cidadania*, [S. l.], v. 12, n. 12, p. 726-751, 2024. Disponível em: <https://revistas.unaerp.br/cbpcc/article/view/3558>. Acesso em: 17 maio 2026.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Brasília, DF: Presidência da República, 1990. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078compilado.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm). Acesso em: 10 maio 2026.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Brasília, DF: Presidência da República, 2018. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm). Acesso em: 10 maio 2026.

CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO (Cetic.br). *Resumo executivo: pesquisa TIC Domicílios 2022*. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2023. Disponível em: <https://cetic.br/pt/pesquisa/domicilios/>. Acesso em: 17 maio 2026.

FIGUEIRA, H. L. Martins; COUTO, L. de França. A (hiper) vulnerabilidade do consumidor idoso nos contratos eletrônicos: desafios e perspectivas. *Revista Veritas de Difusão Científica*, [S. l.], v. 5, n. 2, p. 1078-1111, 2024. DOI: 10.61616/rvdc.v5i2.138. Disponível em: <https://doi.org/10.61616/rvdc.v5i2.138>. Acesso em: 17 maio 2026.

GONÇALVES, Elizabeth Moraes; MACHADO, Vanda de Souza. Discursos organizacionais: as relações de consumo no ambiente das redes sociais digitais. *Organicom*, São Paulo, v. 12,

n. 22, p. 118-129, 2015. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2015.139272. Disponível em: <https://revistas.usp.br/organicom/article/view/139272>. Acesso em: 17 maio 2026.

KHOURI, Paulo R. Roque A. *Direito do consumidor na sociedade da informação*. São Paulo: Almedina Brasil, 2024. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556275970/>. Acesso em: 17 maio 2026.

MAGESTE, Ana Elisa Silva; CASTRO, Caio Crivelenti Raffaini. A responsabilidade civil dos influenciadores digitais nas relações de consumo. *Revista Avant*, Florianópolis, v. 6, n. 2, p. 379-396, 2022. Disponível em: <https://ojs.sites.ufsc.br/index.php/avant/article/view/6560>. Acesso em: 17 maio 2026.

MARQUES, Claudia Lima. *Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor: um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2024. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559648856/>. Acesso em: 17 maio 2026.

MIRAGEM, Bruno. Princípio da vulnerabilidade: perspectiva atual e funções no direito do consumidor contemporâneo. In: MIRAGEM, Bruno; MARQUES, Claudia Lima; MAGALHÃES, Lucia Ancona Lopez de (org.). *Direito do consumidor: 30 anos do CDC*. 1. ed. São Paulo: Forense, 2020. p. 243-261.

NUNES, Rizzatto. *Curso de Direito do Consumidor*. 16. ed. Rio de Janeiro: Saraiva Jur, 2024. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788553625987/>. Acesso em: 17 maio 2026.

PANDOLFI, Yashimin Piloto Carrilio; ROCHA, Jakeline Martins Silva. A modernidade líquida no mundo digital e as relações de consumo. *Revista Multidisciplinar do Nordeste Mineiro*, [S. l.], v. 12, n. 3, p. 1-12, 2024. DOI: 10.61164/rmnm.v12i3.3258. Disponível em: <https://remunom.ojsbr.com/multidisciplinar/article/view/3258>. Acesso em: 17 maio 2026.

SCHMITT, Cristiano. A “hipervulnerabilidade” do consumidor idoso. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, n. 70, p. 139-171, abr./jun. 2009.

SILVA, André Luiz Barbosa da. A sociedade contemporânea: a visão de Zygmunt Bauman. *Revista Extraprensa*, São Paulo, v. 4, n. 2, p. 31-37, 2011. DOI: 10.11606/extraprensa2011.77237. Disponível em: <https://revistas.usp.br/extraprensa/article/view/77237>. Acesso em: 17 maio 2026.

WINKEL SANTIN, Douglas Roberto. O conceito de consumidor hipervulnerável: análise baseada na jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça. *Revista de Doutrina Jurídica*, Brasília, DF, v. 114, p. e023007, 2023. DOI: 10.22477/rdj.v114i00.873. Disponível em: <https://revistajuridica.tjdft.jus.br/rdj/article/view/873>. Acesso em: 17 maio 2026.