



A CADEIRA DE RODAS E O CARRINHO DE COMPRAS: VULNERABILIDADE HÍBRIDA DO CONSUMIDOR COM DEFICIÊNCIA FRENTE ÀS INOVAÇÕES DIGITAIS

ANTONIO HENRIQUE PEREIRA CHAVES ¹

[<ahenriquechaves.adv@gmail.com>](mailto:ahenriquechaves.adv@gmail.com)

EOVANE JORDÃO LEANDRO BORGES RAMOS ²

[<eovane2018@gmail.com>](mailto:eovane2018@gmail.com)

PAULA PRADO DE SOUSA CAMPOS ³

paulapradocampos@gmail.com

¹ Instituto Itapetiningano de Ensino Superior- IIES. Itapetininga, São Paulo (SP), Brasil.

² Instituto Itapetiningano de Ensino Superior- IIES. Itapetininga, São Paulo (SP), Brasil.

³ Instituto Itapetiningano de Ensino Superior- IIES. Itapetininga, São Paulo (SP), Brasil.

RESUMO: A relação de consumo da pessoa com deficiência torna-se mais complexa diante das inovações digitais, que, além de avanços, geram barreiras físicas e tecnológicas, configurando vulnerabilidade híbrida. Essa realidade compromete a efetividade dos direitos garantidos pela Constituição Federal e pelo Código de Defesa do Consumidor, evidenciando a necessidade de inclusão plena nas relações de consumo para que o progresso tecnológico não se transforme em exclusão. Objetivos: Este trabalho tem como objetivo analisar a vulnerabilidade híbrida do consumidor com deficiência diante das inovações digitais, por meio de revisão bibliográfica, buscando contribuir para a compreensão dos desafios jurídicos e sociais relacionados à efetivação do direito do consumidor e à promoção da acessibilidade. Metodologia: Este estudo realizou revisão bibliográfica em bases como PUBMED, SCIELO e Google Acadêmico, utilizando as palavras-chave: consumidor, vulnerabilidade, deficiência, acessibilidade e inovações digitais. Resultados: A pesquisa indicou que a vulnerabilidade híbrida do consumidor com deficiência se manifesta especialmente em plataformas digitais de consumo, evidenciando que, embora a legislação garanta direitos de acessibilidade, sua efetivação ainda depende de práticas mais consistentes por empresas e desenvolvedores. Conclusões: Conclui-se que a vulnerabilidade híbrida do consumidor com deficiência diante das inovações digitais exige medidas de acessibilidade eficazes para assegurar a efetividade dos direitos previstos em lei.



Palavras-chave: consumidor, deficiência, acessibilidade e inovações digitais.

THE WHEELCHAIR AND THE SHOPPING CART: HYBRID VULNERABILITY OF THE CONSUMER WITH DISABILITIES IN THE FACE OF DIGITAL INNOVATIONS

ABSTRACT: The person's consumption relationship with disabilities becomes more complex in the face of digital innovations, which, in addition to advances, generate physical and technological barriers, configuring hybrid vulnerability. This reality compromises the effectiveness of the rights guaranteed by the Federal Constitution and the Consumer Protection Code, evidencing the need for full inclusion in consumer relations so that technological progress does not turn into exclusion. Objectives: This work aims to analyze the hybrid vulnerability of consumers with disabilities in the face of digital innovations, through a literature review, seeking to contribute to the understanding of the legal and social challenges related to the enforcement of consumer rights and the promotion of accessibility. Methodology: This study conducted a literature review in databases such as PUBMED, SCIELO and Google Scholar, using the keywords: consumer, vulnerability, disability, accessibility and digital innovations. Results: The research indicated that the hybrid vulnerability of consumers with disabilities manifests itself especially on digital consumption platforms, showing that, although the legislation guarantees accessibility rights, its effectiveness still depends on more consistent practices by companies and developers. Conclusions: It is concluded that the hybrid vulnerability of consumers with disabilities in the face of digital innovations requires effective accessibility measures to ensure the effectiveness of the rights provided for by law.

Keywords: consumer, disability, accessibility and digital innovations.

INTRODUÇÃO

O marco de 10 anos da Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (LBI), Lei nº 13.146/2015 (BRASIL), convida a uma reflexão profunda sobre a efetividade da proteção aos direitos da pessoa com deficiência na sociedade, em suas relações sociais e econômicas, questões diretamente relacionadas à efetividade da proteção aos Direitos Humanos de grande parcela da sociedade brasileira. Segundo pesquisa da Pnad Contínua 2022 (IBGE), cerca de 18,6 milhões de pessoas de 2 anos ou mais de idade do país, ou 8,9% desse grupo etário, tem algum tipo de deficiência. Segundo a pesquisa, apenas

25,6% das pessoas com deficiência concluíram pelo menos o Ensino Médio, enquanto 57,3% das pessoas sem deficiência tinham esse nível de instrução, dados que nos dão um panorama sobre os desafios deste processo de inclusão.

A revolução digital transformou profundamente as relações de consumo no século XXI, criando novas oportunidades de acesso a bens e serviços, mas também gerando desafios significativos para determinados grupos sociais. Nesse contexto, as pessoas com deficiência enfrentam uma realidade particularmente complexa: ao mesmo tempo em que as tecnologias digitais podem representar ferramentas potencialmente libertadoras, frequentemente se convertem em novas barreiras quando não concebidas sob a perspectiva da acessibilidade e do desenho universal.

O comércio eletrônico, os aplicativos de serviços e as plataformas digitais têm crescido exponencialmente, especialmente após a pandemia de COVID-19, que acelerou a digitalização das relações comerciais. Segundo dados da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (2024), o e-commerce brasileiro cresceu 68% nos últimos cinco anos, movimentando aproximadamente R\$ 187 bilhões em 2024. Paralelamente, o Brasil conta com cerca de 18,6 milhões de pessoas com algum tipo de deficiência, conforme o Censo Demográfico de 2022 realizado pelo IBGE, representando aproximadamente 8,9% da população brasileira (IBGE).

Esse cenário evidencia a urgência de uma análise jurídica que contemple a intersecção entre o Direito do Consumidor e os direitos das pessoas com deficiência no ambiente digital. A Constituição Federal de 1988 estabelece, em seu artigo 5º, XXXII, a proteção do consumidor como direito fundamental, e no artigo 170, V, como princípio da ordem econômica. Simultaneamente, a proteção e integração social das pessoas com deficiência também possui status constitucional, conforme o artigo 24, XIV, da Carta Magna.

Neste contexto de celebração e balanço da LBI, o foco se desloca para a vulnerabilidade híbrida do consumidor com deficiência. Esta vulnerabilidade é a soma da hipervulnerabilidade intrínseca (decorrente da condição da pessoa) com a vulnerabilidade digital (imposta pela falta de acessibilidade e pela complexidade das inovações). A LBI, ao exigir acessibilidade plena (Art. 53, § 1º), impõe um dever de inclusão que se estende, inequivocamente, ao ambiente virtual. A principal questão que norteia este estudo é: após 10 anos da promulgação da LBI, de que forma a vulnerabilidade híbrida do consumidor com deficiência se manifesta como vulnerabilidade jurídica e mercadológica no contexto do e-commerce e da Inteligência Artificial, e quais caminhos devem ser trilhados para a plena efetivação de seus Direitos Humanos no consumo?

No plano infraconstitucional, o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990) e a Lei Brasileira de Inclusão (Lei nº 13.146/2015) fornecem importantes instrumentos normativos para a proteção desses grupos. Contudo, a aplicação desses diplomas legais aos desafios específicos do ambiente digital ainda demanda aprofundamento teórico e prático, especialmente quando se considera a realidade das pessoas com deficiência enquanto consumidoras de produtos e serviços digitais.

É nesse contexto que emerge o conceito de "vulnerabilidade híbrida", objeto central deste estudo. Trata-se da sobreposição de vulnerabilidades que afeta o consumidor com deficiência no ambiente digital: de um lado, a vulnerabilidade intrínseca reconhecida pelo CDC a todos os consumidores, agravada pela condição de pessoa com deficiência (vulnerabilidade física/pessoal); de outro, a vulnerabilidade digital, decorrente das barreiras tecnológicas e da exclusão digital que ainda caracteriza parte significativa da sociedade brasileira.

A vulnerabilidade, princípio basilar do Direito do Consumidor, ganha novos contornos e dimensões quando analisada sob a ótica da pessoa com deficiência no contexto digital. Conforme ensina Claudia Lima Marques (2021), a vulnerabilidade não é um conceito estático, mas dinâmico, que se adapta às transformações sociais e tecnológicas. No caso das pessoas com deficiência, essa vulnerabilidade se manifesta de forma agravada ou potencializada, o que a doutrina tem denominado de hipervulnerabilidade.

A hipervulnerabilidade da pessoa com deficiência já foi reconhecida pelo Superior Tribunal de Justiça em diversos julgados, como no REsp 1.315.822/RJ (BRASIL), de relatoria do Ministro Marco Buzzi, onde se afirmou que "a condição de pessoa com deficiência, por si só, implica em reconhecimento de vulnerabilidade agravada, exigindo tutela específica e diferenciada". Quando essa condição se soma às dificuldades de acesso e uso de tecnologias digitais, configura-se o que propomos chamar de vulnerabilidade híbrida.

O ambiente digital, por sua própria natureza, apresenta desafios específicos para pessoas com diferentes tipos de deficiência. Consumidores com deficiência visual enfrentam obstáculos quando websites e aplicativos não são compatíveis com leitores de tela; pessoas com deficiência auditiva são prejudicadas pela ausência de legendas ou tradução em Libras em conteúdos audiovisuais; indivíduos com deficiência motora podem ter dificuldades com interfaces que exigem precisão no manuseio; e pessoas com deficiência intelectual podem ser desafiadas por linguagens complexas ou processos de compra não intuitivos.

Essas barreiras digitais não representam apenas inconvenientes, mas verdadeiras formas de discriminação e exclusão, contrariando os princípios da igualdade e da dignidade da pessoa humana. No

contexto das relações de consumo digitais, a falta de acessibilidade impede o pleno exercício da liberdade de escolha e da autonomia do consumidor com deficiência.

A Lei Brasileira de Inclusão (LBI) estabelece, em seu artigo 63, que "é obrigatória a acessibilidade nos sítios da internet mantidos por empresas com sede ou representação comercial no País ou por órgãos de governo, para uso da pessoa com deficiência". Complementarmente, o artigo 67 determina que "os serviços de radiodifusão de sons e imagens devem permitir o uso dos recursos de subtitulação por meio de legenda oculta, janela com intérprete da Libras e audiodescrição". Essas disposições, quando lidas em conjunto com o CDC, reforçam a obrigação dos fornecedores de produtos e serviços digitais de garantir a acessibilidade.

No entanto, a realidade ainda está distante do ideal normativo. Pesquisa realizada pelo Movimento Web para Todos (2023) revelou que apenas 1% dos websites brasileiros atendem plenamente aos critérios de acessibilidade digital estabelecidos pelas Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG). No âmbito dos aplicativos móveis, o cenário é igualmente preocupante: segundo estudo da Associação Brasileira de Defesa do Consumidor (2024), 73% dos aplicativos de compras e serviços apresentam barreiras significativas para usuários com deficiência.

A inteligência artificial, embora promissora como ferramenta de inclusão, também apresenta riscos e desafios específicos. Algoritmos de recomendação podem perpetuar discriminações se não forem treinados com dados representativos da diversidade humana. Assistentes virtuais frequentemente não compreendem variações de fala de pessoas com deficiências que afetam a comunicação. Sistemas de reconhecimento facial podem falhar na identificação de pessoas com certas condições, como paralisia facial ou síndrome de Down.

Diante desse cenário, é imperativo questionar: como o Direito do Consumidor pode proteger efetivamente a pessoa com deficiência frente aos desafios e barreiras impostos pelas inovações digitais? Quais instrumentos jurídicos podem ser mobilizados para garantir a acessibilidade digital nas relações de consumo? Como conciliar o ritmo acelerado da inovação tecnológica com a necessidade de inclusão e respeito à diversidade humana?

Este artigo busca responder a essas questões a partir de uma análise interdisciplinar, que articula os princípios e normas do Direito do Consumidor, os direitos das pessoas com deficiência e os desafios específicos do ambiente digital. Parte-se da premissa de que a proteção jurídica do consumidor com deficiência no contexto digital exige uma abordagem que reconheça a especificidade da vulnerabilidade híbrida e desenvolva mecanismos adequados para sua mitigação.

A pesquisa se justifica pela relevância social e jurídica do tema, que aborda a intersecção entre acessibilidade, tecnologia e direitos humanos em um contexto de crescente digitalização das relações de consumo. Ademais, a necessidade de adaptação da legislação consumerista para um cenário de consumo cada vez mais digital torna urgente a reflexão acadêmica sobre os novos desafios e possibilidades de proteção jurídica.

Metodologicamente, adota-se uma abordagem qualitativa, exploratória e bibliográfica, com análise de doutrina, jurisprudência, legislação e artigos científicos sobre os temas abordados. Busca-se, assim, contribuir para o desenvolvimento de um arcabouço teórico e prático que permita a efetiva proteção do consumidor com deficiência na era digital, promovendo a inclusão e o respeito à diversidade humana nas relações de consumo contemporâneas.

Nos capítulos subsequentes, serão analisados o conceito de vulnerabilidade no Direito do Consumidor e suas novas dimensões; a Lei Brasileira de Inclusão e a promoção da acessibilidade digital; os desafios e barreiras enfrentados pelo consumidor com deficiência em plataformas digitais; e propostas de solução para garantir um consumo digital inclusivo, considerando o papel do Estado, das empresas e da sociedade civil.

O CONCEITO DE VULNERABILIDADE NO DIREITO DO CONSUMIDOR E SUAS NOVAS DIMENSÕES

A vulnerabilidade se trata do cerne de todo o microsistema do Direito do Consumidor. Possuindo sua legalidade expressamente no artigo 4º, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor (CDC), ela representa o princípio que justifica a criação de um regime jurídico especial, voltado a equilibrar uma relação naturalmente desigual. Ao longo do tempo, esse conceito tem sido ampliado pela doutrina e pela jurisprudência, de modo a acompanhar as transformações sociais, econômicas e tecnológicas que impactam as relações de consumo, especialmente no ambiente digital e em relação a grupos de consumidores que enfrentam fragilidades específicas.

A vulnerabilidade como fundamento constitucional e legal

A proteção do consumidor tem base direta na Constituição Federal, mesmo sem possuir um capítulo próprio. O artigo 5º, inciso XXXII, determina que o Estado deve promover a defesa do consumidor. Como explica Cláudia Lima Marques (2021, p. 134), essa previsão constitucional carrega uma lógica clara: “Se cabe ao Estado envidar esforços para protegê-lo, é porque estamos diante de um

sujeito que se encontra em situação de necessidade, de vulnerabilidade. Esta é a única justificativa possível para a existência de tal dispositivo”.

Com base nesse entendimento, o legislador reconheceu que a relação de consumo é, por natureza, desigual. Essa percepção orientou a criação do Código de Defesa do Consumidor, conforme previsto no artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias. A própria denominação da lei – Código de Defesa do Consumidor – evidencia a intenção de conferir uma proteção especial à parte mais fraca da relação.

O CDC é explícito ao afirmar que sua razão de existir está no reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado (art. 4º, I). A vulnerabilidade é presumida em todas as relações de consumo, mas nem todos os consumidores são vulneráveis da mesma forma. Doutrina e jurisprudência distinguem diferentes tipos de vulnerabilidade, conforme a natureza da fragilidade enfrentada pelo consumidor. Segundo Miragem (2024), manifesta-se de diferentes formas:

Técnica: Surge quando o consumidor não possui conhecimento especializado sobre o produto ou serviço, enquanto o fornecedor detém domínio técnico e informação superior.

Jurídica: Refere-se à falta de conhecimento do consumidor sobre direitos, deveres e efeitos econômicos ou legais dos contratos de consumo, especialmente entre consumidores não profissionais.

Fática (ou Econômica): Relaciona-se à desigualdade prática e econômica entre consumidor e fornecedor, abrangendo situações de maior fragilidade, como crianças, idosos, analfabetos e pessoas doentes.

Subespécie – Informacional: típica da sociedade digital, ocorre quando o consumidor não tem acesso pleno ou compreensão adequada das informações e é facilmente influenciado por publicidade e marketing.

A vulnerabilidade, portanto, é um dado real e jurídico. Ela justifica a criação de direitos básicos previstos no artigo 6º do CDC e legitima a intervenção do Estado para restabelecer o equilíbrio nas relações de consumo.

A teoria da hipervulnerabilidade: proteção aos agravadamente frágeis

A doutrina evoluiu no sentido de reconhecer que há consumidores que, além da vulnerabilidade comum, enfrentam uma condição de fragilidade ainda maior. Surge daí o conceito de “hipervulnerabilidade”, entendida como uma situação de “vulnerabilidade agravada” de caráter permanente ou temporário, que se manifesta em determinados consumidores, cuja condição pessoal os torna ainda mais suscetíveis às práticas do mercado de consumo (MIRAGEM, 2024, p. 99).

Um dos exemplos mais relevantes é a proteção da pessoa com deficiência. Como explica Bruno Miragem (2024, p. 109), essa proteção é um “imperativo ético-jurídico”, consolidado com a edição do Estatuto da Pessoa com Deficiência (Lei nº 13.146/2015). Inspirado na Convenção da ONU, o Estatuto adota uma visão moderna de deficiência, compreendendo-a como o resultado da interação entre impedimentos de longo prazo e barreiras sociais que limitam a participação plena na vida em sociedade.

No campo das relações de consumo, essa proteção se concretiza com o reforço dos deveres do fornecedor. O artigo 69 do Estatuto determina que as informações sobre produtos e serviços, “inclusive em ambiente virtual”, devem estar disponíveis em formato acessível. Além disso, o Estatuto modificou o CDC para incluir o parágrafo único no artigo 6º, exigindo que as informações sejam “acessíveis à pessoa com deficiência”.

Outro aspecto fundamental é a mudança trazida pelo artigo 6º do Estatuto, que estabelece que “a deficiência não afeta a capacidade civil”. Isso reforça o dever de garantir informações compreensíveis, já que a validade dos atos depende da plena compreensão do conteúdo contratual. Assim, o artigo 46 do CDC, que invalida obrigações se o consumidor não tiver acesso prévio ao contrato, deve ser interpretado à luz da acessibilidade plena.

A jurisprudência tem seguido essa linha de proteção reforçada:

Deficiência visual: o Superior Tribunal de Justiça, no REsp 1.349.188/RJ, reconheceu o dever de as instituições financeiras fornecerem contratos em Braille, considerando o consumidor com deficiência visual hipervulnerável.

Deficiência intelectual (TEA): o Tribunal de Justiça da Bahia, na Apelação Cível 0513019-37.2019.8.05.0001, condenou uma escola por danos morais após negar matrícula a uma criança com transtorno do espectro autista, reconhecendo a vulnerabilidade agravada e o caráter discriminatório da conduta.

A vulnerabilidade digital na sociedade da informação

Com a expansão da tecnologia e a digitalização das relações de consumo, surgiu uma nova forma de vulnerabilidade: a vulnerabilidade digital. Segundo Miragem (2024, p. 112), ela não se limita à falta de informação, mas envolve também “a ausência de habilidade ou familiaridade com o ambiente digital”. Essa fragilidade é intensificada por novos modelos de negócio, como as plataformas de comércio eletrônico e o uso de dados pessoais para direcionar ofertas e influenciar decisões de consumo.

A internet se tornou um espaço propício a estratégias que exploram a chamada racionalidade limitada (*bounded rationality*) dos consumidores. Conforme observa o autor, essas estratégias utilizam

“cores, formatos, design, discurso e outros elementos” como incentivos emocionais ou sensoriais que direcionam as escolhas (Miragem 2024, p. 112).

A jurisprudência também começa a reconhecer esse tipo de vulnerabilidade. O Tribunal de Justiça de São Paulo, na Apelação Cível 1001483-60.2024.8.26.0405, aplicou a teoria finalista aprofundada para reconhecer a “vulnerabilidade informacional” de um pequeno comerciante frente à plataforma Mercado Livre, equiparando-o ao consumidor para fins de proteção. O caso evidencia que, no ambiente digital, a assimetria de informação e poder é fator determinante de vulnerabilidade.

A ARQUITETURA JURÍDICA DA ACESSIBILIDADE: DA LEI BRASILEIRA DE INCLUSÃO AOS DEVERES NO AMBIENTE DIGITAL

A transição para uma "sociedade de consumo digital", como descreve Bruno Miragem (2024), é um fenômeno que reconfigura não apenas a economia, mas os próprios hábitos sociais. Nesse novo paradigma, onde a oferta de produtos e serviços migra para o ambiente online e surgem "novos modelos de negócio" baseados em plataformas, tratamento de dados e inteligência artificial, a legislação consumerista é convocada a se adaptar. É nesse contexto que a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (LBI), Lei nº 13.146/2015, emerge como um diploma legal fundamental, estabelecendo a arquitetura jurídica para a promoção da acessibilidade digital e dialogando diretamente com os deveres já consagrados no Código de Defesa do Consumidor.

O Mercado de Consumo Digital e a Necessidade de um Olhar Jurídico Adaptado

O mercado de consumo digital, impulsionado pelo desenvolvimento da internet, transformou radicalmente a forma como os consumidores interagem com os fornecedores. Essa nova realidade introduz complexidades que acentuam a vulnerabilidade do consumidor. A aplicação de tecnologias como a Internet das Coisas (IoT) e a Inteligência Artificial (AI) resulta em uma crescente "aproximação das categorias de produto e serviço". Como explica Miragem:

[...] a adoção de tecnologia da internet das coisas ou de inteligência artificial em produtos, ao condicionar sua plena utilidade a uma atividade que deve ser prestada pelo próprio fabricante ou por outros fornecedores, determina uma relação indissociável com essa prestação de serviços. (2024, p. 837)



Se para o consumidor médio essa complexidade já acentua a vulnerabilidade técnica e informacional, para o consumidor com deficiência, a própria estrutura da plataforma pode se tornar um obstáculo intransponível. A promessa de conveniência do mundo digital se transforma, para este grupo, em uma nova e sofisticada barreira, configurando a "vulnerabilidade híbrida" que é objeto deste estudo.

A Lei Brasileira de Inclusão e o Dever Mandatório de Acessibilidade Digital

É precisamente para combater essa exclusão que a LBI foi concebida. O diploma legal internalizou os preceitos da Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, tratando a acessibilidade como um direito fundamental e instrumental. O artigo 3º, inciso I, da LBI, define acessibilidade de forma ampla, incluindo expressamente informação e comunicação, inclusive seus sistemas e tecnologias.

O dispositivo central para a discussão do consumo digital é o artigo 63 da LBI, que estabelece a obrigatoriedade da acessibilidade nos sítios da internet mantidos por empresas no Brasil. A norma não deixa margem para discricionariedade: a acessibilidade digital é um dever legal. Sua inobservância, portanto, não é uma mera falha de design, mas um ato ilícito que caracteriza falha na prestação do serviço, atraindo a incidência do artigo 14 do CDC. A responsabilidade do fornecedor, nesse caso, é objetiva, bastando a existência da barreira digital para configurar o defeito e o consequente dever de reparar os danos.

O Diálogo das Fontes: Como a LBI Qualifica a Proteção do CDC no Ambiente Digital

A LBI não atua de forma isolada, mas em "diálogo das fontes" com o Código de Defesa do Consumidor, qualificando e ampliando a proteção já existente no ambiente digital.

Dever de Informação (Art. 6º, III, e Art. 31 do CDC): Sob a ótica da LBI, a informação não deve ser apenas clara, mas também acessível. A oportunidade de "tomar conhecimento prévio do conteúdo", prevista no artigo 46 do CDC, só é efetiva se os meios para tal conhecimento forem acessíveis. Como bem adverte Miragem (2024, p. 808), "O meio digital favorece a oferta de uma quantidade maior de informações, mas não necessariamente de melhor qualidade. Daí a necessidade da compreensão do dever de informar do fornecedor de acordo com sua finalidade precípua, que é o esclarecimento". Para o consumidor com deficiência, esse esclarecimento só ocorre por meio de uma interface acessível.

Plataformas Digitais e a Responsabilidade dos "Gatekeepers": As plataformas digitais, que intermedeiam a relação entre fornecedores e consumidores, assumem uma posição central. Miragem as define como "controladores do acesso ao mercado (*gatekeepers*)". Quando esses *gatekeepers* não garantem

a acessibilidade, eles não estão apenas falhando em prestar um serviço adequado, mas atuando como agentes de exclusão. A responsabilidade do organizador da plataforma é solidária, pois, como aponta o autor, é a "confiança na segurança ou eficiência da plataforma um fator que informa a decisão de contratar do consumidor, razão pela qual atrai a responsabilidade do seu organizador" (MIRAGEM, 2024, p. 812).

Práticas Abusivas (Art. 39 do CDC): Impedir que um consumidor com deficiência contrate um serviço por barreiras na plataforma pode ser enquadrado como prática abusiva (art. 39, II e IX, do CDC), por se recusar a atender às demandas dos consumidores e por colocá-lo em desvantagem exagerada.

Dessa forma, a arquitetura jurídica brasileira, ao combinar a robustez do CDC com a especificidade da LBI, impõe aos fornecedores que operam no mercado de consumo digital um dever inequívoco de projetar e manter suas plataformas de forma inclusiva. A inovação tecnológica, sob a ótica da lei, só cumpre seu papel social se for acompanhada pela inovação em acessibilidade, garantindo que o progresso não se torne um novo mecanismo de segregação.

DESAFIOS E BARREIRAS ENFRENTADOS PELO CONSUMIDOR COM DEFICIÊNCIA EM PLATAFORMAS DIGITAIS: ESTUDOS DE CASOS E EXEMPLOS PRÁTICOS.

O consumidor brasileiro, na sua condição de homem médio, não detém os conhecimentos técnicos e jurídicos necessários para a se estabelecer em igualdade condições em face ao fornecedor. A vista de tal fato, é correto afirmar que o CDC reconhece de forma expressa pelo art. 04º, inciso I, do CPC, a vulnerabilidade do consumidor, lhe garantindo proteção nas relações contratuais de consumo (BRASIL, 1990).

Convém ressaltar que a pessoa com deficiência, além das vulnerabilidades inerentes ao consumidor comum, possui intrínsecas a sua condição outras barreiras significativas, de ordens urbanísticas, sociais, físicas, mentais e sensoriais, as quais podem obstruir sua participação de forma plena na sociedade brasileira na era contemporânea.

Com o avanço exponencial da tecnologia no século XXI, se torna de suma importância observar que tal vulnerabilidade, já reconhecida aos consumidores, atinge de forma crítica aos usuários portadores de deficiência, gerando uma dificuldade na integração digital e no uso das ferramentas tecnológicas cotidianas, aumentando a desigualdade na inserção digital e segregando essa parcela da população dos avanços tecnológicos.

Trata-se, portanto, de parcela da população hipervulnerável ou com vulnerabilidade agravada, denotando maior tutela e atuação do Estado. Sobre o conceito, convém citar as lições do doutrinador Bruno Miragem (2019, pg.201):

“Em resumo, o princípio da vulnerabilidade é aquele que estabelece a presunção absoluta de fraqueza ou debilidade do consumidor no mercado de consumo, de modo a fundamentar a existência de normas de proteção e orientar sua aplicação na relação de consumo. [...] E da mesma forma, certas qualidades pessoais do consumidor podem dar causa a uma soma de fatores de reconhecimento da vulnerabilidade, razão pela qual se pode falar em situação de vulnerabilidade agravada, ou como também vem denominando a doutrina, hipervulnerabilidade do consumidor. A utilidade do reconhecimento de causas que acentuem a vulnerabilidade do consumidor, agravando sua condição, se estabelece como um critério de interpretação e aplicação das normas de proteção – ou como sugere a doutrina, originando um dever de cuidado especial – atendendo a essa situação peculiar de certos consumidores (MIRAGEM, 2019, p. 201).

A situação de hipervulnerabilidade do consumidor PCD é amplamente reconhecida pelos Tribunais pátrios, por meio de diversos julgados. Dentre tantos exemplos, convém citar o REsp nº 13149188/RJ, onde o Superior Tribunal de Justiça considerou como hipervulnerável um consumidor portador de deficiência visual, o qual não recebeu o contrato bancário com as informações devidas no método Braille, infringindo frontalmente o disposto no art. 6º, inciso III do CDC, o qual determina que na oferta de serviços e produtos, as informações devem ser claras, precisas e redigidas de forma compreensível (BRASIL, 2016)

Sobre a hipervulnerabilidade digital que afronta os consumidores PCD, menciona-se o artigo 63 do Estatuto da Pessoa com Deficiência, o qual prevê de forma expressa que os sítios da internet mantidos por empresas sediadas ou com representação no país ou pertencentes a órgão governamental, devem garantir aos PCDs a devida acessibilidade as ferramentas digitais, plataformas e outros serviços. (BRASIL, 2015).

No entanto, em que pese tais disposições legais regulamentando o tema, o reconhecimento da hipervulnerabilidade do consumidor já sedimentado pelos Tribunais Brasileiros, ainda é possível afirmar que a integração digital dos PCD não é uma medida amplamente respeitada pelas empresas e órgãos públicos.

No corrente ano, em 2025, o Tribunal de Justiça Paulista julgou procedente uma ação de obrigação de fazer c.c indenização por danos morais, em que a parte autora ajuizou uma ação contra a empresa ré, a fim de que essa adequasse seu sítio em respeito as condições delineadas em lei, haja vista que a configuração atual do endereço eletrônico não permitia que as pessoas portadoras de deficiência visual realizarem de forma satisfatória a leitura das informações constantes no sítio.

A presente ação, julgada por meio do Recurso Inominado Cível nº 0006352-28.2024.8.26.0003, teve como desfecho a condenação da empresa ré pelo Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo a qual no prazo de 45 (quarenta e cinco) dias, sob pena de multa diária de R\$ 1.000,00, limitada a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais), deverá adequar seu sítio e demais serviços aos portadores de deficiências visuais, respeitando os mandamentos legais e garantindo a legibilidade das informações por essa parcela da população.

Outrossim, o Tribunal Paulista ainda condenou a empresa ré ao pagamento de R\$ 8.000,00 (oito mil reais) em favor da parte autora a título de danos morais, justificando que *“a frustração do recorrido em razão da impossibilidade de acesso pleno ao conteúdo e aos serviços disponibilizados pelo recorrente, por si só, configura lesão a direito da personalidade, a ensejar reparação [...]”* (BRASIL, 2025, online)

Em outro caso julgado pela corte paulista em 2024, processado sobre o número 1018332-76.2023.8.26.0071 um consumidor portador do Transtorno do Espectro Autista (TEA), teve reconhecida a sua hipervulnerabilidade durante um contrato de compra e venda que consistia na entrega do seu aparelho celular para adquirir outro aparelho de mesma natureza. *In casu*, o comprador detinha dificuldades para assimilar as informações constantes no contrato de compra e venda, tendo as vendedoras da empresa ré promovido o negócio sem lhes prestar os devidos esclarecimentos das disposições constantes no contrato, não levando em consideração a sua condição excepcional e a sua hipervulnerabilidade nas relações de consumo (BRASIL, 2024).

Em acórdão de procedência na presente ação, o Tribunal Paulista condenou a empresa ré a restituir o aparelho celular anterior em condições de uso ou indenizar em perdas e danos no valor do celular entregue, bem como ao pagamento de danos morais no valor de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) em favor do consumidor.

Convém mencionar que o respeito a acessibilidade digital aos PCDs não se restringe apenas as relações de consumo, pois abrangem também o princípio da publicidade pelos órgãos governamentais.

Sobre o tema, convém ressaltar que no ano de 2022, o TCU, por meio da Representação nº RP 6012022, deu ciência ao Ministério das Comunicações de que as contratações do ministério não estavam respeitando o art. 63 do Estatuto da Pessoa com Deficiência, ao contratarem empresas que

realizavam endereços eletrônicos sem os devidos requisitos de acessibilidade para acesso as pessoas com deficiência.

O TCU determinou que o INSS, apresentasse em 90 (noventa) dias um plano de ação, para realizar medidas de implementação digital, assegurando a devida acessibilidade as PCD aos sítios da Previdência Social e todos os demais serviços implantados na plataforma, resguardando assim o direito de tais consumidores no pleno acesso aos serviços digitais (BRASIL, 2022).

Sendo assim, em que pese os avanços no combate a hipervulnerabilidade digital dos consumidores PCD, vislumbramos que a jurisprudência pátria vem avançando no sentido de estabelecer as empresas que prestem a oferta de serviços e produtos em observância as condições especiais das PCD, garantindo-lhe o acesso pleno aos direitos consumeristas, resguardados pela legislação e jurisprudência vigentes.

PROPOSTAS DE SOLUÇÃO E O PAPEL DO ESTADO, DAS EMPRESAS E DA SOCIEDADE NA GARANTIA DE UM CONSUMO DIGITAL INCLUSIVOS

Em que pese a jurisprudência pátria apresentar um avanço no tocante a aplicação dos direitos das pessoas com deficiência no âmbito digital, convém ressaltar que um levantamento realizado no ano de 2022, pela empresa TIC Web Acessibilidade, mostrou que apenas 0,7% dos portais governamentais, são plenamente acessíveis as pessoas com deficiência (VENTURA, 2022).

Outrossim, outra pesquisa realizada pelo instituto Big Data Corp/Movimento Web, trouxe outro dado alarmante: apenas 0,46% dos 21 milhões de sites do Brasil, são considerados como plenamente acessíveis aos PCD. (VENTURA, 2022).

Tais levantamentos permitem concluir que o Estado brasileiro não tem promovido de forma efetiva a inclusão dos PCD no ambiente digital, em desrespeito ao que é determinado pela Carta Magna de 1988, a qual, em seu artigo 5º, inciso XXXII, dispõe que: *“O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”* (BRASIL, 1988).

Outrossim, a nível infraconstitucional, o Código de Defesa do consumidor dispositiva em seu artigo 6º, inciso III, postulando como um dos direitos básicos ao consumidor: *“A informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes preço, bem como sobre os riscos que apresentem”* (BRASIL, 1990).

Assim, a fim de dar efetividade aos mandamentos legais, torna-se necessário que o Estado promova com a devida fiscalização, mediante a criação de critérios objetivos junto ao SENACON e ao Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania, para fiscalizar e viabilizar o cumprimento do Decreto-



Lei nº 5.296/2004, responsável com regulamentar a acessibilidade das pessoas com deficiência aos sítios da internet.

Além dos critérios objetivos de acessibilidade, deverá o Estado promover incentivos fiscais às empresas e entidades que promoverem ações de remodelação dos sítios na internet sob seu domínio, a fim de possibilitar o pleno acesso a todos aos portais eletrônicos.

Quanto a sociedade civil, cabe ao Estado promover ações de conscientização tanto em meios de comunicação de ampla repercussão, quanto em unidades escolares, promovendo assim uma integração efetiva entre sociedade-governo, com vistas a reduzir a desigualdade digital e para afastar atitudes discriminatórias.

Além dos sítios digitais, cabe também aos órgãos governamentais regulamentarem na Lei de Licitações (Lei nº 14.133/2021) a inclusão da obrigatoriedade nos contratos realizados por qualquer entidade pública de que qualquer compra de equipamentos e acessórios de ordem digital, preveja cláusula de garantia de fornecimento de maquinário e periféricos que permitam às Pessoas com Deficiência, o pleno acesso aos portais eletrônicos, de acordo com sua necessidade.

No mais, outra solução a ser implementada pelo Estado, por via legislativa, é modificando a Lei nº 10.048/2000, a qual regulamenta o atendimento prioritário a grupos em situação de ou vulnerabilidade, determinado a obrigatoriedade de que todos os estabelecimentos públicos ou privados, possuam aplicativos, sítios de internet ou equipamentos, capazes de atender as Pessoas com Deficiência, garantindo assim a igualdade material entre os cidadãos e provendo a inclusão digital.

Por fim, para de garantir a correta aplicação e manutenção da acessibilidade digital, deverá os Estados da Federação, criarem um departamento vinculado ao PROCON, o qual será responsável pela prevenção e repressão de eventuais desrespeitos à acessibilidade digital para as pessoas com deficiência, dispondo de poderes coercitivos tais como possibilidade de aplicar advertência, multa ou até de proibição de realizar contratos com órgãos governamentais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise desenvolvida ao longo deste artigo evidencia a complexidade e a urgência da proteção jurídica do consumidor com deficiência no ambiente digital. A vulnerabilidade híbrida, resultante da sobreposição entre a vulnerabilidade física/pessoal e a vulnerabilidade digital, demanda uma resposta igualmente multifacetada do ordenamento jurídico, das instituições públicas e privadas e da sociedade como um todo.

O Direito do Consumidor brasileiro, embora robusto em seus princípios e instrumentos gerais, ainda necessita de adaptações e interpretações que contemplem adequadamente os desafios específicos do consumo digital por pessoas com deficiência. A aplicação conjunta do Código de Defesa do Consumidor e da Lei Brasileira de Inclusão oferece um caminho promissor, mas exige dos operadores do Direito uma compreensão aprofundada tanto das questões jurídicas quanto das barreiras tecnológicas enfrentadas por esse grupo de consumidores.

Como demonstrado ao longo do estudo, as principais barreiras digitais que afetam o consumidor com deficiência incluem a falta de acessibilidade em websites e aplicativos, o design não inclusivo de interfaces, a ausência de recursos de tecnologias assistivas compatíveis, a linguagem complexa ou técnica, e a falta de alternativas aos processos automatizados. Essas barreiras não apenas dificultam o acesso a produtos e serviços, mas também comprometem direitos fundamentais como a liberdade de escolha, a informação adequada e a igualdade de tratamento.

A aplicação dos princípios do CDC, como a vulnerabilidade, a boa-fé objetiva, o dever de informar e a responsabilidade por vício e fato do produto/serviço, quando interpretados à luz da LBI e da Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência da ONU, fornece importantes subsídios para a proteção jurídica desses consumidores. Contudo, a efetividade dessa proteção depende também de uma atuação proativa dos órgãos de defesa do consumidor, do Ministério Público e do Poder Judiciário na fiscalização e sanção de práticas discriminatórias no ambiente digital.

As propostas de solução apresentadas no capítulo 4 apontam para a necessidade de uma abordagem integrada, que combine medidas regulatórias, incentivos econômicos, educação e conscientização, além do desenvolvimento tecnológico orientado pela inclusão. O papel do Estado é fundamental na criação e fiscalização de normas que garantam a acessibilidade digital, mas igualmente importante é o compromisso das empresas com a implementação de práticas inclusivas em seus produtos e serviços digitais.

Nesse sentido, destacam-se algumas recomendações específicas que emergiram da pesquisa:

1. Fortalecimento da regulação específica sobre acessibilidade digital nas relações de consumo, com estabelecimento de padrões mínimos obrigatórios e sanções efetivas para o descumprimento;
2. Criação de incentivos fiscais e linhas de financiamento para empresas que invistam em tecnologias acessíveis e inclusivas;
3. Capacitação de desenvolvedores, designers e profissionais de marketing sobre acessibilidade digital e as necessidades específicas de consumidores com diferentes tipos de deficiência;

4. Fomento à participação de pessoas com deficiência nos processos de desenvolvimento e teste de produtos e serviços digitais;
5. Desenvolvimento de mecanismos de certificação e selo de acessibilidade digital para orientar as escolhas dos consumidores;
6. Criação de canais de atendimento específicos e acessíveis para consumidores com deficiência, facilitando a resolução de problemas e o exercício de direitos;
7. Promoção de campanhas educativas sobre direitos do consumidor com deficiência e as obrigações dos fornecedores no ambiente digital;
8. Estabelecimento de parcerias entre órgãos de defesa do consumidor, entidades representativas de pessoas com deficiência e empresas de tecnologia para o desenvolvimento de soluções inovadoras e inclusivas.

É importante ressaltar que a proteção do consumidor com deficiência no ambiente digital não deve ser vista como um obstáculo à inovação tecnológica, mas sim como um estímulo ao desenvolvimento de soluções mais criativas e universalmente acessíveis. A história da tecnologia demonstra que muitas inovações inicialmente concebidas para pessoas com deficiência acabaram beneficiando todos os usuários – dos controles remotos aos assistentes de voz, passando pelos reconhecimentos de texto e legendas automáticas.

A perspectiva do desenho universal, que preconiza a criação de produtos e ambientes utilizáveis por todas as pessoas, na maior extensão possível, sem necessidade de adaptação, representa um caminho promissor para conciliar inovação e inclusão. Ao incorporar os princípios do desenho universal desde as fases iniciais de concepção de produtos e serviços digitais, as empresas não apenas cumprem suas obrigações legais, mas também ampliam seu mercado potencial e fortalecem sua responsabilidade social.

O papel das instituições de ensino e pesquisa também merece destaque, especialmente na formação de profissionais conscientes da diversidade humana e capacitados para desenvolver soluções tecnológicas inclusivas. A incorporação de disciplinas sobre acessibilidade e desenho universal nos currículos de cursos de tecnologia, design e direito pode contribuir significativamente para a formação de uma nova geração de profissionais comprometidos com a inclusão digital.

Por fim, é fundamental reconhecer que a proteção do consumidor com deficiência no ambiente digital não é apenas uma questão jurídica ou tecnológica, mas também ética e social. Trata-se de garantir que os benefícios da revolução digital sejam acessíveis a todos, sem discriminação, promovendo uma sociedade mais justa, inclusiva e respeitosa da diversidade humana.



A era digital apresenta desafios inéditos, mas também oportunidades sem precedentes para a inclusão de pessoas com deficiência. O Direito do Consumidor, em diálogo com os direitos humanos e as inovações tecnológicas, tem um papel fundamental na construção de um ambiente digital verdadeiramente acessível e inclusivo. Este artigo buscou contribuir para essa construção, oferecendo reflexões e propostas que possam inspirar acadêmicos, profissionais, legisladores e a sociedade civil na busca por soluções efetivas para a proteção do consumidor com deficiência na era digital.

A jornada rumo a um consumo digital plenamente inclusivo ainda está em seus primeiros passos, mas o caminho se torna mais claro quando iluminado pelo conhecimento científico, pelo compromisso ético e pela vontade política de construir uma sociedade que valorize e respeite todas as formas de existência humana. A tecnologia, quando orientada por valores humanistas e inclusivos, pode ser uma poderosa aliada nessa jornada, transformando barreiras em pontes e exclusão em pertencimento.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE DEFESA DO CONSUMIDOR. Relatório sobre Acessibilidade em Aplicativos de Compras e Serviços. São Paulo: PROTESTE, 2024.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

BRASIL (1990), *Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990*. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

BRASIL (2015), *Lei nº 13.146 de 06 de julho de 2015*. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da pessoa com Deficiência).

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça (2016). (STJ - REsp: 1349188 RJ 2011/0217596-7, Relator.: Ministro LUIS FELIPE SALOMÃO, Data de Julgamento: 10/05/2016, T4 - QUARTA TURMA, Data de Publicação: DJe 22/06/2016). Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/stj/862253410>. Acesso em 27 de outubro de 2025.

BRASIL, Tribunal de Contas da União (2022) . RP: 6012022, Relator.: VITAL DO RÊGO, Data de Julgamento: 23/03/2022. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tcu/1671509319/inteiro-teor-1671509320>. Acesso em 27 de outubro de 2025.

BRASIL. Tribunal de Justiça da Bahia (2021). (TJ-BA - APL: 05130193720198050001, Relator: JOSE SOARES FERREIRA ARAS NETO, SEGUNDA CAMARA CÍVEL, Data de Publicação: 10/08/2021). Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-ba/1261322061>. Acesso em 27 de outubro de 2025.



BRASIL, Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo (2024). TJ-SP - Apelação Cível: 1018332-76.2023.8.26.0071 Bauru, Relator.: Alexandre David Malfatti, Data de Julgamento: 09/04/2024, 12ª Câmara de Direito Privado, Data de Publicação: 09/04/2024. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-sp/2336684838>. Acesso em 27 de outubro de 2025.

BRASIL, Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo (2025). TJ-SP - Recurso Inominado Cível: 00063522820248260003 São Paulo, Relator.: Marco Aurelio Stradiotto de Moraes R. Sampaio - CR, Data de Julgamento: 06/08/2025, 4ª Turma Recursal Cível, Data de Publicação: 06/08/2025. Disponível em <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-sp/4368125482>. Acesso em 27 de outubro de 2025.

BRASIL. Tribunal de Justiça de São Paulo (2024). (TJ-SP - Apelação Cível: 10014836020248260405 Osasco, Relator: Dimas Rubens Fonseca, Data de Julgamento: 19/12/2024, 28ª Câmara de Direito Privado, Data de Publicação: 19/12/2024). Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-sp/2941761471>. Acesso em 27 de outubro de 2025.

BRASIL. SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. REsp 1.315.822/RJ, Rel. Ministro Marco Buzzi, Quarta Turma, julgado em 24/03/2015, DJe 31/03/2015.

CÂMARA BRASILEIRA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO. Relatório Anual de Comércio Eletrônico no Brasil. São Paulo: Câmara-e.net, 2024.

FONSECA, Ricardo Tadeu Marques da. O Novo Conceito Constitucional de Pessoa com Deficiência: Um Ato de Coragem. In: FERRAZ, Carolina Valença et al. (Coord.). Manual dos Direitos da Pessoa com Deficiência. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2019.

IBGE. Censo Demográfico 2022: Características Gerais da População, Religião e Pessoas com Deficiência. Rio de Janeiro: IBGE, 2023.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua: Rio de Janeiro: IBGE, 2022. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/saude/17270-pnad-continua.html>>. Acesso em 02/11/2025.

MARQUES, Claudia L. Direito do Consumidor - 30 anos de CDC - 1ª Edição 2021. Rio de Janeiro: Forense, 2020. E-book. ISBN 9788530992156. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788530992156/>. Acesso em: 31 out. 2025.

MINAYO, M. C de S. et al. Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade. 16. Ed. Petrópolis: Ed. Vozes, 2000.

MIRAGEM, B. (2019). Curso de Direito do Consumidor. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.



MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor - 9ª Edição 2024. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2024. E-book. ISBN 9786559648856. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559648856/>. Acesso em: 31 out. 2025.

MOVIMENTO WEB PARA TODOS. Relatório de Acessibilidade Digital no Brasil. São Paulo: MWPT, 2023.

RANGEL, Leonardo Augusto de Oliveira. Brazilian Journal of Development ISSN: 2525-8761 Brazilian Journal of Development, Curitiba, v.9, n.1, p.1135-1154, jan.

VENTURA, L. (2022). Internet no Brasil atinge pior nível de acessibilidade digital. 12 de setembro de 2022. Disponível em: <https://www.nic.br/noticia/na-midia/internet-brasileira-atinge-pior-nivel-de-acessibilidade-digital/>. Acesso em 05 de novembro de 2025.