



NICOLE NORONHA SILVA

TALISSON HERINQUE CASTRO ROCHA

**A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR HIPERVULNERÁVEL: idosos, analfabetos
e pessoas com deficiência**

TERESINA

2025

NICOLE NORONHA SILVA
TALISSON HERINQUE CASTRO ROCHA

**A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR HIPERVULNERÁVEL: idosos, analfabetos
e pessoas com deficiência**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Afya Centro Universitário –
Uninovafapi, para obtenção do título de
Bacharel em Direito.

Orientador: Professor Mestre Marcelo
Martins Eulálio

TERESINA

2025

NICOLE NORONHA SILVA
TALISSON HENRIQUE CASTRO ROCHA

**A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR HIPERVULNERÁVEL: idosos, analfabetos
e pessoas com deficiência**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Afya Centro Universitário –
Uninovafapi, para obtenção do título de
Bacharel em Direito.

Orientador: Professor Mestre Marcelo
Martins Eulálio

TERESINA
2025

FICHA CATALOGRÁFICA

S586p Silva, Nicole Noronha

A proteção do consumidor hipervulnerável: idosos, analfabetos e pessoas com deficiência / Nicole Noronha Silva; Talisson Henrique Castro Rocha. - Teresina: UNINOVAFAPI, 2025.

Orientador (a): Prof^o. Ms. Marcelo Martins Eulálio. – UNINOVAFAPI, 2025.

29.p.; 23cm.

Trabalho de conclusão (Graduação em direito) – UNINOVAFAPI, Teresina, 2025.

1. Direito do consumidor. 2. Hipervulnerabilidade. 3. Idosos. 4. Analfabetos. 5. Pessoas com deficiência. I. Título. II. Rocha, Talisson Henrique castro.

CDD 342.231

Catálogo na publicação

*Francisco Renato Sampaio
da Silva – CRB/1028*

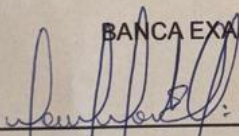
NICOLE NORONHA SILVA
TALISSON HENRIQUE CASTRO ROCHA

**A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR HIPERVULNERAVEL: idosos, analfabetos e
pessoas com deficiência**

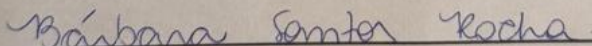
Artigo de Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Banca Examinadora do
Afya Centro Universitário Uninovafapi,
como requisito parcial para obtenção do
grau de Bacharel em Direito.

Data de Aprovação: 25 / 11 / 25

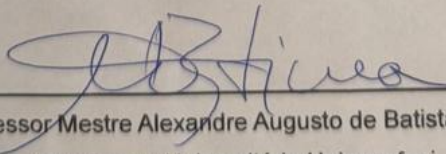
BANCA EXAMINADORA



Professor Mestre Marcelo Martins Eulálio
Afya Centro Universitário Uninovafapi
(Orientador)



Professora Mestra Bárbara Santos Rocha
Afya Centro Universitário Uninovafapi
(1º Examinador)



Professor Mestre Alexandre Augusto de Batista Lima
Afya Centro Universitário Uninovafapi
(2º Examinador)

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço a Deus, razão de tudo. Foi Ele quem me sustentou em cada passo desta caminhada, me deu forças quando pensei em desistir e iluminou meus dias mais difíceis. Sem a presença e o cuidado d'Ele, eu não teria chegado até aqui. A cada desafio superado, reconheço o quanto Sua mão esteve sobre mim, guiando, acalmando e fortalecendo meu coração.

Agradeço com todo o meu carinho à minha família, que sempre foi minha base e meu porto seguro. O amor, o apoio e a compreensão de cada um foram fundamentais para que eu conseguisse vencer esta etapa. Em cada palavra de incentivo e em cada demonstração de confiança, encontrei motivação para seguir em frente.

Meu agradecimento mais profundo vai para minha mãe, que é meu maior exemplo de força, coragem e amor. Mãe, obrigada por tudo: pelas orações, pelos conselhos, pela paciência e por nunca ter deixado de acreditar em mim, mesmo nos momentos em que eu mesmo duvidava. Este trabalho é tão seu quanto meu, porque cada conquista que eu alcanço carrega um pedacinho do seu esforço, da sua fé e do seu amor.

Agradeço também aos amigos, professores e colegas que fizeram parte desta jornada. Cada gesto de apoio, cada palavra de incentivo e cada aprendizado compartilhado fizeram toda a diferença.

Finalizo esta etapa com o coração cheio de gratidão. Sei que nada disso seria possível sem Deus e sem as pessoas especiais que caminharam ao meu lado. Esta conquista é fruto de fé, amor e perseverança.

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo analisar a proteção jurídica conferida ao consumidor hipervulnerável, com enfoque nos idosos, analfabetos e pessoas com deficiência, reconhecendo que tais grupos apresentam fragilidades adicionais nas relações de consumo. Parte-se da compreensão de que a hipervulnerabilidade representa um desdobramento do princípio da vulnerabilidade previsto no Código de Defesa do Consumidor, exigindo uma tutela diferenciada e mais eficaz. A pesquisa, de natureza qualitativa, adotou o método dedutivo e utilizou-se de levantamento bibliográfico e documental, com base em doutrina, legislação e jurisprudência pertinentes. Verificou-se que, embora o ordenamento jurídico brasileiro disponha de instrumentos voltados à proteção desses consumidores, ainda persistem lacunas na aplicação prática dessas normas, especialmente no que se refere ao acesso à informação, à inclusão e à efetividade das políticas públicas. Conclui-se que a consolidação da proteção do consumidor hipervulnerável depende da integração entre políticas de educação para o consumo, atuação fiscalizatória dos órgãos competentes e interpretação judicial pautada nos princípios da dignidade da pessoa humana, da igualdade material e da solidariedade social.

Palavras-chave: Direito do consumidor. Hipervulnerabilidade. Idosos. Analfabetos. Pessoas com deficiência.

ABSTRACT

This article aims to analyze the legal protection granted to the hypervulnerable consumer, focusing on elderly individuals, illiterate persons, and people with disabilities, who face additional challenges in consumer relations. It is based on the understanding that hypervulnerability is an extension of the vulnerability principle established by the Brazilian Consumer Defense Code, requiring differentiated and more effective protection. The research adopts a qualitative and deductive approach, employing bibliographic and documentary methods grounded in relevant legal doctrine, legislation, and case law. The study reveals that, although Brazilian law provides mechanisms to safeguard these consumers, significant gaps remain in the practical enforcement of these norms, particularly concerning access to information, inclusion, and the effectiveness of public policies. It concludes that strengthening the protection of hypervulnerable consumers depends on integrating consumer education policies, active oversight by regulatory agencies, and judicial interpretation guided by the principles of human dignity, substantive equality, and social solidarity.

Keywords: Consumer law. Hypervulnerability. Elderly. Illiterate persons. People with disabilities.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	8
2 ARTIGO.....	10
3 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	27
REFERÊNCIAS.....	28
ANEXO A.....	29

1 INTRODUÇÃO

O avanço das relações de consumo nas últimas décadas, impulsionado pela globalização, pela expansão tecnológica e pela massificação da oferta de produtos e serviços, trouxe à tona novos desafios para a efetivação dos direitos do consumidor. O Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990) consagrou, em seu texto, a proteção da parte vulnerável na relação de consumo como um dos princípios fundamentais do sistema, reconhecendo que o consumidor, por natureza, encontre-se em posição de desvantagem técnica, econômica e informacional em relação ao fornecedor. Todavia, dentro do grupo de consumidores, existem indivíduos que apresentam níveis mais acentuados de fragilidade, decorrentes de fatores como idade, deficiência física ou mental, analfabetismo e limitações socioeconômicas, os quais configuram o que a doutrina e a jurisprudência têm denominado de hipervulnerabilidade.

A noção de consumidor hipervulnerável representa uma ampliação do conceito de vulnerabilidade previsto no Código de Defesa do Consumidor (CDC), e decorre da constatação de que determinados consumidores necessitam de uma tutela jurídica ainda mais protetiva. Entre esses grupos, destacam-se os idosos, analfabetos e pessoas com deficiência, que, por suas condições pessoais e sociais, enfrentam obstáculos adicionais à compreensão de informações, à manifestação livre e consciente da vontade e ao acesso à justiça. Assim, a proteção jurídica desses consumidores não se limita à aplicação genérica das normas consumeristas, mas exige interpretação sistemática e principiológica, orientada pelos preceitos constitucionais da dignidade da pessoa humana, da igualdade material e da inclusão social.

Sob essa perspectiva, o problema central que norteia este estudo consiste em de que maneira o ordenamento jurídico brasileiro reconhece e protege o consumidor hipervulnerável, especialmente no que se refere aos idosos, analfabetos e pessoas com deficiência, e quais são as lacunas e desafios práticos enfrentados na efetivação dessa tutela?

A justificativa deste trabalho fundamenta-se na relevância social e jurídica do tema, uma vez que o envelhecimento populacional, os índices ainda expressivos de analfabetismo e a necessidade de inclusão das pessoas com deficiência nas relações

de consumo revelam a urgência de políticas públicas e de uma atuação judicial e legislativa mais sensível às especificidades desses grupos. A discussão da hipervulnerabilidade contribui não apenas para o aperfeiçoamento da aplicação do CDC, mas também para a concretização dos objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil, previstos no artigo 3º da Constituição Federal, como a erradicação da pobreza, a redução das desigualdades e a promoção do bem de todos.

Os objetivos gerais deste artigo consistem em analisar o conceito de consumidor hipervulnerável e investigar os mecanismos de proteção jurídica conferidos aos idosos, analfabetos e pessoas com deficiência no âmbito das relações de consumo. Como objetivos específicos, pretende-se: examinar a evolução doutrinária e jurisprudencial do conceito de hipervulnerabilidade; identificar as principais normas legais aplicáveis a cada grupo analisado; avaliar a efetividade dessas normas diante das práticas de mercado e das decisões judiciais.

Quanto à metodologia, trata-se de uma pesquisa qualitativa, de caráter exploratório e bibliográfico, fundamentada na análise de obras doutrinárias, artigos científicos, legislações e julgados pertinentes ao tema.

O método de abordagem é dedutivo, partindo da análise dos princípios gerais do direito do consumidor para, posteriormente, aplicar tais fundamentos à situação específica dos grupos hipervulneráveis. Complementarmente, será utilizada a técnica de pesquisa documental, por meio da consulta a decisões judiciais e pareceres de órgãos de defesa do consumidor, com o intuito de identificar a forma como o Poder Judiciário e as instituições públicas vêm interpretando e aplicando a proteção a esses consumidores.

Dessa forma, o presente estudo busca contribuir para o debate acadêmico e jurídico acerca da necessidade de fortalecimento da proteção do consumidor hipervulnerável, ressaltando que a efetividade do direito do consumidor não se alcança apenas pela aplicação formal das normas, mas também pelo reconhecimento das desigualdades reais que permeiam as relações sociais e econômicas. Ao compreender a hipervulnerabilidade como expressão concreta do princípio da dignidade humana, abre-se espaço para a construção de um sistema de consumo mais justo, inclusivo e solidário, capaz de assegurar a todos os cidadãos o pleno exercício de seus direitos.

2 ARTIGO

A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR HIPER VULNERÁVEL: idosos, analfabetos e pessoas com deficiência

PROTECTING HIGHLY VULNERABLE CONSUMERS: the elderly, illiterate individuals, and people with disabilities.

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo analisar a proteção jurídica conferida ao consumidor hipervulnerável, com enfoque nos idosos, analfabetos e pessoas com deficiência, reconhecendo que tais grupos apresentam fragilidades adicionais nas relações de consumo. Parte-se da compreensão de que a hipervulnerabilidade representa um desdobramento do princípio da vulnerabilidade previsto no Código de Defesa do Consumidor, exigindo uma tutela diferenciada e mais eficaz. A pesquisa, de natureza qualitativa, adotou o método dedutivo e utilizou-se de levantamento bibliográfico e documental, com base em doutrina, legislação e jurisprudência pertinentes. Verificou-se que, embora o ordenamento jurídico brasileiro disponha de instrumentos voltados à proteção desses consumidores, ainda persistem lacunas na aplicação prática dessas normas, especialmente no que se refere ao acesso à informação, à inclusão e à efetividade das políticas públicas. Conclui-se que a consolidação da proteção do consumidor hipervulnerável depende da integração entre políticas de educação para o consumo, atuação fiscalizatória dos órgãos competentes e interpretação judicial pautada nos princípios da dignidade da pessoa humana, da igualdade material e da solidariedade social.

Palavras-chave: Direito do consumidor. Hipervulnerabilidade. Idosos. Analfabetos. Pessoas com deficiência.

ABSTRACT

This article aims to analyze the legal protection granted to the hypervulnerable consumer, focusing on elderly individuals, illiterate persons, and people with disabilities, who face additional challenges in consumer relations. It is based on the understanding that hypervulnerability is an extension of the vulnerability principle established by the Brazilian Consumer Defense Code, requiring differentiated and more effective protection. The research adopts a qualitative and deductive approach, employing bibliographic and documentary methods grounded in relevant legal doctrine, legislation, and case law. The study reveals that, although Brazilian law provides mechanisms to safeguard these consumers, significant gaps remain in the practical enforcement of these norms, particularly concerning access to information, inclusion, and the effectiveness of public policies. It concludes that strengthening the protection of hypervulnerable consumers depends on integrating consumer education policies, active oversight by regulatory agencies, and judicial interpretation guided by the principles of human dignity, substantive equality, and social solidarity.

Keywords: Consumer law. Hypervulnerability. Elderly. Illiterate persons. People with disabilities.

INTRODUÇÃO

O avanço das relações de consumo nas últimas décadas, impulsionado pela globalização, pela expansão tecnológica e pela massificação da oferta de produtos e serviços, trouxe à tona novos desafios para a efetivação dos direitos do consumidor. O Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990) consagrou, em seu texto, a proteção da parte vulnerável na relação de consumo como um dos princípios fundamentais do sistema, reconhecendo que o consumidor, por natureza, encontre-se em posição de desvantagem técnica, econômica e informacional em relação ao fornecedor. Todavia, dentro do grupo de consumidores, existem indivíduos que apresentam níveis mais acentuados de fragilidade, decorrentes de fatores como idade, deficiência física ou mental, analfabetismo e limitações socioeconômicas, os quais configuram o que a doutrina e a jurisprudência têm denominado de hipervulnerabilidade.

A noção de consumidor hipervulnerável representa uma ampliação do conceito de vulnerabilidade previsto no CDC, e decorre da constatação de que determinados consumidores necessitam de uma tutela jurídica ainda mais protetiva. Entre esses grupos, destacam-se os idosos, analfabetos e pessoas com deficiência,

que, por suas condições pessoais e sociais, enfrentam obstáculos adicionais à compreensão de informações, à manifestação livre e consciente da vontade e ao acesso à justiça. Assim, a proteção jurídica desses consumidores não se limita à aplicação genérica das normas consumeristas, mas exige interpretação sistemática e principiológica, orientada pelos preceitos constitucionais da dignidade da pessoa humana, da igualdade material e da inclusão social.

Sob essa perspectiva, o problema central que norteia este estudo consiste em compreender de que forma o ordenamento jurídico brasileiro reconhece e protege o consumidor hipervulnerável, especialmente no que se refere aos idosos, analfabetos e pessoas com deficiência, e quais são as lacunas e desafios práticos enfrentados na efetivação dessa tutela.

A justificativa deste trabalho fundamenta-se na relevância social e jurídica do tema, uma vez que o envelhecimento populacional, os índices ainda expressivos de analfabetismo e a necessidade de inclusão das pessoas com deficiência nas relações de consumo revelam a urgência de políticas públicas e de uma atuação judicial e legislativa mais sensível às especificidades desses grupos. A discussão da hipervulnerabilidade contribui não apenas para o aperfeiçoamento da aplicação do CDC, mas também para a concretização dos objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil, previstos no artigo 3º da Constituição Federal, como a erradicação da pobreza, a redução das desigualdades e a promoção do bem de todos.

Os objetivos gerais deste artigo consistem em analisar o conceito de consumidor hipervulnerável e investigar os mecanismos de proteção jurídica conferidos aos idosos, analfabetos e pessoas com deficiência no âmbito das relações de consumo. Como objetivos específicos, pretende-se: examinar a evolução doutrinária e jurisprudencial do conceito de hipervulnerabilidade; identificar as principais normas legais aplicáveis a cada grupo analisado; avaliar a efetividade dessas normas diante das práticas de mercado e das decisões judiciais; e propor reflexões e medidas que possam contribuir para o aprimoramento da tutela dos consumidores hiper vulneráveis no Brasil.

Quanto à metodologia, trata-se de uma pesquisa qualitativa, de caráter exploratório e bibliográfico, fundamentada na análise de obras doutrinárias, artigos científicos, legislações e julgados pertinentes ao tema.

O método de abordagem é dedutivo, partindo da análise dos princípios gerais do direito do consumidor para, posteriormente, aplicar tais fundamentos à situação específica dos grupos hipervulneráveis. Complementarmente, será utilizada a técnica de pesquisa documental, por meio da consulta a decisões judiciais e pareceres de órgãos de defesa do consumidor, com o intuito de identificar a forma como o Poder Judiciário e as instituições públicas vêm interpretando e aplicando a proteção a esses consumidores.

Dessa forma, o presente estudo busca contribuir para o debate acadêmico e jurídico acerca da necessidade de fortalecimento da proteção do consumidor hipervulnerável, ressaltando que a efetividade do direito do consumidor não se alcança apenas pela aplicação formal das normas, mas também pelo reconhecimento das desigualdades reais que permeiam as relações sociais e econômicas. Ao compreender a hipervulnerabilidade como expressão concreta do princípio da dignidade humana, abre-se espaço para a construção de um sistema de consumo mais justo, inclusivo e solidário, capaz de assegurar a todos os cidadãos o pleno exercício de seus direitos.

1 VULNERABILIDADE E HIPERVULNERABILIDADE NO DIREITO DO CONSUMIDOR BRASILEIRO

A vulnerabilidade do consumidor constitui fundamento essencial do sistema protetivo instituído pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC). O art. 4º, I, da Lei nº 8.078/1990 estabelece que a Política Nacional das Relações de Consumo se baseia no reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado. Tal reconhecimento traduz a compreensão de que, devido à assimetria existente entre consumidor e fornecedor, aquele se encontra estruturalmente em desvantagem. Nesse sentido, Marques (2016, p. 311) afirma que “a vulnerabilidade é o princípiomatriz do Direito do Consumidor, permitindo que o CDC seja interpretado de maneira protetiva e sempre em favor da parte mais fraca da relação.”

A doutrina classifica a vulnerabilidade em diversas dimensões: técnica, informacional, jurídica e socioeconômica. Cada uma delas representa um aspecto da fragilidade do consumidor perante práticas e estruturas do mercado. Nunes (2021, p.

85) explica que “o consumidor é vulnerável porque não detém os conhecimentos, as informações e os recursos necessários para se colocar em posição paritária frente ao fornecedor”, razão pela qual necessita de um microsistema jurídico destinado à sua proteção.

Entretanto, há situações em que essa vulnerabilidade ultrapassa a condição ordinária de consumidor, configurando uma fragilidade acentuada que requer tutela ainda mais rigorosa. A esse fenômeno a doutrina denomina hipervulnerabilidade. Embora o termo não esteja expresso no CDC, é amplamente aceito na doutrina e reconhecido pelos órgãos de defesa do consumidor. Miragem (2020, p. 143) conceitua a hipervulnerabilidade como “uma forma agravada de vulnerabilidade, decorrente de condições pessoais, como idade avançada, deficiência ou baixo nível de escolaridade, ou de circunstâncias específicas da contratação.”

A hipervulnerabilidade, portanto, relaciona-se não apenas à posição jurídica do consumidor, mas também às características individuais que intensificam sua fragilidade. Esse conceito se harmoniza com os princípios constitucionais da dignidade da pessoa humana (art. 1º, III, da Constituição Federal) e da igualdade material (art. 5º, caput), bem como com normas que determinam proteção prioritária a grupos vulneráveis, como idosos (art. 230 da CF) e pessoas com deficiência (arts. 24, XIV e 227, §2º da CF). Essa compreensão é aprofundada pela legislação infraconstitucional, especialmente o Estatuto do Idoso (Lei nº 10.741/2003) e a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência – LBI (Lei nº 13.146/2015), que reforçam o dever do Estado e da sociedade de assegurar condições adequadas de participação e acessibilidade.

No âmbito administrativo, o reconhecimento da hipervulnerabilidade levou a Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon) e diversos Procons a adotarem diretrizes específicas para atendimento prioritário desses consumidores. A Nota Técnica nº 52/2021/Senacon reforça a necessidade de práticas contratuais mais claras, acessíveis e transparentes em contratações envolvendo consumidores idosos, analfabetos e pessoas com deficiência, sobretudo no setor de crédito consignado, reconhecido como um dos mais críticos para esse público.

A jurisprudência também confirma a necessidade de tratamento diferenciado. O Superior Tribunal de Justiça (STJ), ao analisar casos envolvendo empréstimos consignados e contratos bancários com consumidores idosos ou analfabetos, tem afirmado que o dever de informação deve ser interpretado de forma mais rigorosa,

dada a vulnerabilidade agravada desses grupos. Em seu entendimento, a fragilidade acentuada impõe ao fornecedor um dever redobrado de cuidado e transparência, sob pena de configuração de abusividade (STJ, REsp 1.197.929/RS, 2010; AgInt no REsp 1.865.178/PR, 2021).

Consequentemente, a hipervulnerabilidade gera efeitos jurídicos concretos: intensificação do dever de informação (art. 6º, III, do CDC), exigência de acessibilidade comunicacional (arts. 3º e 56 da LBI), limitação de práticas comerciais agressivas (arts. 36 e 37 do CDC), presunção acentuada de abusividade em contratos padronizados (art. 51 do CDC) e responsabilização mais rigorosa de fornecedores que se aproveitem da fragilidade do consumidor.

Assim, compreender a vulnerabilidade e a hipervulnerabilidade como conceitos centrais do sistema consumerista é essencial para assegurar a efetividade do tratamento diferenciado destinado a consumidores idosos, analfabetos e pessoas com deficiência. Como ressalta Marques (2016, p. 327), esses consumidores constituem “grupos superlativamente vulneráveis”, cuja proteção reforçada não é apenas uma escolha normativa, mas exigência do próprio princípio constitucional da igualdade material. A hipervulnerabilidade, portanto, deve orientar a formulação, interpretação e aplicação das normas consumeristas de modo a garantir que esses grupos possam exercer plenamente sua cidadania no mercado de consumo.

2 OS CONSUMIDORES IDOSOS COMO HIPERVULNERÁVEIS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

O crescimento acelerado da população idosa no Brasil representa uma das transformações demográficas mais relevantes das últimas décadas, com impacto direto nas relações de consumo. A ampliação da longevidade, aliada ao aumento da participação dos idosos no mercado, requer que o Direito do Consumidor reconheça, de forma mais intensa, que este grupo se encontra em condição especial de fragilidade. Essa condição não decorre apenas de fatores biológicos, mas de aspectos sociais, econômicos, cognitivos e tecnológicos que, combinados, culminam na chamada hipervulnerabilidade.

Segundo Freitas e Micheletti (2023, p. 5), “há elementos para justificar a necessidade de tutela do idoso quando na condição de consumidor, alinhando a

hipervulnerabilidade com a dignidade da pessoa humana”, o que significa reconhecer que a proteção não deve ser apenas jurídica, mas também de ordem social e preventiva.

2.1 Envelhecimento Populacional e Impactos no Consumo

O Brasil vive um processo rápido de envelhecimento populacional. Projeções do IBGE indicam que, em poucas décadas, a população idosa superará numericamente a população jovem, alterando profundamente o perfil socioeconômico do país. Isso implica maior circulação de renda entre os idosos, especialmente porque muitos deles recebem aposentadorias e pensões, o que os coloca como consumidores ativos e atraentes para o mercado.

Nesse sentido, Figueira e Couto (2024, p. 2) destacam que o idoso é um consumidor que “atua intensamente em ambientes digitais, mas não dispõe da mesma capacidade técnica de compreensão dos riscos tecnológicos que as gerações mais novas desenvolvem com naturalidade”. Assim, a participação crescente desse público no consumo eletrônico, compras por aplicativos, home banking, contratações digitais, amplia significativamente os riscos de práticas abusivas e golpes virtuais.

Além disso, aspectos sociológicos influenciam diretamente essa vulnerabilidade. O idoso muitas vezes enfrenta isolamento social, perda de vínculos familiares, diminuição da mobilidade, dependência emocional e fragilidades cognitivas. Tais fatores reduzem a capacidade de resistência a pressões comerciais. Segundo Marques e Miragem (2014, p. 136), esse isolamento facilita a aceitação acrítica de propostas comerciais e favorece relações assimétricas construídas artificialmente por fornecedores, que se aproveitam da busca do idoso por atenção ou diálogo.

2.2 Estatuto do Idoso e Garantias Suplementares ao CDC

A proteção jurídica da pessoa idosa nas relações de consumo encontra fundamento central no Estatuto do Idoso (Lei nº 10.741/2003), considerado uma ampliação e especialização das normas de tutela do consumidor. O Estatuto estabelece prioridade absoluta no atendimento, proteção contra abusos e obriga o

poder público e entidades privadas a assegurar condições adequadas de acesso à informação, saúde e serviços essenciais (BRASIL, 2003).

Complementarmente, o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990) reforça a necessidade de tratamento diferenciado. O art. 39, IV, tipifica como abusiva a conduta que se aproveita da idade ou do estado emocional e físico do consumidor. Para Martins (2023, p. 40), ainda que o aparato legislativo seja robusto, “muitos desafios persistem, o que dificulta a efetivação dos direitos e garantias desse grupo social”, demonstrando que a efetividade depende de fiscalização e políticas públicas eficientes.

No âmbito da doutrina contemporânea, Lemos e Schreiber (2022) ressaltam que a vulnerabilidade agravada deve orientar a interpretação contratual, reforçando o dever de cuidado do fornecedor. Já Gagliano e Pamplona Filho (2023, p. 78) afirmam que, no direito civil contemporâneo, a função social do contrato exige atenção redobrada diante da “disparidade cognitiva e informacional que se acentua com a idade”.

2.3. Práticas Abusivas Recorrentes Contra Consumidores Idosos

Entre as práticas abusivas mais recorrentes está a contratação de empréstimos consignados, muitas vezes sem plena compreensão dos custos envolvidos, taxas de juros e impacto a longo prazo sobre a renda mensal. Instituições financeiras aproveitam-se do recebimento contínuo de aposentadorias e da familiaridade limitada do idoso com termos contratuais complexos. Rosa e Marques (2021, p. 179) afirmam que o crédito consignado se tornou “um dos campos mais férteis para abusos dirigidos a consumidores idosos”, especialmente quando associado a telemarketing agressivo ou contratações não solicitadas.

O telemarketing abusivo direcionado aos idosos se vale da vulnerabilidade emocional e da solidão comum nesta fase da vida. Muitos vendedores utilizam estratégias de simpatia, conversa prolongada e apelos emocionais para induzir contratações indevidas. Segundo Beserra (2024), esse tipo de prática explora a necessidade de comunicação e contato humano que tende a ser mais intensa entre idosos, configurando manipulação psicológica comercial.

Na era digital, os golpes eletrônicos são outro risco crescente. Links falsos, mensagens fraudulentas em aplicativos, páginas simuladas de bancos e telefonemas

fingindo suporte técnico são especialmente eficazes contra idosos. Conforme ressaltam Figueira e Couto (2024, p. 3), trata-se de uma “vulnerabilidade técnica exagerada” que o mercado e o sistema de proteção ainda não conseguiram mitigar adequadamente.

2.4. A Hipervulnerabilidade do Idoso sob o Aspecto Sociológico

A hipervulnerabilidade do idoso deve ser compreendida como um fenômeno multidimensional. A idade avançada não é, por si só, sinônimo de incapacidade, mas representa maior probabilidade de: redução da cognição executiva; memória de curto prazo mais limitada; busca por vínculos sociais; confiança excessiva em figuras de autoridade; dificuldades com tecnologia; adiantada solidão social.

A sociologia do envelhecimento aponta que os idosos tendem a confiar mais em interlocutores que demonstrem atenção, gentileza e paciência, características exploradas intensamente por agentes de telemarketing e vendedores presenciais. Marques (2016, p. 327) descreve os idosos como “consumidores superlativamente vulneráveis”, expressão que sintetiza a combinação entre fatores biológicos, cognitivos, econômicos e afetivos.

Além disso, o idoso ocupa um espaço social marcado pela desvalorização simbólica, decorrente da cultura que exalta produtividade e rapidez tecnológica. Essa “violência simbólica” (BOURDIEU, 1998) contribui para sua marginalização no ambiente digital e para sua dependência de terceiros para compreender ou realizar operações básicas de consumo, como contratar serviços, acessar aplicativos bancários e resolver problemas com fornecedores.

2.5 Perspectiva Civil e Contratual

No âmbito do Direito Civil, a proteção ao idoso consumidor se articula à teoria contemporânea dos contratos, baseada na boa-fé objetiva e na função social. Para Pereira (2021, p. 212), quando a relação contratual envolve um sujeito em hipervulnerabilidade, a boa-fé impõe deveres mais amplos de cooperação,

esclarecimento e lealdade, sendo ilícito aproveitar-se de lacunas cognitivas para obter vantagem.

Essa compreensão foi fortalecida pela aplicação do Estatuto do Idoso às práticas comerciais. Venosa (2022, p. 314) destaca que a responsabilidade civil deve considerar a fragilidade ampliada do idoso, especialmente em contratos complexos ou de longa duração, nos quais o fornecedor detém plena superioridade técnica.

Os consumidores idosos representam, juridicamente e sociologicamente, um grupo nitidamente hipervulnerável. Essa condição deriva da rápida transição demográfica, das dificuldades tecnológicas, do isolamento social, da dependência econômica e de limitações naturais da idade. Em contrapartida, o mercado tem direcionado a esse público práticas frequentemente agressivas e desleais, como telemarketing insistente, empréstimos consignados com informação deficiente e golpes digitais.

Apesar da existência de legislação robusta, especialmente o Estatuto do Idoso e o Código de Defesa do Consumidor, a doutrina contemporânea e os dados sociológicos mostram que ainda há um hiato entre a proteção formal e a efetividade prática. A tutela jurídica do idoso deve, portanto, ser interpretada de forma ampliada, acolhendo o princípio constitucional da dignidade da pessoa humana e garantindo condições reais de segurança, autonomia e inclusão no mercado de consumo.

3 CONSUMIDORES ANALFABETOS COMO HIPERVULNERÁVEIS

A condição de analfabetismo, seja ele formal ou funcional, implica uma fragilidade especial nas relações de consumo, justificando a classificação do consumidor analfabeto como hipervulnerável pela doutrina majoritária. O analfabetismo formal diz respeito à incapacidade de ler e escrever palavras simples; já o analfabetismo funcional refere-se à habilidade insuficiente para interpretar textos, compreender contratos ou assimilar informações mínimas necessárias ao exercício da cidadania. Essa distinção é reconhecida por diversos estudiosos da educação e tem repercussões diretas no campo jurídico.

Segundo Marques (2016), a vulnerabilidade informacional é o eixo mais sensível das relações de consumo, pois o acesso à informação representa a única forma de reduzir a assimetria entre consumidor e fornecedor. Se o consumidor é analfabeto, formal ou funcional, essa assimetria se intensifica, transformando-se em

hipervulnerabilidade. O entendimento é reforçado por Bruno Miragem (2020), para quem o consumidor analfabeto exige uma proteção reforçada, porque não possui os instrumentos cognitivos necessários para compreender declarações contratuais, ofertas, publicidade e termos técnicos.

A dificuldade de compreensão de contratos e informações essenciais é evidente. Como observa Rizzatto Nunes (2021), o sistema de consumo moderno opera por linguagem técnica e expressões padronizadas, tornando extremamente árdua a interpretação até mesmo para consumidores plenamente alfabetizados; para o analfabeto, o cenário é ainda mais crítico. A ausência de compreensão mínima cria ambiente propício para práticas abusivas, especialmente em setores como crédito, venda porta a porta, serviços funerários e planos de saúde.

No plano jurídico, a legislação brasileira prevê mecanismos específicos destinados a resguardar a validade dos contratos firmados com analfabetos. O Código Civil, em seu art. 595, estabelece que o contrato escrito só é válido se o analfabeto “assinar a rogo”, mediante assinatura de terceiro, com duas testemunhas. O Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990), por sua vez, reforça o princípio da informação adequada e clara (art. 6º, III) e considera abusiva qualquer prática que se aproveite da ignorância do consumidor, “tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social” (art. 39, IV). Embora o CDC não trate expressamente do analfabeto, a doutrina reconhece que ele se enquadra perfeitamente nessa proteção especial.

Além disso, autores civilistas como Gonçalves (2022) e Diniz (2021) enfatizam que a boa-fé objetiva impõe ao fornecedor deveres adicionais de esclarecimento, cuidado e cooperação quando contrata com pessoas que não conseguem compreender plenamente o conteúdo negocial. O descumprimento desses deveres pode gerar nulidade do contrato ou responsabilização civil.

Os riscos de abusividade são inúmeros. Entre as práticas mais comuns estão: contratos firmados sem explicação clara; ofertas enganosas realizadas por telefone, sem registro adequado; vendas agressivas realizadas por representantes que aproveitam a confiança do consumidor; inserção de serviços não solicitados e concessão de crédito com juros excessivos.

Assim, o consumidor analfabeto encontra-se em posição de hipervulnerabilidade caracterizada não apenas pela falta de informação, mas também

pela impossibilidade material de acessar essa informação. Essa perspectiva é reforçada pela doutrina contemporânea, que reconhece a necessidade de medidas acessíveis, comunicação adequada, leitura integral do contrato em voz alta e presença de testemunhas qualificadas.

4 PESSOAS COM DEFICIÊNCIA COMO CONSUMIDORES HIPERVULNERÁVEIS

A proteção jurídica das pessoas com deficiência no mercado de consumo está firmemente amparada pela legislação brasileira, especialmente após a promulgação da Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Lei nº 13.146/2015), também conhecida como Estatuto da Pessoa com Deficiência (EPD). O Estatuto estabelece uma série de direitos fundamentais, inclusive o direito à informação acessível, ao consumo seguro e à participação plena na sociedade, garantindo o princípio da igualdade material.

Conforme destaca Gagliano (2022), a deficiência não pode ser compreendida como incapacidade civil, mas como condição que exige suporte adequado, acessibilidade e eliminação de barreiras. O autor ressalta que a inclusão, para ser efetiva, requer postura ativa do fornecedor, que deve adaptar produtos, serviços e contratos às necessidades do consumidor.

Nesse mesmo sentido, Pamplona Filho (2020) afirma que a sociedade de consumo cria obstáculos que vão além das limitações físicas: há barreiras comunicacionais, tecnológicas e atitudinais que dificultam o exercício do direito básico à informação, previsto no CDC. Pessoas cegas, surdas, com deficiência intelectual ou com transtornos que afetam a comunicação enfrentam desafios diversos ao interpretar contratos, compreender publicidade ou acessar serviços digitais.

As barreiras comunicacionais incluem ausência de leitura em braile, materiais com letras pequenas, sites inacessíveis a softwares leitores de tela, vídeos sem legenda ou sem audiodescrição. Já as barreiras tecnológicas surgem quando aplicativos ou plataformas exigem etapas de autenticação inacessíveis, como *captchas* visuais, comandos rápidos ou interfaces não adaptadas. Por fim, as barreiras atitudinais consistem na discriminação direta ou indireta, como a recusa injustificada de atendimento, a presunção de incapacidade ou o oferecimento de produtos mais caros ou inadequados.

O Estatuto da Pessoa com Deficiência determina que todos os serviços devem ser prestados de forma acessível (arts. 3º, 8º e 30), o que se articula com a responsabilidade objetiva do fornecedor prevista no CDC. Miragem (2020) sustenta que, diante da deficiência, a vulnerabilidade do consumidor atinge grau máximo, implicando dever reforçado de cuidado e dever de informar. Para o autor, a ausência de acessibilidade não é apenas falha contratual, mas verdadeiro ato discriminatório que viola a dignidade da pessoa humana.

Casos de exclusão e discriminação contra consumidores com deficiência são recorrentes: empresas que negam fornecimento de seguro de vida a pessoas com deficiência; operadoras de saúde que impõem carências desproporcionais ou recusam adaptação de serviços; bancos que não oferecem documentos acessíveis ou atendimento especializado e sites de comércio eletrônico sem acessibilidade.

O Direito Civil contemporâneo também acolhe essa proteção especial. Tartuce (2023) observa que a acessibilidade deve ser compreendida como elemento da função social do contrato, devendo o fornecedor atuar de maneira proativa para evitar desvantagens excessivas. O próprio Código Civil, ao tratar do dever de boa-fé, impõe condutas colaborativas e protetivas que, por interpretação sistemática, se intensificam diante da deficiência.

Desse modo, as pessoas com deficiência são consideradas consumidores hipervulneráveis não apenas pela limitação funcional, mas pelo conjunto de barreiras sociais, tecnológicas e comunicacionais que ainda persistem. A doutrina e a legislação convergem no sentido de que a proteção deve ser integral, preventiva e contínua, garantindo que o mercado de consumo seja, de fato, um espaço acessível, inclusivo e digno.

5 DESAFIOS ATUAIS E PERSPECTIVAS FUTURAS PARA A PROTEÇÃO DOS CONSUMIDORES HIPERVULNERÁVEIS

A proteção dos consumidores hipervulneráveis, idosos, analfabetos e pessoas com deficiência, permanece como uma das maiores preocupações do Direito do Consumidor contemporâneo. Embora o Código de Defesa do Consumidor (Lei n.º 8.078/1990) represente um marco fundamental na tutela da parte vulnerável, as transformações tecnológicas, econômicas e sociais dos últimos anos impõem novos desafios, exigindo uma leitura atualizada do sistema protetivo. Conforme ressalta

Marques (2016), o CDC deve ser interpretado de forma dinâmica, acompanhando a evolução das práticas de mercado, especialmente quando se trata de consumidores em “vulnerabilidade agravada”. Da mesma forma, Miragem (2020) afirma que a hipervulnerabilidade deve orientar a hermenêutica jurídica, reforçando o dever de cuidado do fornecedor e o princípio da dignidade da pessoa humana.

Diante desse cenário, dois eixos principais merecem destaque: (1) os desafios emergentes nas relações de consumo decorrentes das novas tecnologias e (2) as perspectivas de aprimoramento legislativo e institucional voltadas à proteção desses consumidores.

5.1 Desafios da Era Digital e as Novas Formas de Vulnerabilidade

O ambiente digital ampliou substancialmente os riscos enfrentados pelos consumidores hipervulneráveis. A migração massiva de serviços para plataformas online, bancos, comércio eletrônico, teleatendimento, serviços de saúde e até repartições públicas, criou barreiras tecnológicas para grupos que, por limitações técnicas, cognitivas ou educacionais, não conseguem acessar ou compreender adequadamente esses ambientes. Figueira e Couto (2024) destacam que consumidores idosos e pessoas com deficiência enfrentam uma “vulnerabilidade técnica exacerbada” ao interagir com interfaces digitais, seja por falta de familiaridade tecnológica, seja pela ausência de recursos de acessibilidade adequados.

A esse cenário se somam práticas abusivas sofisticadas, como golpes eletrônicos, engenharia social, publicidade algorítmica e o uso de “dark patterns”, mecanismos de manipulação comportamental em sites e aplicativos, que intensificam a assimetria informacional. Gagliano e Pamplona Filho (2023) afirmam que, em um mercado altamente digitalizado, a função social do contrato deve ser reinterpretada de modo a impor ao fornecedor um dever ampliado de transparência, especialmente quando o consumidor demonstra dificuldade estrutural de compreensão.

Do ponto de vista legislativo, a Lei Geral de Proteção de Dados (Lei n.º 13.709/2018) acrescentou uma camada de proteção aos consumidores que possuem fragilidades específicas, reconhecendo, em seu art. 14, proteção especial aos dados de crianças e pessoas vulneráveis, o que se conecta diretamente à proteção dos hipervulneráveis no consumo. Além disso, a Lei do Superendividamento (Lei n.º 14.181/2021) trouxe importantes mecanismos de prevenção ao assédio de consumo,

de informação adequada e de limitação de práticas creditícias abusivas, alcançando especialmente idosos e analfabetos.

A doutrina contemporânea tem enfatizado que o acesso ao mercado digital deve ser compreendido como parte do direito à inclusão. Tartuce (2023) observa que a responsabilidade civil do fornecedor se intensifica quando este não assegura condições mínimas de acessibilidade tecnológica ao consumidor vulnerável, especialmente em contratos bancários e serviços essenciais.

Assim, os desafios da era digital revelam que as relações de consumo evoluíram mais rapidamente do que os mecanismos de proteção, exigindo constante adaptação interpretativa e regulatória.

5.2 Perspectivas Legislativas e Institucionais para a Proteção dos Hipervulneráveis

O aperfeiçoamento da tutela dos consumidores hipervulneráveis passa, necessariamente, pelo fortalecimento das políticas públicas e pela integração mais efetiva entre as normas existentes. O Estatuto da Pessoa com Deficiência (Lei n.º 13.146/2015), o Estatuto do Idoso (Lei n.º 10.741/2003) e o CDC devem operar em regime de complementariedade, em consonância com o princípio do diálogo das fontes, entendido como mecanismo interpretativo que permite a aplicação simultânea e harmônica de diferentes diplomas normativos. Marques (2016) ressalta que o diálogo das fontes é fundamental para assegurar que a proteção do consumidor seja sempre ampliada, nunca reduzida, quando existirem normas especiais como as que regulam idosos e pessoas com deficiência.

Além disso, há necessidade de medidas regulatórias mais rígidas nos setores que concentram maior incidência de abusos contra hipervulneráveis, como o mercado financeiro, de crédito consignado, saúde suplementar e telecomunicações. Gonçalves (2022) lembra que, no Direito Civil contemporâneo, a proteção das pessoas em situação de fragilidade deve orientar a intervenção estatal, especialmente quando se verificam práticas contrárias à boa-fé objetiva e à função social do contrato.

Institucionalmente, é imprescindível fortalecer a atuação dos Procons, Defensorias Públicas, Ministério Público e SENACON, garantindo estrutura para

fiscalizar práticas abusivas, promover ações coletivas e desenvolver políticas de educação para o consumo. Diniz (2021) enfatiza que a proteção jurídica só é efetiva quando acompanhada de políticas públicas que permitam ao indivíduo compreender e exercer seus direitos materiais.

Finalmente, o cenário legislativo aponta para a necessidade de: regulamentação mais detalhada sobre acessibilidade digital; aprimoramento das regras de telemarketing e contratação a distância; ampliação das salvaguardas para consumidores analfabetos e idosos na contratação eletrônica e criação de padrões mínimos de acessibilidade contratual e informacional.

Essas perspectivas demonstram que a proteção dos consumidores hipervulneráveis deve ser compreendida como política permanente, baseada na interpretação constitucionalizada do CDC e orientada pelos princípios da dignidade humana, solidariedade e inclusão.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proteção dos consumidores hipervulneráveis, idosos, analfabetos e pessoas com deficiência, revela-se um dos pontos mais delicados e urgentes do Direito do Consumidor contemporâneo. A evolução das práticas de mercado, o avanço tecnológico, a complexificação dos contratos e a migração massiva de serviços para o ambiente digital intensificaram desigualdades estruturais e criaram novas barreiras ao acesso igualitário ao consumo. Nesse contexto, o Código de Defesa do Consumidor, interpretado em conjunto com diplomas especiais como o Estatuto do Idoso e a Lei Brasileira de Inclusão, permanece como instrumento indispensável para equilibrar relações marcadas por forte assimetria informacional.

A análise realizada ao longo do artigo demonstrou que a vulnerabilidade, característica inerente ao consumidor, assume contornos ainda mais intensos quando vinculada a fatores que limitam a compreensão, o acesso ou a autonomia decisória. Idosos, analfabetos e pessoas com deficiência enfrentam obstáculos distintos, mas convergentes: falta de acessibilidade comunicacional, exclusão digital, manipulação comercial, práticas abusivas, contratos complexos e violência econômica, especialmente no mercado de crédito. A doutrina contemporânea, representada por autores como Marques (2016), Miragem (2020), Diniz (2021), Tartuce (2023),

Gagliano e Pamplona Filho (2023), reafirma que a hipervulnerabilidade deve orientar não apenas a interpretação judicial, mas também a formulação de políticas públicas, a atuação regulatória e as práticas empresariais responsáveis.

Os desafios postos pela economia digital deixam claro que a proteção do consumidor hipervulnerável não pode se limitar à normatividade formal. É necessário garantir efetividade por meio da acessibilidade tecnológica, de contratos compreensíveis, de atendimento humanizado, de educação digital e financeira, além da fiscalização permanente das práticas abusivas que exploram fragilidades sociais. Ao mesmo tempo, deve-se assegurar o fortalecimento institucional dos órgãos de defesa do consumidor e consolidar uma cultura de inclusão, que compreenda o consumo como dimensão essencial da cidadania e da dignidade humana.

Portanto, proteger o consumidor hipervulnerável é proteger o próprio sistema de consumo, garantindo relações mais justas, éticas e igualitárias. Trata-se de compromisso constitucional e civilizatório, desafio que exige ação conjunta do Estado, do mercado e da sociedade.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Código Civil. Lei n.º 10.406**, de 10 de janeiro de 2002. Brasília, DF: Senado Federal. Disponível em:

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm. Acesso em 10 de nov. de 2025.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor. Lei n.º 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Brasília, DF: Senado Federal. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em 10 de nov. de 2025.

BRASIL. **Estatuto da Pessoa com Deficiência** (Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência). Lei n.º 13.146, de 6 de julho de 2015. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm. Acesso em 10 de nov. de 2025.

BRASIL. **Estatuto do Idoso. Lei n.º 10.741**, de 1º de outubro de 2003. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.741.htm. Acesso em 10 de nov. de 2025.

BRASIL. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Lei n.º 13.709**, de 14 de agosto de 2018. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em 10 de nov. de 2025.

BRASIL. **Lei do Superendividamento. Lei n.º 14.181**, de 1º de julho de 2021.

Disponível em:

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/l14181.htm Acesso em 10 de nov. de 2025.

COUTO, M.; FIGUEIRA, M. **Vulnerabilidade e Tecnologias Digitais: Desafios do Consumo Contemporâneo**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2024.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil Brasileiro**. 38. ed. São Paulo: Saraiva, 2021.

GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo Curso de Direito Civil: Parte Geral**. 19. ed. São Paulo: Saraiva, 2023.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil Brasileiro. Volume I: Parte Geral**. 20. ed. São Paulo: Saraiva, 2022.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O novo regime das relações contratuais**. 8. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

MIRAGEM, Bruno. **Direito do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 15. ed. São Paulo: Saraiva, 2021.

TARTUCE, Flávio. **Manual de Direito Civil**. 14. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2023.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proteção dos consumidores hipervulneráveis, idosos, analfabetos e pessoas com deficiência, revela-se um dos pontos mais delicados e urgentes do Direito do Consumidor contemporâneo. A evolução das práticas de mercado, o avanço tecnológico, a complexificação dos contratos e a migração massiva de serviços para o ambiente digital intensificaram desigualdades estruturais e criaram novas barreiras ao acesso igualitário ao consumo. Nesse contexto, o Código de Defesa do Consumidor, interpretado em conjunto com diplomas especiais como o Estatuto do Idoso e a Lei Brasileira de Inclusão, permanece como instrumento indispensável para equilibrar relações marcadas por forte assimetria informacional.

A análise realizada ao longo do artigo demonstrou que a vulnerabilidade, característica inerente ao consumidor, assume contornos ainda mais intensos quando vinculada a fatores que limitam a compreensão, o acesso ou a autonomia decisória. Idosos, analfabetos e pessoas com deficiência enfrentam obstáculos distintos, mas convergentes: falta de acessibilidade comunicacional, exclusão digital, manipulação comercial, práticas abusivas, contratos complexos e violência econômica, especialmente no mercado de crédito. A doutrina contemporânea, representada por autores como Cláudia Lima Marques, Bruno Miragem, Maria Helena Diniz, Flávio Tartuce, Gagliano e Pamplona Filho, reafirma que a hipervulnerabilidade deve orientar não apenas a interpretação judicial, mas também a formulação de políticas públicas, a atuação regulatória e as práticas empresariais responsáveis.

Os desafios postos pela economia digital deixam claro que a proteção do consumidor hipervulnerável não pode se limitar à normatividade formal. É necessário garantir efetividade por meio da acessibilidade tecnológica, de contratos compreensíveis, de atendimento humanizado, de educação digital e financeira, além da fiscalização permanente das práticas abusivas que exploram fragilidades sociais. Ao mesmo tempo, deve-se assegurar o fortalecimento institucional dos órgãos de defesa do consumidor e consolidar uma cultura de inclusão, que compreenda o consumo como dimensão essencial da cidadania e da dignidade humana.

Portanto, proteger o consumidor hipervulnerável é proteger o próprio sistema de consumo, garantindo relações mais justas, éticas e igualitárias. Trata-se de compromisso constitucional e civilizatório, desafio que exige ação conjunta do Estado, do mercado e da sociedade.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor. Lei n.º 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Brasília, DF: Senado Federal. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em 10 de nov. de 2025.

BRASIL. **Estatuto da Pessoa com Deficiência** (Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência). Lei n.º 13.146, de 6 de julho de 2015. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm. Acesso em 10 de nov. de 2025.

BRASIL. **Estatuto do Idoso. Lei n.º 10.741**, de 1º de outubro de 2003. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.741.htm. Acesso em 10 de nov. de 2025.

COUTO, M.; FIGUEIRA, M. **Vulnerabilidade e Tecnologias Digitais: Desafios do Consumo Contemporâneo**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2024.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil Brasileiro**. 38. ed. São Paulo: Saraiva, 2021.

GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo Curso de Direito Civil: Parte Geral**. 19. ed. São Paulo: Saraiva, 2023.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O novo regime das relações contratuais**. 8. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

MIRAGEM, Bruno. **Direito do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 15. ed. São Paulo: Saraiva, 2021.

TARTUCE, Flávio. **Manual de Direito Civil**. 14. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2023.