

CONSUMIDOR DIGITAL COMO SUJEITO RELACIONAL

The Digital Consumer as a Relational Subject

Amanda Hansen Klauck

Advogada. Mestranda em Direito na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), sob orientação do Prof. Dr. Bruno Miragem. Pós-graduada em Direito de Família e Sucessões pela Fundação Escola Superior do Ministério Público (FMP). Professora de Direito Empresarial na Faculdade João Paulo II. Pesquisadora em Contratos Empresariais na Universidade de São Paulo (USP). Pesquisadora em Direito e Sistema Financeiro: Direito Bancário, Direito dos Seguros e Direito do Mercado de Capitais na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Autora e coautora de artigos científicos e obras jurídicas. Professora convidada na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) no PPGD em Direito dos Negócios (RS, Brasil). Apresentadora do programa Direito dos Negócios na Maspertv. Presidente da Comissão de Direito e Negócios do Instituto Juristas.

Resumo

O artigo propõe uma releitura do Código de Defesa do Consumidor a partir das transformações estruturais impostas pelo mercado de plataformas e pela progressiva automação das relações de consumo. Sustenta-se que a vulnerabilidade do consumidor, nesse contexto, não se limita à tradicional assimetria informacional, porquanto assume natureza estrutural, decorrente da opacidade algorítmica, da centralidade dos dados pessoais e das arquiteturas de indução decisória. A partir dessa premissa, defende-se a superação da concepção individualista do consumidor, propondo sua compreensão como sujeito relacional, inserido em vínculos familiares, afetivos e patrimoniais diretamente impactados pelas práticas do consumo mediado por plataformas. O estudo examina, nesse horizonte, as interseções entre o Direito do Consumidor, o Direito das Famílias e o Direito das Sucessões, com especial atenção à proteção de sujeitos vulneráveis, à repercussão do consumo sobre a autonomia privada familiar e à emergência de novos desafios patrimoniais e sucessórios, em homenagem aos trinta e cinco anos do Código de Defesa do Consumidor e à contribuição do Ministro Paulo de Tarso Sanseverino. Utiliza-se os métodos dedutivo e bibliográfico.

Palavras-chave: Consumidor. Mercado de plataformas. Direito de Família.

Abstract

This article proposes a reinterpretation of the Brazilian Consumer Protection Code in light of the structural transformations brought about by platform markets and the progressive automation of consumer relations. It argues that, in this context, consumer vulnerability is no longer confined to the traditional informational asymmetry, but rather assumes a structural dimension arising from algorithmic opacity, the centrality of personal data, and choice architectures capable of influencing decision-making processes. Building on this premise, the article advocates moving beyond an individualistic conception of the consumer and proposes understanding the consumer as a relational subject, embedded in family, affective, and patrimonial relationships that are directly affected by consumption practices mediated by digital platforms. From this perspective, the study examines the intersections between Consumer Law, Family Law, and Succession Law, with particular attention to the protection of vulnerable subjects, the effects of consumption on family private autonomy, and the emergence of new patrimonial and succession-related challenges. The article is presented in commemoration of the thirty-fifth anniversary of the Brazilian Consumer Protection Code and in recognition of the contribution of Justice Paulo de Tarso Sanseverino. The study adopts deductive and bibliographic research methods.

Keywords: Consumer. Platform Markets. Family Law.

Sumário:

1. Introdução; 2. A vulnerabilidade do consumidor no mercado de plataformas: da desigualdade informacional à assimetria estrutural de poder; 3. O consumidor como sujeito relacional: fundamentos civil-constitucionais e repercussões do mercado de plataformas nas relações familiares e sucessórias; 4. Conclusão; 5. Notas; Referências.

1. INTRODUÇÃO

O Código de Defesa do Consumidor, ao longo de seus trinta e cinco anos de vigência, consolidou-se como um dos mais relevantes instrumentos de reconstrução do direito privado brasileiro em bases constitucionais. Sua importância não reside apenas na regulação das relações de consumo, mas, sobretudo, na opção axiológica de subordinar a dinâmica econômica à tutela da dignidade da pessoa humana, da boa-fé objetiva e da igualdade material. Trata-se de um diploma que, desde sua origem, assumiu função estrutural, comprometida com a contenção de assimetrias próprias do capitalismo contemporâneo.

A celebração desse marco normativo ocorre, entretanto, em um cenário profundamente transformado. O desenvolvimento do mercado de plataformas,¹ a centralidade dos dados pessoais como vetor de poder econômico e a crescente automação dos processos decisórios deslocaram o eixo tradicional das relações de consumo. Não se trata apenas de novas formas de contratar, mas da emergência de um ecossistema normativo e econômico no qual a própria formação da vontade do consumidor passa a ser mediada por sistemas algorítmicos opacos, estratégias de indução comportamental e modelos contratuais contínuos, muitas vezes naturalizados na experiência cotidiana.

Nesse contexto, a vulnerabilidade consumerista adquire feição qualitativamente distinta. Ela já não se apresenta apenas como desigualdade informacional ou técnica; é, na verdade, uma condição estrutural inerente ao funcionamento do mercado de plataformas. O consumidor é permanentemente observado, categorizado e direcionado por mecanismos que operam fora de seu campo de percepção, comprometendo a transparência decisória e relativizando a noção clássica de consentimento livre e esclarecido. A autonomia privada, longe de desaparecer, passa a ser exercida em ambiente densamente condicionado.

Apesar da profundidade dessas transformações, a dogmática do Direito do Consumidor ainda tende a tratar o consumidor como sujeito abstrato e isolado, dissociado de seus vínculos sociais, afetivos e patrimoniais. Essa abordagem se revela insuficiente para apreender os efeitos concretos do consumo mediado por plataformas, cujas repercussões extrapolam a esfera individual e incidem diretamente sobre a organização da vida privada, em especial no âmbito familiar.

As decisões de consumo, sobretudo quando estruturadas por contratos de longa duração, serviços baseados em dados e mecanismos automatizados de oferta, impactam o orçamento doméstico, a dinâmica conjugal, a proteção de crianças, adolescentes e idosos, bem como a estabilidade econômica do núcleo familiar. A vulnerabilidade do consumidor, nesses casos, projeta-se sobre terceiros que não participam formalmente da relação contratual, mas que suportam seus efeitos econômicos e existenciais.

A família, enquanto espaço de realização da dignidade humana e de concretização da solidariedade, converte-se, assim, em *locus* de absorção dos riscos próprios do mercado de plataformas. O endividamento excessivo, a exposição precoce de crianças a estratégias de persuasão algorítmica, a fragilidade técnica do idoso consumidor e a opacidade quanto ao destino de ativos e perfis digitais após a morte evidenciam que a tutela consumerista não pode ser concebida de forma compartimentada, sob pena de esvaziar sua função social.

É nesse horizonte que se propõe a compreensão do consumidor como sujeito relacional, cuja vulnerabilidade transcende a dimensão individual e assume contornos familiares, patrimoniais e intergeracionais. Essa perspectiva impõe uma interpretação sistemática do Código de Defesa do Consumidor em diálogo com o Direito das Famílias e das Sucessões, à luz dos princípios da solidariedade, da função social da autonomia privada e da proteção integral dos vulneráveis.

Tal leitura encontra especial ressonância na tradição jurisprudencial do Superior Tribunal de Justiça, notadamente na contribuição do Ministro Paulo de Tarso Sanseverino, cuja atuação foi marcada por uma leitura humanizada das relações privadas, sensível às dimensões existenciais do consumo e refratária a reducionismos economicistas. Homenagear sua trajetória e os trinta e cinco anos do CDC implica reafirmar a centralidade do humano em um ambiente jurídico cada vez mais atravessado por tecnologia, dados e decisões automatizadas.

A partir dessas premissas, o presente artigo propõe analisar a vulnerabilidade do consumidor no mercado de plataformas sob a ótica do sujeito relacional, investigando as intersecções entre o Direito do Consumidor, o Direito de Família e o Direito das Sucessões, com o objetivo de contribuir para uma leitura contemporânea, crítica e constitucionalmente orientada do CDC. Utiliza-se, para tanto, o método dedutivo e bibliográfico.

2. A VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR NO MERCADO DE PLATAFORMAS: DA DESIGUALDADE INFORMACIONAL À ASSIMETRIA ESTRUTURAL DE PODER

A vulnerabilidade do consumidor constitui o eixo axiológico e dogmático do Código de Defesa do Consumidor e representa uma das mais relevantes inflexões do direito privado brasileiro em direção a uma racionalidade comprometida com a igualdade material e com a proteção da dignidade da pessoa humana. Desde sua formulação originária, o CDC reconheceu que as relações de consumo se desenvolvem em ambiente estruturalmente assimétrico, no qual a autonomia privada formal se revela insuficiente para assegurar justiça contratual.

A doutrina clássica do Direito do Consumidor, ao identificar as múltiplas dimensões da vulnerabilidade - técnica, jurídica, fática e informacional - já sinalizava que o desequilíbrio não se restringia ao plano econômico. Contudo, o advento do mercado de plataformas impõe uma revisão profunda dessa categorização, na medida em que as assimetrias contemporâneas não apenas se multiplicam, mas se incorporam ao próprio desenho institucional do mercado.²

No mercado de plataformas, o poder econômico deixa de se manifestar prioritariamente por meio da titularidade direta dos bens ou da execução do serviço, passando a operar pela capacidade de intermediação, organização e direcionamento das interações.³ As plataformas não apenas conectam oferta e demanda; elas estruturam o ambiente no qual as escolhas são realizadas, definindo critérios de visibilidade, ranqueamento, acesso e permanência.⁴ Trata-se de uma forma de poder difuso, exercido por meio de infraestruturas tecnológicas que escapam às categorias tradicionais do direito contratual.

Essa realidade desloca o núcleo da vulnerabilidade do plano informacional para o plano estrutural. O consumidor não se encontra em posição de desvantagem apenas porque desconhece informações relevantes, mas porque participa de um ecossistema no qual a assimetria decorre da apropriação massiva de dados pessoais, da capacidade de tratamento algorítmico dessas informações e da utilização de técnicas sofisticadas de indução comportamental. A vulnerabilidade passa a ser condição permanente da relação, e não contingência episódica.⁵

A economia de dados transforma o comportamento do consumidor em ativo econômico central. Cada interação, cada escolha e cada omissão alimentam sistemas capazes de prever padrões, antecipar desejos e influenciar decisões futuras. A assimetria reside, portanto, na diferença abissal entre quem é observado e quem observa, entre quem fornece dados e quem detém os meios técnicos para transformá-los em poder econômico. Essa dinâmica compromete a transparência material das relações de consumo e desafia a própria noção de consentimento informado.⁶

A doutrina contemporânea tem identificado que, nesse contexto, a autonomia privada sofre um processo de esvaziamento funcional. O consentimento permanece juridicamente exigido, mas sua densidade substancial é progressivamente reduzida, uma vez que o consumidor não detém condições reais de compreender os critérios que orientam a oferta, a personalização de preços, a priorização de conteúdos ou a imposição de determinados vínculos contratuais. O consentimento tende a assumir feição meramente formal, desvinculada de uma efetiva autodeterminação.

Essa constatação exige uma reinterpretação da função normativa do Código de Defesa do Consumidor. O CDC não pode ser compreendido apenas como instrumento corretivo de abusos pontuais ou como mecanismo de reparação de danos individualizados. No mercado de plataformas, sua função é eminentemente estrutural: conter riscos sistêmicos, reequilibrar relações marcadas por assimetrias permanentes e preservar a centralidade do sujeito diante de arquiteturas tecnológicas assimétricas.

A vulnerabilidade estrutural se manifesta, ainda, de forma cumulativa e longitudinal. As escolhas mediadas por plataformas não produzem efeitos isolados, mas se acumulam ao longo do tempo, influenciando padrões de consumo, endividamento, organização financeira e modos de vida. Essa dimensão temporal da vulnerabilidade desafia a lógica tradicional da tutela consumerista, frequentemente orientada a eventos isolados, exigindo uma abordagem preventiva e prospectiva. Nesse ponto, reforça-se, evidencia-se como insuficiente a compreensão do direito do consumidor como mero subsistema do direito contratual. O CDC assume feição de microssistema normativo de proteção existencial, cuja função é assegurar que a eficiência econômica e a inovação tecnológica não se realizem à custa da erosão da autonomia, da privacidade e da dignidade humanas. A intervenção jurídica deixa de ser exceção e passa a ser condição de legitimidade do próprio funcionamento do mercado de plataformas.

A doutrina brasileira tem destacado que a vulnerabilidade, no contexto contemporâneo, não se opõe à racionalidade econômica, mas a reconfigura.⁷ A proteção do consumidor

não representa obstáculo ao desenvolvimento tecnológico, mas instrumento de correção de falhas estruturais do mercado, especialmente quando este se organiza a partir de assimetrias informacionais e tecnológicas insuperáveis pelo indivíduo.⁸

A centralidade do princípio da boa-fé objetiva, nesse cenário, ganha relevo renovado. A boa-fé deixa de ser apenas critério de interpretação contratual e passa a operar como limite ético-jurídico ao exercício do poder econômico no mercado de plataformas. A lealdade, a transparência e a cooperação assumem função estrutural, impondo deveres de conduta que se projetam para além do texto contratual e alcançam a própria arquitetura da relação de consumo.

Essa leitura encontra respaldo na jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, que, ao longo dos anos, consolidou entendimento no sentido de que a proteção do consumidor deve ser orientada por uma concepção material de vulnerabilidade, sensível às desigualdades reais e não apenas formais. A atuação do Ministro Paulo de Tarso Sanseverino, nesse contexto, foi marcada pela recusa a uma leitura meramente economicista das relações de consumo, privilegiando uma abordagem humanizada e constitucionalmente orientada do CDC.

Ao reconhecer a vulnerabilidade como elemento estrutural do mercado de plataformas, o direito do consumidor reafirma sua vocação constitucional e sua função social. O CDC revela-se, assim, instrumento indispensável para a preservação da dignidade da pessoa humana em um ambiente econômico cada vez mais mediado por tecnologia, dados e decisões automatizadas, preparando o terreno para a análise das repercussões dessa vulnerabilidade no âmbito das relações familiares e sucessórias.

3. O CONSUMIDOR COMO SUJEITO RELACIONAL: FUNDAMENTOS CIVIL-CONSTITUCIONAIS E REPERCUSSÕES DO MERCADO DE PLATAFORMAS NAS RELAÇÕES FAMILIARES E SUCESSÓRIAS

A concepção do consumidor como sujeito relacional representa um avanço qualitativo na compreensão contemporânea do direito privado, especialmente no contexto da economia de plataformas. Não se trata de negar a centralidade do Código de Defesa do Consumidor enquanto microsistema de tutela, mas de reconhecer a amplitude de seus efeitos normativos quando interpretado à luz da constitucionalização do direito civil. A superação da figura do sujeito abstrato, racional e autossuficiente - típica do liberalismo contratual clássico - permite compreender o consumo como fenômeno social complexo, cujos impactos extrapolam a esfera individual e se irradiam sobre a família, o patrimônio comum e as relações intergeracionais.

No ambiente digital, o consumo não se apresenta mais como ato isolado ou episódico. Ao contrário, ele se estrutura como prática contínua, reiterada e integrada à vida cotidiana, por meio de contratos de longa duração, serviços por assinatura e plataformas que operam sob a lógica da retenção permanente do usuário. Essa transformação qualitativa altera profundamente o modo como a autonomia privada se manifesta, deslocando o centro decisório do momento da contratação para um processo contínuo de vinculação econômica. O CDC, ao reconhecer a vulnerabilidade do consumidor,⁹ revela-se instrumento apto a lidar com

essa nova configuração, justamente porque não se limita à proteção do consentimento formal, mas tutela a relação de consumo em sua integralidade.

A doutrina civil-constitucional fornece o suporte teórico necessário para essa ampliação interpretativa. A partir da concepção relacional da pessoa, o sujeito de direito deixa de ser compreendido como ente isolado e passa a ser visto como centro de imputação normativa inserido em relações existenciais, sociais e econômicas. Essa leitura permite reconhecer que a vulnerabilidade consumerista não se reduz à assimetria informacional entre fornecedor e consumidor, na medida em que assume contornos contextuais, projetando-se sobre o núcleo familiar como espaço de interdependência material e afetiva. O consumidor, nesse sentido, consome situado em relações que compartilham riscos, custos e consequências.

A família, enquanto entidade constitucionalmente protegida e espaço privilegiado de realização da dignidade da pessoa humana, absorve de maneira direta os efeitos do consumo mediado por plataformas. O Direito de Família contemporâneo, orientado pelos princípios da solidariedade e da afetividade, reconhece que a autonomia privada exercida no âmbito doméstico encontra limites nos impactos concretos que produz sobre os demais integrantes do núcleo familiar. Decisões de consumo, especialmente aquelas associadas a compromissos financeiros contínuos, influenciam a organização da vida familiar, a divisão de responsabilidades e a estabilidade econômica necessária à manutenção dos vínculos afetivos.

Nesse contexto, o CDC atua como instrumento de harmonização entre liberdade econômica e proteção da família. A exigência de informação adequada, a repressão a cláusulas abusivas e a observância da boa-fé objetiva contribuem para preservar o equilíbrio das relações familiares, prevenindo situações de endividamento estrutural que frequentemente se convertem em fonte de conflitos conjugais e parentais. O microsistema consumerista, longe de operar de forma isolada, dialoga com o Direito de Família ao oferecer parâmetros normativos que reforçam a função social da autonomia privada no interior do núcleo doméstico.

A centralidade do Estatuto Digital da Criança e do Adolescente (Lei n. 15.211/2025) aprofunda ainda mais essa leitura relacional. Crianças e adolescentes participam intensamente do ambiente digital, interagindo com plataformas que utilizam estratégias sofisticadas de engajamento baseadas em estímulos emocionais, recompensas variáveis e mecanismos de persuasão algorítmica. Embora juridicamente incapazes, esses sujeitos exercem influência significativa sobre as decisões de consumo familiares, especialmente em relação a serviços de entretenimento digital, jogos online e plataformas educacionais.¹⁰ A doutrina da proteção integral impõe que tais práticas sejam analisadas à luz do melhor interesse desses sujeitos, exigindo interpretação conjugada ao CDC.

Casos envolvendo gastos reiterados realizados por menores em plataformas digitais ilustram com clareza essa interdependência. Não raras vezes, famílias são surpreendidas por cobranças elevadas decorrentes de microtransações em jogos ou assinaturas ativadas em ambientes pouco transparentes. Esses episódios revelam que a vulnerabilidade infanto-juvenil não se encerra na esfera individual da criança, mas repercute sobre o orçamento doméstico e sobre a autoridade parental, exigindo resposta jurídica que vá além da lógica da culpa familiar. O CDC, nesse cenário, atua como instrumento de suporte à função protetiva

da família, impondo limites às práticas de mercado e exigindo padrões elevados de lealdade e transparência quando o público infantojuvenil está envolvido.¹¹

A vulnerabilidade do idoso consumidor demanda atenção igualmente aprofundada. O envelhecimento da população, aliado à digitalização crescente dos serviços essenciais, expõe o idoso a riscos específicos no mercado de plataformas. A complexidade técnica dos ambientes digitais, a linguagem contratual hermética e a rapidez das transformações tecnológicas podem comprometer a autonomia material desse grupo, mesmo quando preservada a capacidade civil formal. A proteção conferida pelo CDC, em diálogo com o Estatuto do Idoso, reconhece que essa vulnerabilidade não é episódica, mas estrutural, exigindo tutela reforçada.

Situações envolvendo idosos que aderem a serviços digitais sem plena compreensão de seus termos, resultando em cobranças recorrentes ou contratações indevidas, são cada vez mais frequentes. Esses episódios produzem impactos que extrapolam a esfera individual, afetando a organização patrimonial familiar e, muitas vezes, antecipando conflitos sucessórios. A tutela consumerista, ao proteger o idoso contra práticas abusivas, atua preventivamente na preservação da dignidade do envelhecimento e na manutenção do equilíbrio econômico familiar, em consonância com a lógica da solidariedade intergeracional.¹²

A intersecção entre consumo e sucessões revela, nesse ponto, sua relevância teórica e prática. A digitalização do patrimônio introduziu novos elementos ao acervo sucessório, incluindo contas em plataformas, ativos digitais, créditos virtuais, programas de fidelidade e dados pessoais com valor econômico e existencial. Todavia, esses bens são frequentemente regulados por contratos de adesão que silenciam quanto à sua transmissibilidade ou impõem restrições incompatíveis com os princípios estruturantes do direito sucessório. A ausência de informação clara sobre o destino desses ativos transfere aos herdeiros o ônus da incerteza jurídica, ampliando a vulnerabilidade para além da vida do consumidor.

A doutrina clássica das sucessões, como já advertiam Orlando Gomes e Caio Mário da Silva Pereira, deve ser lida em consonância com a realidade social e econômica de seu tempo. No contexto da economia de plataformas, isso implica reconhecer a necessidade de diálogo entre o CDC e o Direito de Família e das Sucessões, especialmente no que se refere aos deveres de informação, transparência e lealdade contratual intergeracional. A tutela consumerista, ao incidir sobre contratos que estruturam relações patrimoniais duradouras, contribui para a redução de litígios familiares e para a preservação da dignidade pós-morte.

Nesse horizonte, o Código de Defesa do Consumidor se projeta como instrumento de proteção intergeracional, apto a harmonizar eficiência econômica, proteção da família e justiça sucessória. A leitura do consumidor como sujeito relacional permite compreender o CDC não apenas como técnica de correção de falhas de mercado, mas como norma de organização social, alinhada aos valores constitucionais da dignidade da pessoa humana, da solidariedade e da proteção dos vulneráveis em todas as fases da vida.

Essa abordagem encontra respaldo na jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, especialmente na tradição humanista que privilegia a análise concreta dos contextos familiares e existenciais afetados pelas práticas de mercado. A contribuição do Ministro

Paulo de Tarso Sanseverino se insere nesse horizonte, ao reafirmar que a aplicação do Direito do Consumidor deve considerar os impactos reais das relações de consumo sobre a vida familiar, o envelhecimento e a proteção da infância, sob pena de esvaziamento de sua função constitucional.

4. CONCLUSÃO

A dignidade da pessoa humana e os direitos da personalidade constituem vetores axiológicos que informam a boa-fé objetiva e a função social dos contratos no sistema jurídico contemporâneo, impondo que as relações obrigacionais sejam interpretadas não apenas conforme o texto, mas segundo os valores constitucionais que protegem os sujeitos de direito em suas relações sociais efetivas. – Paulo de Tarso Sanseverino

A celebração dos trinta e cinco anos do Código de Defesa do Consumidor não pode ser compreendida como mero exercício comemorativo, mas como oportunidade metodológica para reavaliar sua capacidade de responder, com densidade normativa, às transformações estruturais que reconfiguram o mercado, as relações privadas e os próprios modos de vida. A economia de plataformas evidencia que as assimetrias que fundamentaram a criação do microssistema consumerista não apenas permanecem atuais, como assumem novas formas, mais complexas e menos perceptíveis, exigindo do intérprete uma leitura sistemática, constitucionalmente orientada e sensível aos impactos sociais do consumo contemporâneo.

Ao longo deste estudo, demonstrou-se que a vulnerabilidade do consumidor, no contexto atual, não pode mais ser reduzida a uma insuficiência pontual de informação ou a um déficit ocasional de racionalidade decisória. Trata-se de vulnerabilidade estrutural, inerente ao funcionamento do mercado de plataformas, marcada pela centralidade dos dados pessoais, pela opacidade dos processos algorítmicos, pela assimetria técnica persistente e pela capacidade de indução comportamental exercida por agentes econômicos dotados de poder normativo de fato. Nesse cenário, a autonomia privada não desaparece, mas deixa de operar como pressuposto neutro da relação jurídica, passando a exigir tutela material para que possa ser exercida de forma minimamente livre e consciente.

É precisamente nesse ponto que o Código de Defesa do Consumidor revela sua atualidade e sua vocação constitucional. Longe de representar entrave à inovação tecnológica ou à eficiência econômica, o CDC atua como instrumento de legitimação do próprio mercado, ao submeter a atividade econômica a parâmetros ético-jurídicos compatíveis com a centralidade da pessoa humana. A proteção da boa-fé objetiva, da transparência e da dignidade nas relações privadas não se opõe ao desenvolvimento, mas o condiciona à preservação de equilíbrios essenciais sem os quais o próprio mercado perde legitimidade social.

A principal contribuição teórica deste artigo reside na adoção da categoria do consumidor como sujeito relacional, apta a superar a leitura individualista ainda predominante na dogmática consumerista. As decisões de consumo mediadas por plataformas não produzem efeitos confinados à esfera do contratante formal, pois irradiam consequências econômicas, patrimoniais e existenciais que alcançam o núcleo familiar como espaço de interdependência material e afetiva. O consumo digital reorganiza orçamentos domésticos, redistribui riscos econômicos, tensiona projetos familiares e expõe sujeitos vulneráveis a impactos que não foram por eles diretamente escolhidos. Ignorar essa dimensão relacional implica reduzir indevidamente o alcance normativo do CDC e desconsiderar sua função social.

Nesse contexto, o diálogo entre o Direito do Consumidor, o Direito das Famílias e o Direito das Sucessões não se apresenta como construção teórica eventual, mas como exigência sistêmica do direito privado contemporâneo. A tutela consumerista, quando relida de forma integrada, assume função preventiva, protetiva e intergeracional.

Nesse contexto, a incorporação do chamado “ECA digital” ao debate consumerista reforça essa perspectiva. Crianças e adolescentes, embora juridicamente incapazes, participam ativamente do ambiente digital e influenciam decisões de consumo familiares em contextos marcados por estratégias de engajamento emocional e persuasão algorítmica. A proteção integral impõe que tais práticas sejam analisadas para além da lógica contratual tradicional, exigindo leitura que considere o melhor interesse do menor, a autoridade parental e a preservação do equilíbrio familiar. O CDC, nesse cenário, não atua isoladamente, mas como instrumento de apoio à função protetiva da família frente às dinâmicas de mercado.

De modo análogo, a vulnerabilidade do idoso no mercado de plataformas evidencia a necessidade de uma tutela consumerista sensível às dimensões etárias do consumo digital. A complexidade técnica dos serviços, a linguagem contratual inacessível e a digitalização compulsória de atividades essenciais expõem o idoso a riscos patrimoniais que frequentemente repercutem sobre toda a estrutura familiar, antecipando conflitos sucessórios e fragilizando redes de cuidado. A proteção conferida pelo CDC, em diálogo com o Estatuto do Idoso, revela-se fundamental para assegurar a dignidade do envelhecimento e a preservação da autonomia material em um ambiente tecnológico cada vez mais excludente.

A crescente digitalização do patrimônio, por sua vez, introduz desafios inéditos ao Direito das Sucessões, ao transferir para contratos de adesão a regulação de bens e relações jurídicas dotados de relevância econômica e existencial. A ausência de informação clara acerca da transmissibilidade de ativos digitais amplia a vulnerabilidade para além da vida do consumidor, onerando herdeiros e intensificando conflitos familiares. Nesse ponto, a atuação preventiva do Direito do Consumidor se mostra essencial para a construção de um regime sucessório compatível com a realidade digital, fundado na transparência, na lealdade contratual e na proteção intergeracional.

Essa leitura ampliada do Código de Defesa do Consumidor encontra respaldo sólido na tradição civil-constitucional do direito privado brasileiro. A atuação do Ministro Paulo de Tarso Sanseverino se insere de forma paradigmática nesse horizonte, ao afirmar que a aplicação do direito não pode prescindir da consideração das dimensões existenciais das relações privadas nem se submeter exclusivamente a uma racionalidade econômica. Sua contribuição reafirma a centralidade da dignidade da pessoa humana, da boa-fé objetiva e da proteção dos vulneráveis como critérios de legitimidade do sistema jurídico.

Concluir este estudo, portanto, é reafirmar um projeto de direito privado comprometido com a justiça material, a solidariedade e a proteção da pessoa humana em seus contextos concretos de vida. Em uma sociedade profundamente mediada por plataformas, dados e decisões automatizadas, o Código de Defesa do Consumidor permanece como instrumento indispensável para assegurar que o progresso econômico não se realize à custa da autonomia, da dignidade e da própria estrutura familiar e intergeracional que o direito se propõe a tutelar.

5. NOTAS

1. O comércio eletrônico revolucionou a forma que os consumidores adquirem os seus bens e serviços, e, não menos importante, houve a necessidade do mercado de se reorganizar, dado o processo de *turbocharging*. É neste ponto que a abordagem tradicional da Escola de Chicago, focada na proteção de preços e no bem-estar do consumidor (*consumer welfare*), consolidada por Robert Bork, figura-se como inadequada às demandas atuais. A teoria, que mede o benefício ao consumidor por meio de melhores preços, qualidade e diversidade, mostra-se insuficiente diante de um ambiente com inúmeras operações de “preço-zero” (Kira; Coutinho, 2021). Muitas vezes, a disputa não é pelo dinheiro do consumidor, mas por seu clique e sua atenção, transformando o próprio usuário e seus dados no verdadeiro produto (Zingales, 2022).

2. Nas lições de Miragem, “o princípio da vulnerabilidade é o princípio básico que fundamenta a existência e a aplicação do direito do consumidor. O artigo 4º, I, do CDC entre os princípios informadores da Política Nacional das Relações de Consumo, “o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo”. A existência do direito do consumidor justifica-se pelo reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor. [...] A noção de vulnerabilidade no direito associa-se à identificação de fraqueza ou debilidade de um dos sujeitos na relação jurídica em razão de determinadas condições ou qualidades que lhe são inerentes ou, ainda, de uma posição de força que pode ser identificada no outro sujeito da relação jurídica (Miragem, 2024).

3. No ecossistema digital, a assimetria não se refere apenas à incerteza sobre a qualidade do produto, mas à criação de um “dadopólio”, onde as empresas detêm um volume de dados sobre as preferências e vulnerabilidades dos consumidores, imensamente superior ao que os consumidores sabem sobre elas. Esses dados são processados por algoritmos e, com base em conceitos da economia comportamental, são utilizados para influenciar e moldar as decisões de compra, desequilibrando fundamentalmente a relação de poder. (Klauck; Nill, 2025).

4. O Brasil, atualmente, está entre os maiores players do mercado digital. Em 2022, a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (Abcomm) informou a abertura de 36 (trinta e seis mil) lojas virtuais. No primeiro trimestre de 2025, o e-commerce brasileiro ultrapassou 01 (um) bilhão de reais em faturamento. Frente ao mercado exponencialmente calçado de competição assídua, a inteligência artificial otimiza operações com análise de dados, segmentação de público-alvo e automações que proporcionam experiências personalizadas para cada tipo de consumidor (Neiva, 2025)

5. Conforme discorrido por Klauck e Nill, “não se trata apenas da falta de informação, como no modelo clássico de Akerlof, mas do excesso delas que, não raras vezes, são desordenadas e sem filtro adequado. Os consumidores são bombardeados com anúncios, dados e opções deliberadas. Essa complexa dinâmica resulta em danos que vão muito além do preço, afetando a inovação, a qualidade dos serviços e a própria diversidade de escolha, justificando, assim, a intervenção na concorrência na medida que atinge o mercado não só no ingresso de novos *players*, mas também em razão da proteção do consumidor neste novo paradigma (Klauck; Nill, 2025)

6. Como sustenta Miragem, os novos modelos de oferta resultaram em diferentes modos de consumir, porquanto a economia baseada em dados está assentada no armazenamento de comportamento dos usuários, sendo capaz de identificar, influenciar e persuadir as decisões dos consumidores (Miragem, 2024).

7. Como afirmado por Marques, a vulnerabilidade digital é uma situação de dependência ao acesso de pontuais serviços e produtos ofertados nas plataformas, contribuindo para a denominada “vulnerabilidade neuropsicológica digital” do consumidor, que nada mais é do que a estratégia adotada pelas plataformas com o fito cerne de intensificar o tempo de permanência e atenção dos seus usuários, bem como de captar o seu interesse contínuo ao que está sendo colocado à venda, utilizando-se de estímulos neurais que reduzem as cautelas que comumente se teria no mercado tradicional. Os usuários têm atenção captada por serviços que lhe conferem suprimimento de seus desejos. Contudo, essas condutas possuem preços que não se traduzem apenas em valores: os consumidores pagam o preço de “aceites” de contratos de adesão altamente abusivos que são de difícil compreensão dos contratantes, mas que são colocados como condição à contratação (Marques, 2025).

8. A título de exemplo, visando destacar benefícios do mercado de plataformas ao consumidor, tem-se a concorrência, quando, evidentemente, exercida dentro dos padrões legais. Para Miragem, “das diversas disciplinas jurídicas com as quais se relaciona o direito do consumidor, o direito da concorrência é aquele com o qual guarda maior afinidade em vista de sua origem comum. [...] ambos se assemelham quanto a certos fins comuns que propugnam, como é o caso da eficiência do mercado (proteção contra as *falhas do mercado*). [...] cresce, entre nós, a tese sobre a absoluta necessidade de interação entre o direito do consumidor e o direito da concorrência, o que pode ser promovido pela consideração do interesse da proteção do consumidor pelas decisões adotadas pelos órgãos vinculados à defesa da livre concorrência. [...] o direito da concorrência, ao visar à regulação do comportamento dos agentes econômicos no mercado, assegurando a livre competição entre os fornecedores, termina por influenciar, decisivamente, o direito do consumidor, de maneira que a proteção da livre concorrência resulta, ainda que indiretamente, na proteção do consumidor” (Miragem, 2024).

9. Em que pese o passar do tempo e a evolução da sociedade, o conceito de consumidor permanece hígido no seu respectivo diploma legal, sendo “toda pessoa física ou jurídica, que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final” (art. 2º, CDC). A vulnerabilidade, por sua vez, vem estampada no artigo 4º, I, do CDC.

10. O artigo 6º da Lei 15.211/2025 prevê um dever geral dos fornecedores, de “tomar medidas razoáveis desde a concepção e ao longo da operação de suas aplicações”, com o fito cerne de “mitigar riscos a crianças e adolescentes a conteúdos, produtos ou práticas que [...] lhe acarretem danos financeiros. [...] Obrigam-se, também, a gerenciar riscos, avaliar o conteúdo para adequação à classificação indicativa, de acordo com a faixa etária, adotar padrões que impeçam acesso a conteúdos ilegais, e evitar seu uso compulsivo” (Miragem, 2026).

11. Em brilhante e necessária análise ao Estatuto Digital da Criança e do Adolescente, ensina MIRAGEM, que “mais uma vez, nosso Estado teatral responde a um escândalo com uma nova lei. [...] Os riscos a crianças e adolescentes na internet não se restringem ao grave problema do abuso e erotização precoce [...] sua exposição na internet, e o reconhecimento de sua vulnerabilidade agravada no mercado de consumo digital resulta do princípio constitucional do melhor interesse da criança e da sua proteção integral, especial e prioritária, nos termos do artigo 227 da Constituição” (Miragem, 2026).

12. Elucida-se que tramita no Congresso Nacional projeto de lei 1617/2025, recentemente aprovado em comissão temática que visa tornar o ambiente digital mais seguro e acessível à população idosa, por meio do reforço de deveres de informação, da promoção da acessibilidade tecnológica e da adoção de medidas de prevenção a fraudes e práticas abusivas no meio digital. A iniciativa legislativa reconhece a vulnerabilidade específica do idoso no uso da internet e sinaliza a necessidade de adequação do ordenamento jurídico às novas formas de exclusão e risco decorrentes da digitalização dos serviços, em diálogo com o Estatuto do Idoso e com o Código de Defesa do Consumidor. Ainda, O PL 4.792/2023 altera o Estatuto da Pessoa Idosa (Lei 10.741, de 2003) para prever o direito à inclusão digital e incluir a garantia de acesso aos benefícios de políticas públicas de inclusão digital.

REFERÊNCIAS

BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 8. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2022.

DIAS, Maria Berenice. **Manual de Direito das Famílias**. 14. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2022.

DONEDA, Danilo. **Da privacidade à proteção de dados pessoais**. Rio de Janeiro: Renovar, 2020.

GOMES, Orlando. **Direito de Família**. 14. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

GOMES, Orlando. **Sucessões**. 15. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2018.

KIRA, B.; R. COUTINHO, D. Ajustando as lentes: novas teorias do dano para plataformas digitais. **Revista de Defesa da Concorrência**, [s. l.], v. 9, n. 1, p. 83–103, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.52896/rdc.v9i1.734>. Acesso em: 30 mar. 2025.

KLAUCK, Amanda Hansen; NILL, Norton. Vulnerabilidade do consumidor no mercado de plataformas digitais à luz da concorrência. **Consultor Jurídico**, 2025. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2025-nov-13/direito-da-concorrenca-tecnologia-e-consumidor-analise-da-vulnerabilidade-consumerista-sob-a-otica-da-concorrenca-dos-ofertantes-no-mercado-de-plataformas/>. Acesso em 26, jan. 2026

LORENZETTI, Ricardo Luis. **Consumidores**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

LÔBO, Paulo. **Famílias**. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2021.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 9. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2021.

MIRAGEM, Bruno. **Direito do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2022.

MIRAGEM, Bruno. Um novo paradigma de proteção das crianças e adolescentes no ambiente digital. **Consultor Jurídico**. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2025-out-01/um-novo-paradigma-de-protecao-das-criancas-e-adolescentes-no-ambiente-digital/>. Acesso em: 26 jan. 2026

NEIVA, Anna Carolina. E-commerce no Brasil: dados de um mercado em expansão. **Edrone**, 2025. Disponível em: <https://edrone.me/pt/blog/dados-ecommerce-brasil>. Acesso em: 6 jul. 2025

PEREIRA, Caio Mário da Silva. **Instituições de Direito Civil – Direito de Família**. 26. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020.

PEREIRA, Caio Mário da Silva. **Instituições de Direito Civil – Sucessões**. 24. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

PERLINGIERI, Pietro. **O Direito Civil na Legalidade Constitucional**. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

SANSEVERINO, Paulo de Tarso Vieira. Prefácio. *In*: MELLO, Aymoré Roque Pottes de. **Dos Direitos da Personalidade ao Princípio da Boa-Fé Objetiva nos Contratos de Direito Privado – Aproximações Luso-Brasileiras**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2021, pp. 1-4.

SARLET, Ingo Wolfgang. **Dignidade da pessoa humana e direitos fundamentais**. 10. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2021.

SCHREIBER, Anderson. **Autonomia privada, boa-fé e tutela da confiança**. Rio de Janeiro: Forense, 2018.

TEPEDINO, Gustavo. **Direito Civil Contemporâneo: novos problemas à luz da legalidade constitucional**. Rio de Janeiro: Forense, 2021.

ZINGALES, Nicolo. A aplicação do direito antitruste em ecossistemas digitais: desafios e propostas. Rio de Janeiro, RJ: **Publicações Direito Rio**, 2022.

Recebido em: 14/08/2026

Aceito: 20/08/2026