

**FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE ITUVERAVA
FACULDADE DR. FRANCISCO MAEDA**

Vitória Rúbio Balieiro

**CONSUMIDORES IDOSOS (ainda mais) HIPERVULNERÁVEIS FRENTE
NECESSIDADE DE ACESSO AOS BANCOS PELAS VIAS DIGITAIS DURANTE A
PANDEMIA**

**ITUVERAVA
2021**

VITÓRIA RÚBIO BALIEIRO

**CONSUMIDORES IDOSOS (ainda mais) HIPERVULNERÁVEIS FRENTE
NECESSIDADE DE ACESSO AOS BANCOS PELAS VIAS DIGITAIS
DURANTE A PANDEMIA**

**Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Faculdade Dr. Francisco
Maeda. Fundação Educacional de
Ituverava para obtenção do título de
Bacharel em Direito.**

Orientadora: Dr.^a Renata Romani Castro

**ITUVERAVA
2021**

VITÓRIA RÚBIO BALIEIRO

**CONSUMIDORES IDOSOS (ainda mais) HIPERVULNERÁVEIS FRENTE
NECESSIDADE DE ACESSO AOS BANCOS PELAS VIAS DIGITAIS DURANTE A
PANDEMIA**

**Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
à Faculdade Dr. Francisco Maeda. Fundação
Educativa de Ituverava para obtenção do
título de Bacharel em Direito.**

Ituverava, ____ de _____ de 2021.

Orientadora: _____

Prof.^a Dr.^a Renata Romani de Castro

Examinador: _____

Nome do Examinador

Examinador: _____

Nome do Examinador

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a minha grande amiga Pamela Moreira, que hoje não se encontra entre nós, contudo, me ajudou em todo o percurso da faculdade, inclusive me deu forças quando pensei em desistir para chegar até aqui. A minha formatura era uma das grandes alegrias dela, e embora ela não esteja presente fisicamente, estará sempre presente no meu coração e nas minhas lembranças. Meu amor por você é eterno. Sempre será nós.

Dedico, ainda, aos meus amigos e familiares que não mediram esforços para me auxiliar durante essa jornada.

CONSUMIDORES IDOSOS (ainda mais) HIPERVULNERÁVEIS FRENTE NECESSIDADE DE ACESSO AOS BANCOS PELAS VIAS DIGITAIS DURANTE A PANDEMIA¹

BALIEIRO, Vitória Rúbio²
CASTRO, Renata Romani de³

RESUMO: Este artigo discute, à luz do Código de Defesa do Consumidor, do Estatuto do Idoso e do Princípio da Vulnerabilidade, como a Pandemia Covid-19 afetou a realidade dos idosos ao usarem os aplicativos bancários inseridos no meio virtual pelas instituições financeiras. Apesar da dificuldade que os idosos possuem ao lidarem com a tecnologia ser um tema discutido, a ocorrência da Pandemia de Covid-19 e a necessidade de isolamento social agravaram a situação. Assim, o presente trabalho se justifica pela necessidade de criação de instrumentos que possam conferir maior proteção ao público idoso hipervulnerável na condição de consumidor frente às instituições financeiras. Como objetivo, o presente estudo busca discutir de que forma o período pandêmico e o distanciamento social agravaram a situação de hipervulnerabilidade do público idoso nas relações de consumo envolvendo bancos como fornecedores e a utilização de aplicativos digitais bancários. Para tanto, a metodologia utilizada foi a revisão bibliográfica crítica, com uso de artigos científicos, doutrinas, leis, julgados e os demais materiais. Destaca-se que a aplicação de golpes e fraudes, tendo como vítima os idosos, aumentaram consideravelmente durante a Pandemia de Covid-19, principalmente com relação ao roubo de dados bancários via aplicativos e “links” virtuais falsos. Portanto, imperioso se faz a criação de mecanismos de auxílio e proteção sobre possíveis golpes e fraudes que o idoso possa estar exposto nos aplicativos bancários, visando assim que este público se sinta mais seguro e menos fragilizado frente a esta nova realidade para a utilização dos serviços bancários.

Palavras-chave: hipervulnerabilidade, instituições financeiras, covid-19, isolamento social

ELDERLY CONSUMERS (even more) HYPERVULNERABLE FRONT NEED FOR ACCESS TO BANKS THROUGH DIGITAL PATHWAYS DURING PANDEMIC

SUMMARY: This article discusses, in light of the Consumer Protection Code, the Elderly Statute and the Principle of Vulnerability, how the Covid-19 Pandemic affected the reality of the elderly when using banking applications inserted in the virtual environment by financial institutions. Despite the difficulty that the elderly has in dealing with technology being a discussed topic, the occurrence of the Covid-19 Pandemic and the need for social isolation aggravated the situation. Thus, the present work is justified by the need to create instruments that can provide greater protection to the elderly hyper vulnerable public as consumers in relation to financial institutions. As an objective, this study seeks to discuss how the pandemic period and social distancing aggravated the situation of hypervulnerability of the elderly public in consumer relations involving banks as suppliers and the use of digital banking applications. Therefore, the methodology used was a critical bibliographic review, using scientific articles, doctrines, laws, judgments and other materials. It is noteworthy that the application of scams and frauds having as victims the elderly increased considerably during the Covid-19 Pandemic, especially in relation to the theft of bank data via applications and fake virtual “links”. Therefore, it is imperative to create mechanisms to help and protect against possible scams and frauds that the elderly may be exposed to in banking applications, in order to make this public feel safer and less fragile in the face of this new reality for the use of services banking.

Keyword: hyper vulnerability, financial institutions, covid-19, social isolation

¹ Artigo apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso à faculdade de Filosofia Ciências e Letras Fundação Educacional de Ituverava.

² Graduanda em Direito pela Faculdade Dr. Francisco Maeda - FAFRAM. E-mail: vitoriarubio1999@hotmail.com

³ Orientadora Renata Romani de Castro, doutora em função social do direito FADISP, mestrado em Direitos Coletivos e Cidadania _ UNAERP, Graduação em Direito – FDF. Professora titular do curso de Direito da Faculdade Dr. Francisco Maeda – FAFRAM. E-mail: renata.castro@fafram.com.br

1 INTRODUÇÃO

A vulnerabilidade do consumidor é uma característica intrínseca a todas as relações de consumo, contudo, essa fragilidade ganhou destaque, tendo em vista que, mais do que nunca, se faz necessário o uso dos meios tecnológicos para mantermos uma vida ativa em todos os setores – especialmente durante a Pandemia de Covid-19 – e, conseqüentemente, o público consumidor ficou mais vulnerável, e no caso dos idosos, hipervulneráveis.

Partindo desta premissa, é notável a diferença brusca que todos os cidadãos, na qualidade de consumidor, presenciaram em suas negociações, inclusive nas operações bancárias. Contudo, o grupo dos Idosos vivencia esta realidade dificultosa de forma mais incisiva, considerando sua hipervulnerabilidade frente aos fornecedores e prestadores de serviços.

Este trabalho reporta à luz do conceito de consumidor, bem como do Princípio da Vulnerabilidade, intrínseco a todas as relações de consumo e hipervulnerabilidade (restrito a determinados grupos), quais foram os efeitos observados pelo público exclusivamente idoso e suas dificuldades de acesso aos meios digitais com relação aos dados bancários.

O objetivo do presente artigo é apresentar as dificuldades que os idosos, como consumidores dos aplicativos digitais no setor bancário durante a Pandemia Covid-19, têm enfrentado ao lidar com esta nova realidade e de que forma a hipervulnerabilidade se encaixa neste contexto.

Posto isto, na primeira seção, conceitua-se a relação de consumo e sua origem, buscando caracterizar os sujeitos que se encaixam neste contexto. Na sequência, busca-se definir de forma ampla o Princípio da Vulnerabilidade e de que maneira ele influencia justamente nas relações de consumo definida a princípio.

Ainda na primeira seção, caracteriza-se posteriormente, o porquê dos idosos se encaixarem no grupo dos Hipervulneráveis. Conceitua-se o que é Pandemia e faz-se um breve histórico de como surgiu, e quais políticas públicas foram adotadas pelas instituições bancárias para manter a necessidade de isolamento social inerente a todos os seres humanos, mas de modo agravado nos idosos, por se tratar de grupo de risco.

Na segunda seção, relata-se brevemente o papel do Banco como prestador de serviço e quais são as novas plataformas de acesso aos aplicativos por *smartphones* e *notebooks*. Por

fim, são analisados alguns casos práticos sobre o tema central envolvendo os idosos e as instituições financeiras. A última sessão é destinada às considerações finais do trabalho.

A metodologia utilizada foi a revisão bibliográfica crítica, com uso de artigos científicos, doutrinas, legislação e julgados.

2 DA VULNERABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Inicialmente, é importante salientar que o tema do presente estudo está sob as égides da relação de consumo, que no Brasil possui um amplo e específico regramento, destacando-se na Constituição Federal, o denominado Código de Defesa do Consumidor – Lei n. 8078/90, entre outros diplomas legais (microsistema normativo) que tem por objetivo a proteção daqueles que são vulneráveis, ou seja, da parte mais frágil do vínculo consumerista.

Partindo do tema central deste estudo, ou seja, a hipervulnerabilidade dos idosos nas relações de consumo frente ao acesso pelos meios digitais bancários, agravado pela Pandemia de Covid-19, faz-se necessário, primordialmente, elucidar o que são as relações de consumo e como ocorre sua formação.

2.1 Relação de consumo

Pode-se definir a relação de consumo, em sua dinâmica, da seguinte forma: de um lado aquele que consome algum produto ou serviço prestado; e do outro alguém ou empresa que fornece serviço ou produto em troca de uma contraprestação.

Para Cavalieri (2019), a formação da relação jurídica de consumo se cria da mesma maneira das outras relações jurídicas existentes no ramo do direito, contudo, o que se particulariza nesta é que os sujeitos da relação são consumidores e fornecedores, e terá como objeto, eventuais produtos e serviços.

Logo, as relações jurídicas, geralmente, possuem um sujeito passivo e um sujeito ativo, cada um assumindo uma característica dependendo da relação entabulada entre as

partes, ou até mesmo, disposição legal. No caso da relação jurídica consumerista, o que diferencia é justamente a caracterização e nomeação das partes na relação jurídica (consumidor e fornecedor).

Para Tartuce (2020, p.62), os elementos são subdivididos em três, sendo estes:

- i. Existência de uma relação entre sujeitos jurídicos, substancialmente entre um sujeito ativo – titular de um direito – e um sujeito passivo – que tem um dever jurídico; ii) Presença do poder do sujeito ativo sobre o objeto imediato, que é a prestação, e sobre o objeto mediato da relação, que é o bem jurídico tutelado (coisa, tarefa ou abstenção); iii) Evidência na prática de um fato ou acontecimento propulsor, capaz de gerar consequências para o plano jurídico.

O primeiro elemento diz respeito à necessidade de existir vínculo entre fornecedor e consumidor, na maioria das vezes um ocupando o espaço de credor e o outro lado o devedor – inclusive, podem fazer parte de um sinalagma, quando ambas as partes são credoras e devedoras entre si.

O segundo elemento fala sobre o poder que possui o sujeito ativo em relação ao objeto ou prestação. Ou seja, o consumidor pode exigir do fornecedor a entrega e a prestação do serviço da forma convencionada no Código de Defesa do Consumidor.

Por fim, o terceiro elemento retrata a existência de um negócio jurídico capaz de ensejar a necessidade de ativação do meio jurídico, isto porque as relações consumeristas são privadas e podem se autorregulamentar de acordo com a vontade das partes.

A Lei n. 8078/90 define o conceito de consumidor no *caput* do artigo 2º: “Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.” (BRASIL, 1990)

Partindo do pressuposto acima, pode-se entender que consumidor é toda pessoa ou empresa, visto que pessoa jurídica pode ser considerada consumidora desde que seja verificada sua vulnerabilidade, que faz uso, compra ou é receptora de alguma prestação de serviços, como alvo derradeiro daquele produto ou serviço, também denominado consumidor *standard* ou *stricto sensu*.

A expressão destinatário final, constante na definição de consumidor, merece destaque, tendo em vista que abre pretexto para várias interpretações e teorias, inclusive doutrinárias.

Para Theodoro (2020), a teoria finalista trata o destinatário final como aquele que retira o bem do mercado com uma destinação pessoal, sem qualquer vínculo profissional, ou seja, retrata uma conceituação fática e econômica.

Então, na teoria finalista, leva-se em conta o que o consumidor faz com o produto final, por exemplo, se é para revenda e uso profissional, não deverá ser considerado consumidor. O bem ou o produto deve ser para uso próprio para tal caracterização.

Na teoria maximalista, é uma conceituação puramente fática. Ou seja, não importa o que o consumidor vai fazer com o produto, se irá consumi-lo ou usar para meios econômicos, consumidor é simplesmente aquele que retira o produto do mercado.

Theodoro (2020), alega que os maximalistas entendem o Código de Defesa do Consumidor como um código geral sobre consumo e o aspecto econômico não é relevante, pois não é importante se a pessoa física ou jurídica tem, ou não, objetivo de lucro quando adquire o produto ou contrata o serviço.

Contudo, dentre todas essas possibilidades, ganhou destaque a teoria finalista aprofundada ou mitigada que “admite a incidência das regras do Código do Consumidor para pequenas empresas e profissionais liberais, que se encontram em situação de vulnerabilidade.” (CARDOSO, 2018)

Inclusive, a teoria Finalista Mitigada, é adotada o entendimento sobre o conceito de destinatário final do Superior Tribunal de Justiça, de acordo com a Jurisprudência em Teses, edição nº 39, Tema 1, do Tribunal da Cidadania:

O Superior Tribunal de Justiça admite a mitigação da teoria finalista para autorizar a incidência do Código de Defesa do Consumidor - CDC nas hipóteses em que a parte (pessoa física ou jurídica), apesar de não ser destinatária final do produto ou serviço, apresenta-se em situação de vulnerabilidade. (2015)

Assim, de acordo com teoria finalista mitigada (ou temperada) é necessário que o consumidor adquira o produto na qualidade de destinatário final, contudo, no caso da pessoa física ou jurídica, ser somente intermediária da relação de consumo se, ao mesmo tempo, for comprovada sua vulnerabilidade, daí esta será considerada consumidora.

Cumpramos ressaltar que a legislação consumerista ainda abrange aqueles que não são consumidores diretos, mas que são considerados equiparados para efeito de proteção legal,

conforme disposto no parágrafo único do artigo 2º, e nos artigos 17 e 29 todos do Código de Defesa do Consumidor.

Como já foram definidas as características do consumidor, para um melhor entendimento, se faz necessário a definição do outro lado integrante da relação de consumo, o fornecedor.

Para a nossa legislação específica, que regula as relações de consumo, o artigo 3º, da Lei 8.078 de 1990 (BRASIL, 1990), define fornecedor como toda pessoa física, jurídica que desenvolve atividade de produção ou comercialização de produtos, ou prestação de serviços.

Isto é, fornecedores são todos aqueles que atuam na cadeia de processo do produto ou na prestação de serviços, independentemente de serem entes despersonalizados, desde que atuem anteriormente à chegada do produto/ serviço ao consumidor final.

Para Tartuce (2020), o relevante, mesmo na caracterização do fornecedor ou prestador de serviço, é o fato dele desenvolver uma atividade, que possa ser considerada a soma de atos coordenados para uma finalidade específica.

Exemplificando, é o caso do indivíduo que compra um veículo e, após anos de uso, o vende; ele não é considerado fornecedor, porém o indivíduo que compra 10 (dez) carros para revenda com intuito de lucro, é considerado fornecedor.

Ressalta-se que nas relações jurídicas em que o polo passivo tiver um fornecedor que não realize atividades profissionais, ou seja, somente casual ou eventualmente, ficará caracterizada uma relação jurídica civil e não será enquadrada como relação de consumo e, portanto, será aplicado as regras inerentes ao Código Civil e não Código de Defesa do Consumidor.

Isto porque, para aplicação do Código de Defesa do Consumidor é necessária a caracterização de uma relação de consumo, com os integrantes possuindo características de fornecedor e consumidor, e, quando o polo passivo realiza atividades profissionais eventuais, este não poderá ser considerado fornecedor.

Dentre esta caracterização de fornecedor, enquadram-se as instituições financeiras, objeto deste estudo, conforme regulamenta a Súmula 297 do Superior Tribunal de Justiça a qual estabelece que “O Código de Defesa do Consumidor é aplicável as instituições financeiras”.

Corroborando com este entendimento, está o §2º do artigo 3º da legislação consumerista que dispõe a conceituação do serviço prestado pelos fornecedores que, dentre a

definição, é qualquer atividade fornecida no mercado, que tenha remuneração “(...) inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária.”

Assim, considerando que as instituições financeiras ofertam prestação de serviços no mercado de consumo, quais sejam dinheiro e crédito aos consumidores, podem ser consideradas fornecedoras, pois se encaixam na conceituação prevista.

Neste mesmo sentido é o REsp 57974 do Superior Tribunal de Justiça:

CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. BANCOS. CLAUSULA PENAL. LIMITAÇÃO EM 10%. 1. OS BANCOS, COMO PRESTADORES DE SERVIÇOS ESPECIALMENTE CONTEMPLADOS NO ARTIGO 3., PARÁGRAFO SEGUNDO, ESTÃO SUBMETIDOS AS DISPOSIÇÕES DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. A CIRCUNSTÂNCIA DE O USUARIO DISPOR DO BEM RECEBIDO ATRAVES DA OPERAÇÃO BANCÁRIA, TRANSFERINDO-O A TERCEIROS, EM PAGAMENTO DE OUTROS BENS OU SERVIÇOS, NÃO O DESCARACTERIZA COMO CONSUMIDOR FINAL DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELO BANCO (...). (STJ - REsp: 57974 RS 1994/0038615-0, Relator: Ministro RUY ROSADO DE AGUIAR, Data de Julgamento: 25/04/1995, T4 - QUARTA TURMA, Data de Publicação: DJ 29.05.1995 p. 15524 JTARS vol. 97 p. 403, DJ 29.05.1995 p. 15524 JTARS vol. 97 p. 403) *grifo nosso*.

Não restam dúvidas que as instituições financeiras são consideradas fornecedoras, portando sendo caracterizada relação de consumo os correntistas e os bancos.

Destaca-se ainda o Código de Defesa do Consumidor (1990), Lei n. 8.078, em seu artigo 4º, regulamenta que a Política Nacional das Relações de Consumo tem por finalidade atender as necessidades dos consumidores, com respeito a vários direitos fundamentais, como respeito à dignidade, segurança, saúde, bem como a transparência nas relações de consumo conforme o inciso I do citado artigo os consumidores são considerados vulneráveis frente ao mercado de consumo; ressalta-se que tal premissa é considerada com um princípio dentro da proteção legal consumerista.

2.2 Princípio consumerista da vulnerabilidade

Antes da criação, pelo legislador, do Código de Defesa do Consumidor em 1990, o consumidor não tinha acesso a proteção nos negócios jurídicos e tinha necessidade de consumir, bem como não havia equilíbrio nas relações de consumo. Após a criação do codex,

a lei fortaleceu a relação de consumo a fim de que o consumidor não fosse exposto a situações de fragilidades exacerbadas, reconhecendo sua vulnerabilidade.

Para Theodoro (2020), é fato que o consumidor é a parte mais frágil, isto é, o mais vulnerável na relação de consumo, seja porque não possui conhecimentos acerca do produto ou sobre o mercado, o que justifica a elaboração de um Código para proteção dos consumidores nas relações com os fornecedores.

Portanto, encontra-se tipificado na legislação consumerista o Princípio da Vulnerabilidade, que pode ser definido como uma forma de defesa ao consumidor, considerando a posição de fragilidade em que este se sujeita na relação consumerista, decorrente das facilidades existentes no mercado para o fornecedor. O princípio parte do pressuposto de que o consumidor está sempre em situação de desvantagem.

Corroborando com este entendimento:

O **princípio da vulnerabilidade**, expresso no art. 4º, I, do CDC, é também um princípio estruturante do seu sistema, na verdade o elemento informador da Política Nacional de Relações de Consumo. As normas do CDC estão sistematizadas a partir dessa ideia básica de proteção de um determinado sujeito: o consumidor, por ser ele vulnerável. A vulnerabilidade, diz Antônio Herman Benjamin, é a peça fundamental do direito do consumidor, o ponto de partida de toda a sua aplicação. (CAVALIERI, 2019, p.57)

Para a doutrina a vulnerabilidade presente nas relações de consumo pode ser dividida em espécies: vulnerabilidade fática, técnica ou jurídico-científica.

A vulnerabilidade fática é decorrente da situação econômica divergente e em desequilíbrio entre os integrantes da relação consumerista do lado do consumidor quando comparada ao fornecedor. Pode ser com relação ao prestígio social também. (CAVALIERI, 2019).

A vulnerabilidade técnica é em relação a falta de informações ou de conhecimento técnicos inerentes ao processo de formação do produto ou prestação de serviços e também pode ser caracterizada pela inexatidão das informações prestadas pelo fornecedor (MIRAGEM; MAGALHÃES; MARQUES, 2016).

Por fim, de acordo com Marques al. (2016), a vulnerabilidade jurídica é concernente ao desconhecimento por parte dos consumidores dos seus direitos, de contabilidade e economia, por exemplo.

Desta forma, considerando as espécies de vulnerabilidades acima descritas, pode-se interpretar que o consumidor está vulnerável em diversos contextos diferentes frente ao fornecedor.

Para Nunes (2018), a “escolha” do consumidor já nasce reduzida, pois o que resta para ele é optar pelos produtos que já existem e são oferecidos no mercado, bem como há a decisão e produção unilateral por parte do fornecedor, visando lucro e seus interesses empresariais, ficando caracterizada a vulnerabilidade.

Entretanto, cumpre salientar que não se confunde vulnerabilidade com hipossuficiência. A vulnerabilidade é concernente a todo consumidor, pois se trata de uma característica intrínseca ao sujeito que ocupa o lugar de consumidor numa relação consumerista, fazendo jus, portanto, a todos benefícios inerentes dessa condição. A hipossuficiência, por sua vez, é limitada a alguns grupos, diante da comprovação de hipossuficiência processual, como é o caso da inversão do ônus da prova (encargo de produzir provas).

Nesse sentido, para Tartuce (2020), a expressão “o consumidor é vulnerável” é pleonástica, partindo do pressuposto que todos os consumidores possuem essa condição, tal qual não admite prova ao contrário ou discussão sobre.

Contudo, diante de todo esse contexto, imperioso destacar que o legislador não teve como intuito conferir privilégios ao consumidor de o favorecer, e sim manter uma relação de consumo equilibrada, com equidade de instrumentos processuais e de informações, para que seja prestado um bom serviço ou adquirido um produto condizente com o que o consumidor espera, evitando excessos injustos por parte do fornecedor.

Exemplifica Tartuce:

Para concretizar, de acordo com a melhor concepção consumerista, uma pessoa pode ser vulnerável em determinada situação – sendo consumidora –, mas em outra hipótese fática poderá não assumir tal condição, dependendo da relação jurídica consubstanciada no caso concreto. A título de exemplo, pode-se citar o caso de um empresário bem-sucedido. Se esse empresário adquirir um bem de produção para sua empresa, não poderá ser enquadrado como destinatário final do produto, não sendo um consumidor vulnerável. Entretanto, adquirindo um bem para uso próprio e dele não retirando lucro, será consumidor, havendo a presunção absoluta de sua vulnerabilidade. (TARTUCE, 2020, p.28)

Logo, o Princípio da Vulnerabilidade está atrelado a todo consumidor, sendo ele consumidor por definição legal ou por equiparação, então todos os consumidores são vulneráveis, existem alguns grupos que necessitam de uma atenção ainda maior, fazendo surgir o instituto da hipervulnerabilidade.

A doutrina e jurisprudência reconhece como hipervulneráveis os idosos, as crianças e adolescentes, deficientes mentais, analfabetos e até pessoas com saúde debilitada. Assim, a proteção legal é ainda maior, fato que obriga os fornecedores a tratá-los de modo diferenciado. Vejamos como ocorre quando se trata de consumidores idosos.

3 IDOSOS: CONSUMIDORES HIPERVULNERÁVEIS

A princípio, é imperioso definir o conceito de idoso e o contexto que estes se encaixam no grupo dos hipervulneráveis. Isto porque, considerando que todo consumidor é vulnerável nas relações de consumo, a classificação dos hipervulneráveis, só por existir o prefixo *hiper* na grafia, já sugere um agravamento da situação de fragilidade aos que se encaixam nessa condição, como é o caso dos idosos.

3.1 Idosos

Passando a definição inicial, para a Organização Mundial da Saúde (OMS), (Envelhecimento ativo: uma política de saúde / World Health Organization – Brasília: Organização Pan-Americana da Saúde, 2005), idoso é todo indivíduo com 60 anos ou mais.

O Estatuto de Idoso - Lei n. 10.741/2003, em seu artigo 1º, dispõe que: “É instituído o Estatuto do Idoso, destinado a regular os direitos assegurados às pessoas com idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos” (BRASIL, 2003).

Extraí-se, portanto, que idoso é toda pessoa igual ou maior de 60 (sessenta) anos, que possui direitos e garantias como todo cidadão, com prioridade em alguns atendimentos ou solicitações que é dever da família, do Poder Público, da comunidade e sociedade garantirem sua efetivação. Isto por conta da situação de vulnerabilidade que não pode ser aliada a fraqueza ou enfermidade.

Neste contexto, partindo do significado literal da palavra idoso, temos:

O vocábulo “idoso” tem sua origem latina no substantivo *aetas, aetatis*, de cujo caso acusativo *aetatem* (caso lexiogênico de onde nasceu a maioria das palavras num grande número de línguas modernas) deu-se existência à palavra “idade”. “Idoso” é vocábulo de duas componentes: “idade” mais o sufixo “oso” que, no léxico, denota “abundância ou qualificação acentuada”. Portanto, o vocábulo “idoso” pode significar: cheio de idade, abundante em idade, etc. (BOAS, 2015, p.1)

Pois bem, como já citado, os direitos fundamentais são inerentes ao idoso, contudo, o legislador buscou uma proteção integral, visando a preservação de sua saúde física, mental e uma boa qualidade de vida, com dignidade. Objetivando a segurança da aplicação das normas pela sociedade de proteção ao público idoso, o Estatuto do Idoso (Lei 10.741/2003), em seu artigo 2^a, dispõe:

O idoso goza de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, sem prejuízo da proteção integral de que trata esta Lei, assegurando sê-lhe, por lei ou por outros meios, todas as oportunidades e facilidades, para preservação de sua saúde física e mental e seu aperfeiçoamento moral, intelectual, espiritual e social, em condições de liberdade e dignidade. (BRASIL, 2003)

De forma conjunta com o Código de Defesa do Consumidor, o Estatuto do Idoso agindo integradamente procura oferecer uma maior proteção ao público idoso, tendo em vista sua maior fragilidade e vulnerabilidade.

3.2 Hipervulneráveis

Visando assegurar esses direitos, a doutrina e a jurisprudência vêm tratando modernamente do conceito de hipervulnerabilidade, no qual o consumidor idoso se enquadra: é espécie qualificada de vulnerabilidade, expressão utilizada pela doutrina e jurisprudência para indicar consumidores portadores de deficiência física, doenças específicas, precária situação econômica e que, por isso, merecedores de atendimento e informações especiais. (CAVALIERI, 2019, p.61)

Neste contexto, como citado anteriormente, o prefixo *hiper* sugere a ideia de excesso, de majoração e, colocado antes da palavra vulnerabilidade, é possível subentender que as pessoas que se encaixam neste substantivo possuem uma necessidade maior de cuidado.

No caso da jurisprudência, temos como exemplo o Acórdão da Apelação nº 1007674-19.2020.8.26.0161 do Tribunal de Justiça de São Paulo, em que esta questão foi examinada.

APELAÇÃO. SEGURO DE VIDA. AÇÃO DE RESCISÃO CONTRATUAL C/C INDENIZAÇÃO POR DANOS MATERIAIS E MORAIS POR VENDA CASADA EM PROVEITO DE IDOSO HIPERVULNERÁVEL. Sentença de procedência. Insurgência do réu. Desacolhimento. Incontroverso contexto fático de verossimilhança preponderante de induzimento a erro de consumidor hipervulnerável, analfabeto funcional e idoso, subscrevendo proposta de seguro de vida ao revés de plano de previdência privada. Aproveitamento da oportunidade para contratação de planos de capitalização, a encerrar venda casada. Inversão do ônus da prova legitimada nas circunstâncias. Aplicação à espécie das máximas da experiência subministradas pela verificação do que ordinariamente acontece. Consumidor que, surpreendido com o débito em conta corrente da segunda parcela do prêmio anual do seguro, de expressivo valor (R\$ 46.661,45), dando-se conta do engodo do qual vitimado, pediu o cancelamento do contrato e restituição dos valores. Realização do resgate, a implicar em retenção expressiva de

valores a título de carregamento e parcela relacionada ao risco de morte. Abuso manifesto. Contrato geneticamente maculado por nulidade. Dever de informação claramente violado. Repetição integral e em dobro dos valores devida, abatidos os valores resgatados. Dano moral. Caracterização. Embuste atentatório à dignidade do consumidor, com presumível afetação concreta a seus direitos da personalidade. Correção monetária dos valores a serem restituídos a incidir a contar dos respectivos desembolsos. Juros moratórios devidos desde a citação, inclusive no que tange ao dano moral arbitrado, em valor proporcional à dimensão consequencial do ilícito (R\$ 15.000,00), anotado o duplo escopo, compensatório, punitivo da reparação. Sentença mantida. Recurso desprovido.

(TJSP; Apelação Cível 1007674-19.2020.8.26.0161; Relator (a): Airton Pinheiro de Castro; Órgão Julgador: 26ª Câmara de Direito Privado; Foro de Diadema - 2ª Vara Cível; Data do Julgamento: 20/05/2021; Data de Registro: 20/05/2021)

A partir do trecho extraído acima, o público idoso necessita de mais atenção do sistema e das normas protetivas existentes no Código de Defesa do Consumidor e, portanto, não deve ficar escanteados das normas reguladoras, mas sim, serem incluídos nas atividades digitais com os devidos meios e políticas públicas que garantam um acesso simplificado e seguro, visto se tratarem de consumidores hipervulneráveis.

E, de fato, o público idoso hipervulnerável, ao ser considerado “diferente”, por possuírem maiores dificuldades no acesso tecnológico, não é motivo para discriminá-los, e sim serem acolhidos pela sociedade, que tem o dever de garantir uma prestação de serviço de qualidade aos idosos das instituições bancárias, por meio digital, que por vários momentos no último ano foi a única forma de acesso aos serviços bancários.

4. Acesso aos bancos por via digital pelos idosos durante a pandemia

Em 2019 surgiu um vírus na China denominado de Corona Vírus, de rápida disseminação, contágio e, de repente, o mundo se encontrou em meio a uma pandemia Global. Contudo, a princípio, é necessário definir o conceito de Pandemia, a fim de melhor entender as suas consequências.

É imperioso destacar que durante a Pandemia o vírus assolou o mundo todo rapidamente, pelo que se fez necessário a mudança de hábitos de consumo e de comportamento por todos os cidadãos de todos os países e regiões, pois o isolamento social se tornou imprescindível. A prática do isolamento social foi crucial para manter-se saudável e proteger a saúde de forma coletiva.

4.1 Pandemia

Para o Instituto Butantan (2021), no artigo Entenda o que é uma pandemia e as diferenças entre surto, epidemia e endemia, “Uma enfermidade se torna uma pandemia quando atinge níveis mundiais, ou seja, quando determinado agente se dissemina em diversos países ou continentes, usualmente afetando um grande número de pessoas”. Ou seja, quando a

disseminação de uma doença atinge níveis tão altos que são necessárias medidas mais severas para sua contenção, pois se alastrou por diversos países, e não somente um território em específico.

No caso do presente trabalho, a Pandemia é o Vírus SARS-COVID-19, que “se propaga por gotículas espalhadas por pessoas doentes; por isso, recomenda-se o uso de máscara, distanciamento social e higienização constante das mãos”. (Instituto Butantan, 2021, *et. seq.*)

4.2 Instrumentos de acesso digital aos bancos durante isolamento social

Não foi diferente com as instituições bancárias: também procuraram manter o distanciamento social em seus estabelecimentos e priorizaram alternativas virtuais. Desta forma, fez-se imperioso o aprimoramento dos aplicativos bancários e novas plataformas de acesso, para que assim a população pudesse realizar operações bancárias virtualmente, por *smartphones*, computadores, *tablets*, evitando a aglomeração e incentivando o isolamento social.

Considerando que o consumidor idoso hipervulnerável, em sua maioria, não tem familiaridade com as novas tecnologias, este público acaba ficando mais suscetível a golpes e crimes quando necessita utilizar de serviços bancários digitais. Como ressaltado, a Pandemia de Covid-19 auxiliou no agravamento da situação.

Como discorrido durante os tópicos anteriores, os bancos precisaram inovar suas tecnologias e formas de acesso diante da Pandemia de Covid-19 para facilitar o acesso dos consumidores.

De acordo com o artigo do Terra (2021) – *Bancos digitais ganham mais espaço durante a pandemia e permanecem em alta no mercado financeiro* –, a parcela de *downloads* de aplicativos digitais bancários (totalmente digitais) cresceu cerca de 52% em 2020, com relação aos bancos tradicionais, físicos.

Todo este acesso digital foi intensificado pelas medidas de restrição e isolamento condicionadas a população em decorrência da propagação do Covid-19, portanto, as redes bancárias digitais e as novas plataformas de acesso ganharam destaque durante esse período.

Os bancos digitais, como por exemplo a *Nubank* possuem uma plataforma totalmente digital, sem agência física, e todas as operações e suporte são feitas via contato telefônico, por *smarthphones* e computadores. (fonte: *site* NUBANK)

Dentre esses mecanismos eletrônicos, as instituições bancárias criaram a *internet banking*, que é um “banco virtual” em que o consumidor tem acesso as funções bancárias 24

horas por dia, por meio de um aparelho eletrônico conectado à internet.

No *site* da Caixa Econômica Federal, por exemplo, *internet banking* foi definido como “(...) o seu banco aberto 24 horas, todos os dias e em qualquer lugar do mundo. Com ele você pode realizar consultas, fazer pagamentos, transferências, investimentos, simular financiamentos, empréstimos e muito mais através do seu computador.”

Com a plataforma digital e a facilidade para realizar transações bancárias em qualquer lugar, a qualquer tempo, ferramentas como o *pix* (transferência imediata entre contas) ganharam espaço dentre os consumidores. De acordo com o *site* do Banco Central do Brasil (2021), o *pix* é um pagamento instantâneo brasileiro, realizado em questão de segundos entre contas bancárias por meios eletrônicos.

Pelos dados constantes no Banco Central do Brasil, com a última atualização feita em 30 de junho de 2021, às 03h00min, cerca de 177.662.444 contas habilitaram a ferramenta *pix*, um salto enorme no número de usuários se formos comparar com a quantidade de 57.551.496 usuários para o período atualizado de 30 de novembro de 2020. (fonte: *site* BCB)

Imperioso trazer ao presente trabalho a estatística feita pelo Banco Central do Brasil com relação às faixas etárias e o uso de transações digitais (no caso *pix*), atualizada em junho de 2021, às 03h00min, que contava com 0,0393% na faixa etária de 60 anos, a menor porcentagem que se manteve desde 30 de novembro de 2020 que contava com 0,0412% de transações feitas por idosos, ou seja, um crescimento mínimo ao decorrer dos meses. (fonte: *site* BCB)

Se compararmos com a realização de transações utilizando o *pix* pela faixa etária entre 20-29 anos, o percentual é de 0,3484%, atualizada em 30 de junho de 2021, o mesmo período analisado na faixa etária dos idosos.

Portanto, os idosos são a minoria que utilizam os meios eletrônicos das instituições bancárias e suas ferramentas, como por exemplo, o *pix*, o que reforça a ideia central do trabalho com relação a hipervulnerabilidade dos idosos ao lidar com os aplicativos bancários, situação agravada pela Pandemia de Covid-19.

De acordo com a pesquisa feita pela FEBRABAN (Federação Brasileira de Bancos) no período de quarentena, houve um aumento de 60% em tentativas de golpes financeiros contra idosos. Diante desta situação, a própria FEBRABAN criou uma campanha visando alertar os idosos sobre as possíveis fraudes e golpes aplicados por estelionatários pela internet, como o roubo de dados bancários. Justificável, portanto, a hesitação que os idosos têm de utilizar as plataformas eletrônicas dos bancos, principalmente no período pandêmico, conforme supracitado.

Antes mesmo da Pandemia, foi publicada a Resolução nº 4.658 de 26 de abril de 2018

que dispõe sobre a política de segurança cibernética, e trata dos requisitos para contratação dos serviços via digital a serem observados pelas instituições financeiras e outras instituições autorizadas a contratar pelo Banco Central do Brasil. Essa Resolução foi publicada com o intuito de proteger o consumidor em relação às contratações pela internet.

É possível extrair que o problema com golpes e fraudes na internet sempre existiram com a modernização das vias digitais bancárias e a necessidade de adaptação pelos consumidores, e, tratando de consumidores idosos hipervulneráveis, a situação se agrava ainda mais.

Desta forma, a insegurança que os idosos têm de lidar com os aplicativos bancários é consequência dos inúmeros casos que são expostos a situações prejudiciais e humilhantes em decorrência de sua fragilidade em relação aos meios eletrônicos, circunstâncias agravadas pela necessidade de isolamento social com a Pandemia.

4.3 Casos jurisprudenciais

Importante trazer ao debate a relação entre o aumento de ações propostas no Poder Judiciário, envolvendo os idosos e as instituições bancárias, em que os idosos se sentem vulneráveis e desfavorecidos, ou até mesmo sofrem prejuízos ao lidar com essa nova realidade. Neste sentido:

Apelação Cível. Contrato bancário. Empréstimo consignado. Ação Declaratória c.c. Obrigação de Fazer e Reparação de Danos Morais. Sentença de improcedência. Inconformismo da autora. Aplicação do CDC e Estatuto do Idoso. Interpretação mais favorável ao consumidor. Empréstimo consignado eletrônico. Contratação negada. Prova negativa. Ônus da prova da regularidade da contratação, que incumbe à ré. Juntada aos autos do contrato eletrônico. Operação realizada em poucos segundos, após clique em link. Adesão inequívoca não demonstrada. Documentação exibida cujo envio, pela autora, não restou demonstrado. Falha na prestação do serviço. Responsabilidade objetiva. Ônus da ré de provar que as transações foram realizadas pela autora ou por culpa exclusiva dela. Prova não produzida. Falha que não a exime de responsabilidade ao constituir relação de negócio alheio à vontade de interposta pessoa, operando descontos de seu benefício. Repetição em dobro. Dano moral configurado. Indenização devida. Correção do arbitramento. Súmula 362 do STJ. Juros moratórios do evento danoso. Súmula 54 do STJ. Ônus sucumbenciais invertidos. Súmula 326 do STJ. Honorários arbitrados em 20% do valor da condenação. Recurso provido, nos termos da fundamentação.

(TJSP; Apelação Cível 1000608-86.2021.8.26.0311; Relator (a): Hélio Nogueira; Órgão Julgador: 23ª Câmara de Direito Privado; Foro de Junqueirópolis - Vara Única; Data do Julgamento: 13/10/2021; Data de Registro: 13/10/2021)

No caso acima, foi alegado pela instituição financeira uma suposta contratação de um empréstimo consignado eletrônico pela autora, que se trata de pessoa idosa. Contudo, como ficou demonstrado nos autos, que nem mesmo houve comprovação ou contrato eletrônico gerado, na verdade, a suposta contratação foi feita alheia a vontade da autora, sendo, portanto,

irregular e indenizável.

Ressalta-se que houve a aplicação do Princípio da Vulnerabilidade e do Estatuto do Idoso, tema do presente trabalho, pois ficou nítida a fragilidade da consumidora idosa, nesta situação, contra a instituição financeira, principalmente, por se tratar de contrato eletrônico, de difícil manuseio para esta faixa etária.

No caso abaixo, trata-se de uma Ação Declaratória de Nulidade de Cláusula Contratual com pedido de danos morais, em que não foram disponibilizados a parte autora as informações sobre a modalidade contratada, pois na visão da consumidora, ela tinha aderido a um contrato de mútuo e, na verdade, foi um cartão de crédito descontado de seu benefício previdenciário.

APELAÇÃO – AÇÃO DECLARATÓRIA DE NULIDADE DE CLÁUSULA CONTRATUAL COM PLEITOS CUMULADOS DE REPETIÇÃO DE INDÉBITO E INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS - SENTENÇA DE IMPROCEDÊNCIA. 1. CONDUTA ABUSIVA DO BANCO - Autora que alega ter efetuado contrato de mútuo com desconto consignado em benefício previdenciário, porém, disponibilizado pela instituição financeira modalidade de cartão de crédito RMC (Reserva de Margem Consignável) - Banco requerido que não demonstrou a devida disponibilização de informação para que a aposentada tivesse subsídios que ensejassem decidir efetivamente pela modalidade ora contestada - Incidência do art. 51, IV do Código de Defesa do Consumidor - De rigor a determinação de readequação do contrato para a modalidade regular de empréstimo consignado, com recálculo do valor do débito, sem condenação à devolução duplicada de valores, porque ausente má-fé do banco apelado - Recurso, no tema, provido em parte. 2.

DANOS MORAIS - Inocorrência - Descontos advindos de contrato diverso daquele que almejava firmar, por si só e dissociada de outros elementos de prova, não se mostra suficiente para a configuração do dever de indenizar - Precedentes, inclusive desta C. Câmara. RECURSO PROVIDO EM PARTE, POR MAIORIA DE VOTOS.

(TJSP; Apelação Cível 1000736-97.2021.8.26.0411; Relator (a): Sergio Gomes; Órgão Julgador: 37ª Câmara de Direito Privado; Foro de Pacaembu - 1ª Vara; Data do Julgamento: 24/09/2021; Data de Registro: 27/09/2021)

Todavia, foi determinada a adequação do contrato para empréstimo consignado, assim como a autora pensou ter contratado.

Imperioso destacar que os casos citados por meio de jurisprudência foram somente alguns das diversas situações que ocorrem entre os consumidores idosos vulneráveis e as instituições bancárias, principalmente, com a facilitação de contratações de empréstimos e operações bancárias por meios eletrônicos durante a Pandemia de Covid-19.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A transformação tecnológica, a criação de plataformas digitais, já faziam parte do cotidiano dos seres humanos, contudo, todo este processo foi acelerado com a Pandemia

Covid-19 e a necessidade de isolamento social, pois o mundo virtual se tornou a única alternativa viável com o intuito de manter uma vida saudável, e ativa, durante as adaptações da nova situação imposta involuntariamente.

É neste contexto que podemos encaixar o aprimoramento que as instituições financeiras se empenharam em fazer nas plataformas digitais bancárias no período pandêmico, e elencar como é difícil esta adaptação ao público idoso.

Os idosos, na condição de hipervulneráveis nas relações de consumo, conforme tipificado na Lei n. 8078/90, possuem fragilidade ainda maior frente aos fornecedores, aos quais podem ser incluídas as instituições bancárias. Desta forma, ficaram ainda mais expostos a situações vexatórias e enganosas com o aumento do uso da internet para acessar os aplicativos bancários.

Na relação de consumo, a dinâmica é entre alguém que adquire ou utiliza (consumidor) e alguém que fornece e/ ou presta um serviço (fornecedor), ou seja, é necessário que tenha como integrante um consumidor e um fornecedor. No caso do presente trabalho, a relação de consumo estudada foi sobre o consumidor idoso que possui a peculiaridade de ser hipervulnerável nas relações consumeristas.

O termo hipervulnerável, advém de um acentuamento da condição de vulnerabilidade, que é intrínseca a todo consumidor em decorrência do Princípio da Vulnerabilidade presente nas relações de consumo. O hipervulnerável nada mais é do que uma condição de um público que possui uma fragilidade em excesso, como é o caso dos idosos.

Como destaque na condição de fornecedor estão as instituições financeiras, situação que foi regulamentada pela Súmula 297 do Superior Tribunal de Justiça, que aduz que o Código de Defesa do Consumidor é aplicável a estas. Posto isso, versa o presente tema sobre as relações de consumo envolvendo de um lado os idosos hipervulneráveis e do outro as instituições bancárias na condição de fornecedoras, e como principal problemática, a adaptação dos idosos nas plataformas digitais para a utilização de serviços bancários durante a Pandemia Covid-19.

Não é novidade que o público idoso tenha dificuldade em lidar com aparelhos telefônicos, computadores e *smarthphones*, porque cresceram em uma realidade totalmente diferente, em que tudo era feito presencialmente e não havia o uso de telefones, aplicativos como vivemos e lidamos atualmente no século XXI.

Todo este avanço tecnológico foi incitado de forma muito rápida; crianças e jovens têm mais facilidade ao interagir com o mundo virtual, pois nasceram neste meio e seu uso é essencial para mercado de trabalho, interação social. Já os idosos, cresceram em uma rotina oposta, com outros costumes, o que torna mais árdua a adaptação e facilita a aplicação de golpes via internet.

Conforme dados coletados, foi possível constatar que o uso das ferramentas bancárias oferecidas pelas plataformas digitais (por exemplo o *pix*) possui como usuários a maioria da faixa etária incluída na classificação de jovem/ adulto, os idosos ocupam a menor posição de usuários. Esta grande divergência se dá a insegurança e imperícia que o público idoso tem ao lidar com os aplicativos digitais, principalmente, quando se trata de aplicativos bancários.

A insegurança, a hesitação que os idosos possuem, são completamente justificáveis, pois muitas vezes os bancos não disponibilizam ferramentas virtuais e informações de segurança suficientes para passar transmitir aos idosos, o que facilita a aplicação de golpes financeiros e furto de dados.

Não restam dúvidas que, o risco existente na atividade prestada pelas instituições bancárias, em especial no que tange a segurança de suas transações, é própria da sua natureza jurídica, sobretudo quando estes, os bancos, durante a pandemia, passam a prestar serviços bancários por meios eletrônicos, tendo por obrigação oferecer a máxima segurança e informação aos seus consumidores, na medida da sua vulnerabilidade.

Portanto, de fato, o isolamento social intensificou a ocorrência de fraudes bancários contra os idosos, e devem ser tomadas medidas, criar campanhas informativas elucidativas com a finalidade de alertar o público idoso sobre a coleta de dados na internet, o uso das plataformas digitais e, assim, simplificar a utilização de aplicativos tecnológicos para uma forma mais tranquila e segura.

REFERÊNCIAS

BOAS, M. A. V. **Estatuto do Idoso Comentado**. Grupo GEN, 2015. 978-85-309-6510-5. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-309-6510-5/>. Acesso em: 28 jul. 2021.

BRASIL (2003). **Estatuto do idoso**: lei federal nº 10.741, de 01 de outubro de 2003. Brasília, DF: Secretaria Especial dos Direitos Humanos, 2004. Ministério da Justiça. Código de Defesa do Consumidor. Decreto Presidencial nº 2.181, de 20 de março de 1997, Brasília, DF, 1997

BRASIL (2021). Tribunal de Justiça de São Paulo. TJ-SP - Apelação Cível: 10035836520198260533 SP 1003583-65.2019.8.26.0533, Relator: Airton Pinheiro de Castro, Data de Julgamento: 31/05/2021, 26ª Câmara de Direito Privado, Data de Publicação: 31/05/2021. Acesso em: 30 jun. 2021

BRASIL (2021). Tribunal de Justiça de São Paulo. TJSP; Apelação Cível 1000736-97.2021.8.26.0411; Relator (a): Sergio Gomes; Órgão Julgador: 37ª Câmara de Direito Privado; Foro de Pacaembu - 1ª Vara; Data do Julgamento: 24/09/2021; Data de Registro: 27/09/2021. Acesso em 30 set. 2021

BRASIL (2021). Tribunal de Justiça de São Paulo. TJSP; Apelação Cível 1000608-86.2021.8.26.0311; Relator (a): Hélio Nogueira; Órgão Julgador: 23ª Câmara de Direito Privado; Foro de Junqueirópolis - Vara Única; Data do Julgamento: 13/10/2021; Data de Registro: 13/10/2021. Acesso em: 20 out. 2021

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Disponível em: <https://scon.stj.jus.br/SCON/jt/toc.jsp> - Jurisprudência pág 11. Acesso em: 22 set. 2021.

BUTANTAN. **Pandemia**. Disponível em <https://butantan.gov.br/covid/butantan-tira-duvida/tira-duvida-noticias/entenda-o-que-e-uma-pandemia-e-as-diferencas-entre-surto-epidemia-e-endemia>. Acesso em: 28/out/2021

CAVALIERI. F. S. **Programa de Direito do Consumidor**. Grupo GEN, 2019. 9788597022414. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597022414/>. Acesso em: 28 out. 2021.

CENTRAL, Banco Brasil. **Estabilidade financeira**. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/estatisticaspix> Acesso em: 28 out. 2021

CENTRAL, Banco Brasil. **Estatísticas**. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/estatisticas/detalhamentoGrafico/graficospix/PixTransacoesPorIdade>. Acesso em: 28 out.2021.

CENTRAL, Banco Brasil. **PIX**. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/pix> Acesso em: 28 out. 2021

FEBRABAN. Federação Brasileira de Bancos. <https://portal.febraban.org.br/noticia/3513/pt-br/> Acesso em: 28 out. 2021.

FEDERAL, Caixa Econômica. **Internet banking**. Disponível em: <https://www.caixa.gov.br/atendimento/internet-banking/paginas/default.aspx>. Acesso em: 28 out. 2021

LIMA, M. C. **Direito do Consumidor** - 30 anos de CDC. Grupo GEN, 2020. 9788530992156. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788530992156/>. Acesso em: 28 out. 2021.

MARQUES, C. L. **Direito do Consumidor** - 30 anos de CDC. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2020. 9788530992156. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788530992156/>. Acesso em: 01 dez. 2021.

NUBANK. **Sobre nós**. Disponível em: <https://nubank.com.br/sobre-nos/> Acesso em: 28 out. 2021

NUNES, R. **Curso de direito do consumidor**. Saraiva, 2018. 9788553607532. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788553607532/>. Acesso em: 28 out. 2021.

SOUZA, S. C. de; WERNER, J. G. V; NEVES, T. F. C. **Direito do Consumidor**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2018. 9788530981273. Disponível em: **Erro! A referência de hiperlink não é válida.** 978853 0981273/. Acesso em: 01 dez. 2021.

TARTUCE, F. **Manual de Direito do Consumidor** - Direito Material e Processual - Vol. Único. Grupo GEN, 2020. 9788530989712. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788530989712/>. Acesso em: 28 out. 2021.

TERRA. **Bancos digitais**. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/dino/bancos-digitais-ganham-mais-espaco-durante-a-pandemia-e-permanecem-em-alta-no-mercado-financeiro,53a4da97ec1e04f00d5f73610e662bbecmaqoxj.html#:~:text=Em%20meio%20>

C3%A0%20pandemia%20da,segundo%20o%20Banco%20Central%20Brasileiro. Acesso em: 28 out. 2021

THEODORO Jr., Humberto. **Direitos do Consumidor**. Grupo GEN, 2020. 9788530992941. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788530992941/>. Acesso em: 28/out./2021.