

CONSUMIDORES HIPERVULNERÁVEIS NO AMBIENTE DIGITAL: DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA O PLENA PROTEÇÃO DESTES CONSUMIDORES

XIII SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA FACULDADE DE DIREITO DA FMP



Autor: Thiago Gaertner Alves, bacharelado em Direito, Fundação Escola Superior do Ministério Público – FMP

Orientador: Prof. Dr. José Tadeu Neves Xavier

Grupo de Trabalho: Tutelas à Efetivação dos Direitos Públicos Incondicionados

Temática: Relações tensionais entre mercado, Estado e sociedade

OBJETIVO

O objetivo central da pesquisa é identificar tipos de consumidores hipervulneráveis e suas características no mercado digital, bem como contextualizar historicamente a influência da globalização e tecnologia nas relações de consumo digitais, analisando casos de consumidores hipervulneráveis considerando fontes do direito, e propor estratégias para protegê-los no ambiente virtual.

METODOLOGIA

A metodologia adotada abrange uma abordagem interdisciplinar, incorporando elementos da pesquisa jurídica, incluindo análise da legislação, revisão bibliográfica, análise de casos reais e hipotéticos, revisão da literatura jurídica relevante, investigação histórica para contextualização da influência da globalização e tecnologia, além da exploração de fontes legais para fundamentar as estratégias propostas.

IDEIAS CENTRAIS

No âmbito deste artigo, o foco principal recai sobre a investigação da condição peculiar dos consumidores hipervulneráveis em ambientes digitais dentro do mercado de consumo contemporâneo. Nesse cenário, é imperativo compreender as características distintivas que tornam esses consumidores particularmente suscetíveis a riscos, bem como identificar os contextos nos quais estão mais expostos a tais ameaças. Esta compreensão profunda é essencial para a formulação de estratégias eficazes destinadas a protegê-los de forma adequada. Além disso, este estudo contextualiza historicamente o impacto da globalização e dos avanços tecnológicos nas dinâmicas das relações de consumo digitais. A revolução tecnológica e a crescente interconectividade global transformaram a maneira como as pessoas compram, vendem e interagem com produtos e serviços no ambiente digital. Essa transformação radical não apenas trouxe inúmeras vantagens, mas também abriu portas para uma série de desafios e vulnerabilidades, especialmente para os consumidores hipervulneráveis. O cerne deste trabalho enfatiza a urgência de adotar medidas legais e regulatórias voltadas para a garantia da tutela adequada desses consumidores. As políticas de proteção ao consumidor no ambiente virtual devem ser aprimoradas e atualizadas constantemente, levando em consideração as mudanças tecnológicas e os novos desafios que surgem. A proteção dos consumidores hipervulneráveis é de suma importância, pois a segurança no ambiente digital é fundamental para garantir que todos os indivíduos tenham igualdade de acesso aos benefícios do comércio eletrônico e evitem ser prejudicados por práticas comerciais desonestas. Em última análise, este artigo busca contribuir para o fortalecimento da proteção desses consumidores no mundo virtual, promovendo um mercado de consumo mais equitativo e seguro.

CONCLUSÕES

Na era da globalização e avanços tecnológicos, o consumo digital trouxe benefícios, mas também desafios para os consumidores hipervulneráveis, exigindo proteção legal específica. A legislação brasileira está avançando na regulamentação das relações de consumo online, mas a promoção da educação digital é essencial para capacitar esses consumidores. Autoridades, legisladores e a indústria devem desenvolver políticas e produtos acessíveis, buscando o equilíbrio entre o mercado global e os princípios éticos na publicidade, tornando a proteção dos consumidores hipervulneráveis um imperativo moral em um mundo digital e globalizado.

REFERENCIAIS TEÓRICOS

GIDDENS, Anthony. **O mundo na era da globalização**. Lisboa: Presença, 2000; BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Editora: Zahar. 2000; MARTINS, Fernando Rodrigues; D'AQUINO, Lúcia Souza; AZEVEDO, Fernando Costa de; MARTINS, Plínio Lacerda; LONGONI KLEE, Antonia Espíndola; SANTOS, Karinne Emanuela Goettems dos. **Proteção dos Hipervulneráveis em Ambiente Digital: Registros da Jornada BrasilCon, UFF e UFPEL**. Paraná: Editora Thoth, 2023; BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 104; MARQUES, Cláudia Lima. **Manual de Direito do Consumidor**. 7. Ed. Revista atualizada e ampliada. São Paulo. Editora Thomson Reuters: Revista dos Tribunais, 2016; MARQUES, C. L. **O novo direito privado e a proteção de vulneráveis/Cláudia Lima Marques, Bruno Miragem**. 2 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014; SCHMITT, Cristiano Heineck. **Consumidores Hipervulneráveis, A Proteção do Idoso no Mercado de Consumo**. São Paulo. Editora Atlas S.A., 2014; MIRAGEM, Bruno, **Curso de Direito do Consumidor**. 6. ed. rev., atual e ampl.- São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016; MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O novo regime das relações contratuais**. 7. ed. rev. e atual. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013; MARQUES, Cláudia Lima. Prefácio. In: DESSAUNE, Marcos. **Desvio produtivo do consumidor: o prejuízo do tempo desperdiçado**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. p. 21; MARTINS, Fernando Rodrigues; FERREIRA, Keila Pacheco. **“Interpretação 4.0” do direito, inteligência artificial e algoritmos: entre disrupções digitais e desconstrutivismos**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 138, p. 153-173, nov./dez. 2021.