

## DIREITO DO CONSUMIDOR: A FALTA DE INFORMAÇÃO AFETA O ACESSO À JUSTIÇA

CONSUMER LAW: LACK OF INFORMATION AFFECTS ACCESS TO JUSTICE

DERECHO DEL CONSUMIDOR: LA FALTA DE INFORMACIÓN AFECTA EL ACCESO A LA JUSTICIA

Yago Miranda Soares<sup>1</sup>

Daniele Vitória de Oliveira Pacheco<sup>2</sup>

Gustavo Alex dos Santos Marques<sup>3</sup>

Marcio de Jesus Lima do Nascimento<sup>4</sup>

Jane Mary Lopes Assef<sup>5</sup>

**RESUMO:** Este artigo analisou a informação como instrumento de proteção ao consumidor e os impactos de sua ausência no acesso à justiça e na equidade das relações de consumo. A pesquisa utilizou abordagem qualitativa exploratória, baseada em revisão bibliográfica e análise da legislação vigente, com foco nos princípios do Código de Defesa do Consumidor (CDC), como vulnerabilidade, boa-fé objetiva e confiança. O estudo abordou os direitos do consumidor, as obrigações dos fornecedores e os mecanismos de proteção do CDC, além das consequências da assimetria informacional na tomada de decisões. Os resultados demonstraram que a informação é essencial para equilibrar as relações de consumo, permitindo que os consumidores conheçam e exijam seus direitos. O avanço tecnológico intensificou a vulnerabilidade informacional, evidenciando a necessidade de proteção jurídica contra abusos e práticas enganosas. A desinformação perpetua práticas abusivas e reduz a efetividade da legislação consumerista. Conclui-se que transparência e acesso à informação são fundamentais para garantir a justiça no consumo. A atuação dos órgãos reguladores e políticas de educação para o consumo são essenciais para mitigar os impactos da vulnerabilidade informacional e promover um mercado mais seguro e equilibrado.

634

**Palavras-chave:** Consumidor. Informação. Justiça.

**ABSTRACT:** This article analyzed information as a tool for consumer protection and the impacts of its absence on access to justice and fairness in consumer relations. The research used an exploratory qualitative approach, based on a bibliographic review and analysis of current legislation, focusing on the principles of the Consumer Defense Code (CDC), such as vulnerability, objective good faith, and trust. The study addressed consumer rights, supplier obligations, and CDC protection mechanisms, as well as the consequences of informational asymmetry in decision-making. The results showed that information is essential for balancing consumer relations, allowing consumers to know and demand their rights. Technological advancements have intensified informational vulnerability, highlighting the need for legal protection against abuses and misleading practices. Misinformation perpetuates abusive practices and reduces the effectiveness of consumer legislation. It is concluded that transparency and access to information are fundamental to ensuring justice in consumption. The role of regulatory agencies and consumer education policies is essential to mitigate the impacts of informational vulnerability and promote a safer and more balanced market.

**Keywords:** Consumer. Information. Justice.

<sup>1</sup>Discente. Centro Universitário do Norte.

<sup>2</sup>Discente. Centro Universitário do Norte.

<sup>3</sup>Discente. Centro Universitário do Norte.

<sup>4</sup>Mestre em Ciências e Meio Ambiente.

<sup>5</sup>Doutora em Ciências Jurídicas e Sociais, Direito.

**RESUMEN:** Este artículo analizó la información como un instrumento de protección al consumidor y los impactos de su ausencia en el acceso a la justicia y la equidad en las relaciones de consumo. La investigación utilizó un enfoque cualitativo exploratorio, basado en una revisión bibliográfica y el análisis de la legislación vigente, con énfasis en los principios del Código de Defensa del Consumidor (CDC), como la vulnerabilidad, la buena fe objetiva y la confianza. El estudio abordó los derechos del consumidor, las obligaciones de los proveedores y los mecanismos de protección del CDC, además de las consecuencias de la asimetría informacional en la toma de decisiones. Los resultados demostraron que la información es esencial para equilibrar las relaciones de consumo, permitiendo que los consumidores conozcan y exijan sus derechos. Los avances tecnológicos han intensificado la vulnerabilidad informacional, destacando la necesidad de protección jurídica contra abusos y prácticas engañosas. La desinformación perpetúa prácticas abusivas y reduce la efectividad de la legislación de consumo. Se concluye que la transparencia y el acceso a la información son fundamentales para garantizar la justicia en el consumo. La actuación de los organismos reguladores y las políticas de educación para el consumo son esenciales para mitigar los impactos de la vulnerabilidad informacional y promover un mercado más seguro y equilibrado.

**Palabras clave:** Consumidor. Información. Justicia.

## INTRODUÇÃO

A falta de informação entre os consumidores representa uma barreira significativa para a efetiva proteção de seus direitos, comprometendo o acesso à justiça e a equidade nas relações de consumo. Muitos consumidores desconhecem as leis que os amparam e os mecanismos disponíveis para reivindicar seus direitos, o que os deixa vulneráveis a práticas abusivas e inibidos de buscar soluções legais. Esse cenário reforça a necessidade de estudos que abordem a importância da educação e da disseminação de informações sobre o direito do consumidor, permitindo uma atuação mais consciente e assertiva por parte da população.

O problema da desinformação também afeta diretamente a dinâmica das relações de consumo, uma vez que consumidores bem informados são capazes de tomar decisões mais conscientes e de exigir o cumprimento de seus direitos. A transparência nas relações de consumo contribui para um mercado mais equilibrado e justo, evitando abusos e promovendo maior segurança jurídica para ambas as partes. Dessa forma, este estudo busca analisar as consequências da falta de informação para os consumidores e discutir possíveis soluções para minimizar seus impactos.

Além dos desafios individuais enfrentados pelos consumidores, a desinformação também possui repercussões sociais e econômicas. A dificuldade de acesso à justiça e a recorrência de práticas abusivas resultam em um alto volume de litígios e encargos administrativos, sobrecarregando o sistema judiciário e gerando custos para toda a sociedade. Dessa forma, políticas públicas voltadas para a educação do consumidor e para a ampliação do

acesso à informação são essenciais para a construção de um ambiente de consumo mais justo e eficiente.

O estudo busca analisar como a falta de informação sobre os direitos do consumidor impacta o acesso à justiça e suas implicações para a proteção dos consumidores. Com isso, pretende-se contribuir para o aprimoramento das políticas de defesa do consumidor e estratégias que ampliem o acesso à informação e à justiça. A pesquisa será qualitativa, baseada em revisão bibliográfica, examinando estudos e legislações sobre o tema. Essa abordagem permitirá compreender os desafios da desinformação e sugerir medidas para fortalecer a proteção dos consumidores e equilibrar as relações de consumo.

## MÉTODOS

A metodologia deste estudo será estruturada a partir de uma pesquisa bibliográfica de caráter qualitativo. A investigação incidirá na análise de obras e estudos de autores especializados no campo do direito do consumidor, com foco nas implicações da falta de informação para a exigência dos direitos dos consumidores, considerando a legislação aplicável (Rodrigues, 2017).

Inicialmente, será realizada uma revisão detalhada da literatura, com uma coleta de livros, artigos acadêmicos, dissertações e teses que abordem o tema do direito do consumidor, especialmente no que se refere aos impactos da desinformação. As fontes serão selecionadas com base na relevância e na contribuição dos autores para o entendimento da importância da informação na proteção dos direitos dos consumidores.

Uma análise qualitativa dos materiais reunidos permitirá a identificação de conceitos centrais, teorias e argumentos que estabelecem a relação entre a falta de informação e a dificuldade de acesso à justiça por parte dos consumidores. A interpretação dos resultados envolverá uma análise crítica das contribuições teóricas, conectando as ideias dos autores com a prática do direito do consumidor.

Além disso, a pesquisa abordará a legislação brasileira que regula os direitos do consumidor, destacando como a norma trata da questão da informação e dos mecanismos de proteção previstos. Será examinado como a não observância dessas normas pode prejudicar o acesso à justiça, criando barreiras para os consumidores.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

O crescimento na oferta e demanda de produtos e serviços trouxe uma ampliação significativa das relações comerciais. Esse cenário evidencia a necessidade de mecanismos eficazes para a resolução de conflitos entre consumidores e fornecedores. Nesse contexto, desenvolvemos iniciativas destinadas à mediação e à proteção dos interesses dos consumidores, especialmente aquelas em situações de maior vulnerabilidade, ao mesmo tempo em que visam garantir os direitos dos fornecedores.

No Brasil, o Direito do Consumidor se destaca como uma área fundamental para equilibrar essas relações, garantindo os direitos dos consumidores e promovendo a harmonia entre as partes envolvidas. A Constituição Federal de 1988 foi um marco nesse sentido, confirmando a defesa do consumidor como um princípio essencial da ordem econômica, conforme o artigo 170, inciso V. A criação do Código de Defesa do Consumidor (CDC), por meio da Lei nº 8.078 /90, consolida esse avanço, estabelecendo um conjunto de normas para proteger os consumidores e garantir justiça nas relações de consumo.

O CDC define o consumidor como qualquer pessoa física ou jurídica que adquira produtos ou serviços como destinatário final, reconhecendo sua vulnerabilidade diante dos fornecedores. Esse princípio guia a legislação ao garantir mecanismos jurídicos que garantam equilíbrio nas relações comerciais e proteção contra abusos. Segundo Monteiro (2009), o CDC reflete uma abordagem interdisciplinar e multidisciplinar, conectando-se a diversas áreas do direito, como o constitucional, civil, penal e administrativo.

Entre os principais instrumentos previstos no artigo 5º do CDC para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, destacam-se: assistência jurídica gratuita para consumidores em situação de vulnerabilidade, criação de promotorias especializadas, delegacias de atendimento ao consumidor, juzizados especiais e estímulo as associações de defesa do consumidor. Esses mecanismos reforçam o compromisso com a proteção e facilitação do acesso à justiça para os consumidores. Além disso, o CDC enfatiza os direitos básicos do consumidor, como proteção à vida, saúde e segurança, acesso à informação clara sobre produtos e serviços, educação para o consumo consciente, proteção contra práticas abusivas e direito à reposição de danos. A inversão do ônus da prova em favor do consumidor, prevista em casos específicos, reflete uma preocupação com sua condição de vulnerabilidade e dificuldade em comprovar irregularidades nas relações de consumo.

De acordo com Silva (2023), o CDC não apenas promove a defesa dos direitos individuais dos consumidores, mas também contribui para um ambiente econômico mais equilibrado e justo. Ao garantir o acesso à informação e justiça, o Código estabelece uma base para o desenvolvimento econômico sustentável, pautado na equidade e justiça social. Nesse contexto, o princípio da vulnerabilidade do consumidor, previsto no Art. 4º, Inc. I, do Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/1990), reforça a posição de desvantagem do consumidor em relação ao fornecedor, seja por falta de conhecimento técnico, jurídico ou poder econômico. Esse princípio fundamenta a proteção legal ao consumidor, orientando as políticas públicas e as relações de consumo para garantir o equilíbrio, a justiça e a transparência no mercado, consolidando o Direito do Consumidor como um instrumento essencial para promover relações comerciais mais éticas e igualitárias.

O reconhecimento dessa vulnerabilidade é fundamental para garantir o direito de defesa do consumidor, conforme o artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal, que assegura o direito à proteção do consumidor e à regulamentação de suas normas por meio de um Código de Defesa do Consumidor, conforme disposto no artigo 48 do ADCT. A estrutura legal é justificada pela vulnerabilidade do consumidor, priorizando a definição de seus direitos e impondo obrigações aos fornecedores (Fuchs et al., 2020). Esse princípio também orienta a interpretação e a aplicação das normas, permitindo a inclusão de outras fontes jurídicas para a proteção do consumidor, conforme o artigo 7º do CDC: "Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais do Brasil seja signatário, da legislação internacional ordinária, de disposições expedidas pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivam dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade" (Vieira, 2024).

A interpretação dominante do princípio da vulnerabilidade limita a presunção de fraqueza do consumidor no mercado, justificando a criação de normas protetivas. No entanto, essa vulnerabilidade pode variar conforme características pessoais, econômicas, sociais e intelectuais de cada consumidor (Verbicaro, 2021).

Com o avanço das tecnologias da informação, surgiu uma quarta categoria de vulnerabilidade: a vulnerabilidade informacional, que abrange os riscos decorrentes do acesso desigual à informação e à manipulação de dados na era digital, enfatizando a necessidade de proteção jurídica nesse novo contexto. Nesse sentido, o princípio da boa-fé objetiva, que encontra respaldo na Constituição Federal, especificamente em seu artigo 3º, inciso I, reforça a

exigência do Código de Defesa do Consumidor (CDC) de que as partes atuem de forma honesta e cooperativa nas relações de consumo. Ao estabelecer como objetivo fundamental da República a construção de uma sociedade justa e solidária, esse princípio fortalece a necessidade de transparência e equilíbrio nas relações de consumo, especialmente diante dos desafios impostos pela era digital.

No contexto do CDC, a boa-fé objetiva é considerada um princípio orientador essencial, especialmente em contratos de longa duração, nos quais a abusividade pode surgir ao longo da execução do acordo. A legislação brasileira reflete essa preocupação nos artigos 4º, inciso III, e 51, inciso IV, do CDC. O artigo 4º destaca a necessidade de harmonizar os interesses dos consumidores e fornecedores, buscando conciliar proteção ao consumidor com o desenvolvimento econômico e tecnológico, sempre pautados na boa-fé. Já o artigo 51 determina a nulidade de cláusulas contratuais que desrespeitem a boa-fé, como aquelas que criam obrigações desvantajosas ou desequilibradas para o consumidor.

Além disso, o princípio da boa-fé objetiva tem como objetivo garantir o equilíbrio e a transparência nas relações de consumo, funcionando como uma regra de conduta a ser observada por todas as partes envolvidas. Sua aplicação busca evitar abusos e garantir que as relações contratuais sejam pautadas por abusos mútuos e respeito.

Em contrapartida, a boa-fé subjetiva foca no aspecto psicológico e na percepção das partes envolvidas. Como destaca Wolff et al. (2023), trata-se de avaliar se a parte tinha ciência de eventuais irregularidades, vícios ou defeitos em produtos ou serviços. Essa abordagem busca promover a justiça nas relações de consumo, garantindo que as interações entre consumidores e fornecedores sejam baseadas na transparência e na responsabilidade. Assim, o CDC articula os princípios de boa-fé objetiva e subjetiva para proteger os consumidores, promovendo relações comerciais mais equilibradas e justas, enquanto assegura o desenvolvimento econômico sustentável. Nesse contexto, o princípio da informação se destaca como um elemento central nas relações jurídicas, especialmente no Direito do Consumidor, garantindo que todas as partes envolvidas tenham acesso claro, completo e preciso às informações fornecidas sobre produtos, serviços ou contratos, assegurando transparência e equidade nas interações comerciais. Esse princípio visa reduzir as desigualdades de conhecimento, promovendo a transparência e possibilitando decisões mais conscientes. Ele impõe aos fornecedores a obrigação de fornecer informações detalhadas sobre características, riscos, preços, condições e direitos, garantindo confiança, equilíbrio e proteção nas relações de

consumo.

No Brasil, o princípio da informação é fundamental no Código de Defesa do Consumidor (CDC), sendo consagrado no artigo 6º, inciso III. Esse princípio assegura ao consumidor o direito de receber informações claras e precisas em linguagem acessível sobre produtos e serviços, permitindo-lhe tomar decisões informadas. O objetivo é garantir que os consumidores estejam totalmente informados sobre as características, qualidade, riscos e preços dos produtos e serviços que adquirem (Ferreira, 2022).

A transparência na comunicação entre fornecedores e consumidores é um dos aspectos centrais desse princípio. Os fornecedores devem fornecer informações verídicas e específicas, evitando práticas enganosas ou omissões que possam gerar desinformação. Isso inclui dados sobre a composição do produto, instruções de uso, garantias, prazos de validade e outras informações essenciais que podem influenciar a decisão de compra do consumidor (Soares, 2024).

Além disso, conforme o princípio da informação tem como objetivo proteger os consumidores de práticas prejudiciais e abusivas. Ao garantir o acesso a informações completas, os consumidores podem identificar riscos e tomar decisões mais seguras, evitando sua vulnerabilidade nas relações de consumo. Isso é especialmente relevante em setores onde os consumidores são mais suscetíveis a fraudes ou enganos, como na aquisição de produtos alimentícios, medicamentos e serviços financeiros.

640

De acordo com Girão et. al. (2024), o princípio da informação também está vinculado à promoção da educação para o consumo. Para garantir que os consumidores tenham acesso a informações adequadas, o CDC estimula a formação de um consumidor mais consciente e crítico, que possa exigir seus direitos e fazer escolhas mais alinhadas com suas necessidades. Por isso, a informação não é apenas um direito do consumidor, mas também uma ferramenta essencial para fortalecer a sua posição no mercado e garantir relações de consumo mais justas e equilibradas.

Nesse sentido Neto et. al. (2023), o princípio da confiança, consagrado pelo artigo 30 do Código de Defesa do Consumidor (CDC), desempenha um papel fundamental nas relações de consumo, especialmente no que diz respeito à vinculação do fornecedor à oferta. Essa vinculação cria uma obrigação pré-contratual que visa proteger as expectativas dos consumidores ao realizarem contratações. Assim, quando um fornecedor faz uma oferta de produto ou serviço, ele deve honrar os termos dessa oferta, evitando frustrações que poderiam

resultar em desconfiança e insegurança nas transações comerciais.

Além de assegurar que as ofertas sejam cumpridas, o princípio da confiança também garante ao consumidor a adequação dos produtos e serviços oferecidos. Isso significa que os consumidores têm o direito de esperar que os bens e serviços adquiridos estejam em conformidade com as características anunciadas, evitando riscos e prejuízos que possam surgir de produtos defeituosos ou serviços inadequados. Essa proteção é essencial para promover a segurança e a satisfação do consumidor, fundamentais em um mercado competitivo (Marquese et al., 2024).

Para Rocha et. al (2024), o ressarcimento do consumidor em situações de insolvência ou abuso por parte do fornecedor. Quando uma empresa não cumpre suas obrigações ou desvia-se de sua função, os consumidores devem ter garantias de que poderão ser compensados por eventuais danos. Isso estabelece um ambiente de responsabilidade e transparência nas relações comerciais, assegurando que os fornecedores respondam por suas ações e protejam os direitos dos consumidores. Segundo Silva (2020), o princípio da confiança também regula aspectos da inexecução contratual por parte do próprio consumidor. Essa dimensão do princípio reconhece que, em certas circunstâncias, o consumidor pode não cumprir suas obrigações contratuais, e é necessário que haja um equilíbrio nas consequências desse comportamento.

641

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) busca assegurar que as sanções aplicadas ao consumidor em casos de inexecução contratual sejam justas e proporcionais, refletindo o equilíbrio entre os direitos e deveres das partes. Essa abordagem visa evitar penalidades abusivas ou desproporcionais, promovendo um ambiente de confiança e equidade nas relações de consumo. Assim, fornecedores e consumidores são incentivados a agir de forma responsável e ética, reforçando a proteção ao consumidor sem desconsiderar as obrigações contratuais.

Além disso, a falta de informação sobre os direitos do consumidor pode impactar diretamente o acesso à justiça, dificultando a conscientização e a busca por reparação em casos de abuso ou violação de direitos. Isso ressalta a importância de uma comunicação clara e eficaz para garantir que os consumidores estejam cientes de seus direitos, promovendo uma maior proteção e equidade no mercado.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, evidencia-se que o Código de Defesa do Consumidor (CDC) desempenha um papel essencial na proteção dos consumidores e na promoção de um mercado mais equilibrado e justo. A partir da Constituição Federal de 1988, que consolidou a defesa do consumidor como um princípio fundamental da ordem econômica, e da promulgação da Lei nº 8.078/90, o CDC estabeleceu diretrizes claras para assegurar direitos e regular as relações de consumo. O reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor frente aos fornecedores é um dos pilares do CDC, garantindo proteção jurídica por meio de mecanismos eficazes, como a inversão do ônus da prova e a imposição de sanções a práticas abusivas. Ademais, princípios como o da informação e da boa-fé objetiva são essenciais para promover a transparência e a equidade nas relações de consumo, evitando abusos e fortalecendo a confiança do consumidor no mercado. A evolução das relações de consumo, impulsionada pelo avanço tecnológico, trouxe desafios adicionais, como a vulnerabilidade informacional. Esse novo aspecto reforça a necessidade de garantir ao consumidor acesso adequado à informação e proteção contra manipulação de dados e publicidade enganosa, especialmente no ambiente digital.

Outro ponto relevante é a importância do acesso à justiça como meio de garantir a efetivação dos direitos do consumidor. A existência de instituições como Procons, Ministério Público, Defensorias Públicas e Juizados Especiais fortalece a resolução de conflitos, permitindo que consumidores em situação de vulnerabilidade busquem reparação de forma acessível e eficaz. Portanto, garantir a efetividade dos direitos do consumidor requer um compromisso contínuo com a educação para o consumo, a fiscalização das práticas comerciais e o aprimoramento das normas existentes. Somente assim será possível assegurar um ambiente de consumo justo, transparente e equilibrado, no qual consumidores e fornecedores possam atuar de forma ética e responsável, contribuindo para o desenvolvimento econômico sustentável e a proteção dos direitos fundamentais dos consumidores.

## REFERÊNCIAS

- FERREIRA, MMB. O comportamento do consumidor no setor de beleza e a sustentabilidade: o panorama português. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 2022, 19 p.
- FUCHS A. Direito do consumidor: reflexões quanto aos impactos da pandemia de covid-19. São Paulo: Escola Paulista de Magistratura, 2020; 362p.

GIRÃO AO, FROTA VM. A periculosidade nas práticas comerciais das agências bancárias junto aos consumidores hipervulneráveis na cidade de Manaus. *Revista Delos*, 2024; 17(61): 1–25.

MARQUESE, RB. *Sistemas, tempos e espaços*, Rio Grande do Sul: LabMundi, 2024; 296p.

MONTEIRO, UC. Uma avaliação em profundidade do programa criança feliz no estado do ceará: reconstrução da trajetória institucional e seus significados sob o olhar dos gestores (as). *Dessertaça* (Mestrado em Políticas Públicas) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2009, 313 p.

NETO AVC, QUADROS JFB. As consequências da publicidade enganosa e como isso fere os direitos dos consumidores. *Direito, Desenvolvimento e Cidadania*, 2023; 1(1): 63–83.

ROCHA MRM, LISOWSKI CS, GOMES JA. O consumidor superendividado e os programas municipais de proteção e defesa do consumidor: uma visão prática posterior a aplicabilidade da Lei 14181/21 e os reflexos na esfera judicial. *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo*, 2024; 1(2): 342–358.

RODRIGUES, G. Atribuições, competências e demandas do serviço social no ministério público: uma análise da prática profissional e seus tensionamentos na região sul. *Tese (Doutorado em Serviço Social)* - Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2017, 357 p.

SILVA, J. H. DA. A proteção do consumidor na economia do compartilhamento: um estudo sobre a responsabilidade civil das plataformas digitais - O caso airbnb. *Dissertação (Mestrado em Ciências Jurídica)* - Centro Universitário de João Pessoa, João Pessoa, 2023, 67 p.

643

SILVA, LCDS. Desafios para o consumo sustentável de crédito: a tutela dos (hiper)vulneráveis entre o superendividamento e o cadastro (im)positivo. *Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Direito)* - Universidade Federal de Pernambuco, Recife. 2020, 111 p.

SOARES TF, NUNES SM. Parâmetros dos direitos do consumidor digital. *Revista Multidisciplinar do Nordeste Mineiro*, 2024; 3(4): 1–14.

VERBICARO D, VIEIRA J. A nova dimensão da proteção do consumidor digital diante do acesso a dados pessoais no ciberespaço. *Revista de Direito do Consumidor*, 2021; 134(1): 195–226.

VIEIRA S S S, DANTAS WRS. Os desafios da proteção do consumidor no comércio eletrônico. *Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação*, 2024; 10(5): 2721–2732.

WOLFF CJ, OLIVEIRA AA. Direito do consumidor: marketing e a proteção do consumidor. *Revista Farol*, 2023; 3(1): 1–19.