



IMPACTOS TECNOLÓGICOS NA VIDA CONTEMPORÂNEA: A HIPERVULNERABILIDADE DOS IDOSOS NO CIBERESPAÇO

TECHNOLOGICAL IMPACTS ON CONTEMPORARY LIFE: THE HIPERVULNERABILITY OF THE ELDERLY IN CYBERSPACE

Bruna Ewerling*
Ana Paula Koenig**
Rogerio da Silva***

Resumo: O presente trabalho tem como objetivo analisar os impactos tecnológicos na vida contemporânea, com foco específico na hipervulnerabilidade dos idosos no ciberespaço. A temática se justifica em razão da influência das transformações tecnológicas na sociedade contemporânea, sendo inseridas nas relações de consumo e gerando impactos tanto negativos quanto positivos aos consumidores hipervulneráveis, como os idosos. Nesse sentido, a problemática cinge-se em: é possível concluir, a partir da análise dos impactos tecnológicos na vida contemporânea, que os idosos estão mais vulneráveis no ciberespaço? O artigo inicia com uma breve conceitualização dos impactos tecnológicos na sociedade contemporânea. Na sequência, estuda-se especificamente a relação eletrônica de consumo. Por fim, realiza-se uma análise sobre a intensificação, ou não, das vulnerabilidades dos consumidores no comércio eletrônico, em especial dos idosos. Para a elaboração deste trabalho, foi empregada a pesquisa bibliográfica exploratória, com a utilização da metodologia indutiva na abordagem e do procedimento bibliográfico.

Palavras-chaves: ciberespaço; comércio eletrônico; hipervulnerabilidade dos idosos; impactos tecnológicos; relação de consumo.

Abstract: The present work aims to analyze the technological impacts on contemporary life, with a specific focus on the hypervulnerability of the elderly in cyberspace. The theme is justified by the influence of technological transformations in contemporary society, which are inserted into consumer relations and generate both negative and positive impacts on hypervulnerable consumers, such as the elderly. In this sense, the problem is limited to: is it possible to conclude, based on the analysis of technological impacts on contemporary life, that the elderly are more vulnerable in cyberspace? The article begins with a brief conceptualization of the technological impacts on contemporary society. Next, the electronic consumer relationship is specifically studied. Finally, an analysis is carried out on the intensification, or

*Especialista em Direito Digital pela Universidade de Passo Fundo (UPF). Mestranda em Direito na UPF. Endereço: Prédio da Faculdade de Direito, Br 285, Km 292,7, Bairro São José, CEP 99052-900, Passo Fundo, RS. E-mail: 166442@upf.br

**Graduada em Direito pela UPF. Pós-graduada em Direito Imobiliário, Registral e Notarial pela Unisc. Pós-graduada em Direito Agrário e do Agronegócio pela FMP. Mestranda em Direito na UPF. Endereço: Prédio da Faculdade de Direito, Br 285, Km 292,7, Bairro São José, CEP 99052-900, Passo Fundo, RS. E-mail: 142248@upf.br

*** Doutor e Mestre em Direito pela Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), Diretor da Faculdade de Direito da Universidade de Passo Fundo, professor do PPG-Direito UPF. Endereço: Prédio da Faculdade de Direito, Br 285, Km 292,7, Bairro São José, CEP 99052-900, Passo Fundo, RS. E-mail: rogerio@upf.br.



not, of the vulnerabilities of consumers in e-commerce, especially the elderly. To prepare this paper, exploratory bibliographic research was used, using the inductive methodology in the approach and the bibliographic procedure.

Keywords: cyberspace; e-commerce; hypervulnerability of the elderly; technology impacts; consumer relationship.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objeto o estudo dos impactos tecnológicos na vida contemporânea, com foco específico na hipervulnerabilidade dos idosos no ciberespaço. A presente temática se justifica em razão da influência das transformações tecnológicas na sociedade atual, especialmente nas relações de consumo. Essas transformações podem ter efeitos tanto negativos quanto positivos para consumidores hipervulneráveis, como os idosos.

A crescente popularização da internet e dos *smartphones*, que já estava em curso na sociedade, e as restrições impostas durante o período pandêmico da Covid-19 conferiram ao comércio eletrônico um papel ainda mais proeminente. Esse cenário intensificou a adoção do comércio *online*, atingindo públicos que antes não eram habituados a essa modalidade de consumo. Nesse contexto, ao analisar o ciberespaço, é perceptível que ele apresenta riscos e desafios, em especial no que tange à vulnerabilidade do ser humano.

Reflexões sobre os impactos tecnológicos na vida contemporânea, em específico a hipervulnerabilidade dos idosos no ciberespaço, refletem socialmente e necessitam o ensejo de debates aprofundados. Assim, é pertinente a discussão sobre a adequação do ambiente digital para os diversos perfis de consumidores, visando a concretização das relações de consumo. Então, a presente pesquisa cinge-se na seguinte questão: é possível concluir, a partir da análise dos impactos tecnológicos na vida contemporânea, que os idosos estão mais vulneráveis no ciberespaço? Para abordar essa problemática, foram formuladas duas hipóteses: a primeira sugere que, de fato, os idosos estão mais vulneráveis no ciberespaço, enquanto a segunda hipótese refuta essa afirmação.

O artigo inicia com uma breve conceitualização dos impactos tecnológicos na vida contemporânea. Na sequência, estuda-se especificamente a relação eletrônica de consumo. Por fim, realiza-se uma análise sobre a intensificação, ou não, das vulnerabilidades do consumidor no comércio eletrônico, em especial dos idosos. Diante do exposto, para a elaboração deste trabalho, foi empregada a pesquisa bibliográfica exploratória, com o uso da metodologia indutiva na abordagem e da pesquisa bibliográfica, consultando doutrinas, artigos científicos e revistas jurídicas.

2 IMPACTOS TECNOLÓGICOS NA VIDA CONTEMPORÂNEA

O mundo está passado por um processo de transformação inédito em razão do estado da arte da tecnologia e da sua evolução exponencial. Apesar de ser trivial inaugurar uma discussão sobre os impactos dos avanços tecnológicos na sociedade moderna com tal afirmação, ela é verídica e desencadeia mudanças constantes em diversos aspectos da vida cotidiana.¹

¹ “Apesar do lugar-comum, a constatação não deixa de ser verdadeira: a evolução tecnológica provoca mudanças céleres e intensas em nossa sociedade, colocando em xeque estruturas institucionais, regras jurídicas e consensos sociais anteriormente válidos. Não por acaso, tais fenômenos costumam ser descritos como integrantes de uma ‘revolução’, de uma ‘disrupção’ ou de uma ‘quebra de paradigmas’” (Wimmer; Doneda, 2021, p. 1).



A revolução tecnológica e científica vivenciada pela sociedade contemporânea vem alterando profundamente as estruturas sociais, além de reacender discussões sobre os limites da intervenção humana no ambiente e sua regulação. A relevância da relação entre tecnologia e transformações sociais torna esse tema recorrente em diversas áreas do conhecimento – desde debates acadêmicos e sociopolíticos até as artes.

Ao longo da história, a humanidade vivenciou diferentes marcos de evolução, com formas de organização social que refletem o elemento central de seu desenvolvimento, tais como: a sociedade agrícola, a industrial, a pós-industrial e, atualmente, a da informação (Castells, 2020). A partir da segunda década do século XXI, com a ampliação do acesso à internet móvel de forma global, as tecnologias informacionais tornaram-se onipresentes. Hoje, todos os âmbitos da vida humana – pessoal, profissional, público e privado – encontram-se permeados por novas tecnologias (Caldas; Caldas, 2019).

A questão é ainda mais intensificada pelo desenvolvimento e pela aplicação da inteligência artificial. Tecnologias que há pouco tempo pareciam distantes do cotidiano e restritas a filmes de ficção científica estão cada vez mais integradas ao cotidiano, promovendo mudanças paradigmáticas na interação entre as pessoas e com o ambiente ao seu redor. A artificialização da inteligência consiste na capacidade dos sistemas informatizados em simular funções humanas (Conselho Nacional de Justiça, 2020). Esses sistemas não se limitam a executar comandos pré-programados, eles também possuem capacidades de perceber o ambiente e analisar dados para tomada de decisões. Assim, a informação passa a ser matéria-prima essencial na sociedade, mediada por uma rede globalizada de tecnologia:

As tecnologias de informação, diferentemente das máquinas do século XIX, já não são apenas objetos exteriores ao corpo humano que podem ser desligados e guardados, mas dispositivos que integram estruturas sociais de comunicação e potencializam operações, e, por isso, eles já não podem ser simplesmente desligados ou guardados (Simioni, 2021, p. 4).

Em um curto espaço de tempo, a sociedade evoluiu significativamente na universalização da aplicação de recursos de automação, fenômeno chamado de “revolução das Tecnologias da Informação e Comunicação” (TICs). É importante ressaltar que a “tecnologia” não se restringe apenas aos recursos informáticos, ela abrange um processo que tem relação com o ser humano desde o início de sua existência, diferenciando-o dos demais animais (Galdino *et al.*, 2013). A tecnologia pode estar relacionada a processos de gestão e controle, bem como a materiais físicos diversos, desde ferramentas simples até computadores sofisticados.

A “técnica” pode ser entendida como o conjunto de ações dos seres humanos sobre a natureza, melhorando instrumentos que os auxiliam em suas necessidades. A reunião e a sistematização dessas ações compõem a “tecnologia”, que representa o estado da técnica em um determinado momento (Doneda, 2019). Portanto, a tecnologia não é um fim em si mesma, mas, sim, um meio utilizado para a obtenção de um estado de conhecimento relacionado à melhoria de bens e serviços, podendo alterar toda uma estrutura organizacional, como é visto na sociedade da informação.

Com a Segunda Guerra Mundial, houve o desenvolvimento da telefonia como modelo de comunicação global, especialmente na década de 1970, com os primeiros computadores e sua rede de compartilhamento criados para propósitos militares. O aperfeiçoamento e a melhoria da internet já foram planejados desde a década de 1960, por pesquisadores da Agência de Projetos de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa dos Estados Unidos (Darpa),



responsáveis pela concepção da primeira rede de computadores, Arpanet, construída em 1969. Esse modelo se tornou a base de uma teia de comunicação horizontal global composta por milhares de redes de computadores (Castells, 2013).

A partir da década de 1980, a concentração da telefonia e da computação acentuou a difusão da informática pelo mundo, interligando redes de conexão e interação, possibilitando um novo material base para o desempenho de atividades em toda a estrutura social. Desde então, o emprego das TICs passou a ser implementado em diversas atividades, permitindo uma conexão universal. A onipresença das TICs é uma característica marcante da sociedade da informação, tornando a vida no século XXI uma rede global interligada em tempo real.

Essa sociedade da informação seria inconcebível sem a conexão e a distribuição de dados em escala global, possibilitadas pelo emprego das TICs em uma rede mundial de computadores, para sustentar o grande fluxo de informações (Lehfeld *et al.*, 2021). Para viabilizar esse cenário, os processos de existência individual e coletiva são penetrados pelo efeito da tecnologia, moldando-se a ela para manter sua coerência (Silveira, 2021). O formato de difusão da rede tecnológica permite sua expansão crescente e a fluidez organizacional, garantindo uma adaptação constante às relações capitalistas globalizadas, complexas e voláteis.

Diante desse cenário, pesquisas relacionadas às preocupações com os impactos do desenvolvimento tecnológico sobre a pessoa são pautadas em inúmeras áreas do conhecimento. Esses estudos, que se configuram como multidisciplinares, são constantemente renovados, pois acompanham o processo de modernização e a influência dos métodos informativos na vida humana, implicando a necessidade de constante reinvenção da privacidade (Rodotà, 2008).

As novas tecnologias de informação apresentam-se como agentes de transformação nas mais diversas áreas: desde a moral, perpassando pela ética, pela ciência, pelo direito e pela economia, com alterações significativas ocorrendo inclusive no âmbito da subjetividade humana, quanto à percepção de tempo, espaço, responsabilidade, memória, privacidade e autonomia (Vesce, [2020?]). Como visto, as tecnologias de informação transformam o meio social e, conseqüentemente, as formas pelas quais se dão as relações de consumo. Logo, a crescente ligação entre tecnologia e consumo resulta na temática “relação eletrônica de consumo”, a qual será melhor explanada a seguir.

3 A RELAÇÃO ELETRÔNICA DE CONSUMO

As medidas de distanciamento social para enfrentamento da Covid-19 a partir de 2020 trabalharam como elemento de intensificação do comércio digital e inseriram uma nova gama de consumidores no formato digital de compras (Domingues; Silva; Souza, 2021). É indubitável dizer que a pandemia transformou inúmeros aspectos da sociedade e, juntamente com o exponencial avanço das inovações tecnológicas da informação, acelerou uma forma de relação de consumo: o comércio eletrônico. Essa modalidade demonstrou-se capaz de trazer comodidade, segurança e facilidade para o consumidor, permitindo que este continuasse a usufruir de produtos e serviços no conforto de sua residência, mantendo o distanciamento social (Miragem, 2021)².

A célere capacidade de resposta da internet às restrições de circulação de pessoas impostas pela pandemia e a ampla oferta de soluções de consumo via comércio eletrônico

² “O que parecia uma consequência inafastável do avanço da tecnologia da informação acelerou-se com a pandemia: o consumo pela internet — o comércio eletrônico — passou a contemplar uma série de produtos e serviços tradicionalmente oferecidos no mundo físico. O distanciamento social fez com que a aquisição de produtos mais diversos, consultas médicas e com uma série de outros profissionais, serviços de educação, encontros e congressos profissionais, entre outros, passassem a se realizar pela internet” (Miragem, 2021).



propiciaram a disseminação dessa modalidade de relação consumerista, inclusive com a intensificação no consumo digital por públicos que até então não estavam tão presentes nesse formato de compras, como os idosos.

De acordo com a Neotrust – fonte de dados e inteligência a respeito do *e-commerce* no Brasil –, o comércio eletrônico do país apresentou um faturamento de 161 bilhões de reais em 2021, crescimento de 26,9% em relação a 2020. O número de pedidos aumentou 16,9%, com 353 milhões de entregas (Costa, 2022). O consumo eletrônico no período pandêmico reflete parte das questões positivas que a internet proporcionou ao consumidor: o acesso *online* a diversos serviços essenciais e a interação digital das pessoas a despeito das barreiras físicas.

Em termos conceituais, o comércio eletrônico é definido, na lição da professora Cláudia Lima Marques (2003), como a atividade comercial realizada por meio de contratações à distância, as quais ocorrem através de ferramentas eletrônicas, como e-mail e internet, ou por meios de telecomunicações de massa (telemarketing, TV, etc.), sem a presença física simultânea dos dois contratantes, consumidor e fornecedor, no mesmo lugar.

Para o Estado, que preza pela livre iniciativa de mercado, o consumo é tido como elemento fundamental da ordem econômica, razão pela qual o consumidor, que ocupa tanto o lugar de fomentador da cadeia consumerista como o de parte mais frágil da relação, merece especial proteção. Conforme delineado pelo Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 2º (Brasil, 1990), o consumidor é toda pessoa jurídica ou física que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Do outro lado, tem-se a figura do fornecedor, pessoa ou ente despersonalizado que pratica ato típico da cadeia produtiva colocando à disposição do mercado um produto ou serviço (Azevedo, 2009 apud Santin, 2023, p. 30). A definição legal de fornecedor encontra-se no artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor³.

A relação de consumo entre as partes, no âmbito do comércio *online*, ocorre por meio de contratos eletrônicos. O diferencial dessa contratação encontra-se na forma em que é celebrada, o ambiente digital. Nunes (2021, apud Darwich, Souza, Feio, 2022, p. 4) estabelece que essa modalidade contratual se refere a um contrato de adesão, também conhecido como condições gerais.

A questão dos contratos eletrônicos é que, em geral, caso não sejam completamente aceitas as cláusulas impostas pelos fornecedores, ocorre a impossibilidade de utilização do serviço ou de aquisição do bem pelo consumidor. Esse fato leva à aceitação de cláusulas sem o conhecimento adequado sobre seus efeitos e sobre o uso dos dados fornecidos, caracterizando uma típica contratação por adesão⁴.

As cláusulas dos contratos celebrados de forma eletrônica muitas vezes encontram-se em desacordo com o Direito, apresentando textos pouco legíveis, em letras pequenas e de difícil compreensão, com diversas informações técnicas, especificamente no tocante a questões jurídicas. Esses aspectos prejudicam o pleno exercício de direitos básicos dos consumidores e intensificam suas vulnerabilidades (Darwich; Souza; Feio, 2022).

³ “Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços” (Brasil, 1990).

⁴ “Art. 54. Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo. [...]. § 3º Os contratos de adesão escritos serão redigidos em termos claros e com caracteres ostensivos e legíveis, cujo tamanho da fonte não será inferior ao corpo doze, de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor. § 4º As cláusulas que implicarem limitação de direito do consumidor deverão ser redigidas com destaque, permitindo sua imediata e fácil compreensão” (Brasil, 1990).



Em que pese a necessidade tenha sido um elemento essencial para o crescimento do consumo *online*, também constitui fatores relevantes a celeridade e a facilidade de contratação proporcionadas pelo meio digital. O ato de comprar tornou-se tão rápido quanto um clique, fato que fomenta as aquisições por impulso ou por desejo de adequação às expectativas sociais (Darwich; Souza; Feio, 2022). A pesquisa intitulada Consumo Online no Brasil, desenvolvida pela Edelman a pedido da Paypal, aponta que 84,5% dos brasileiros entrevistados afirmaram que compram e pagam *online* sempre que possível, e cerca de 98% consideraram mais fácil e prática a experiência de comprar *online* (Fernandes, 2021).

Um dos grandes desafios gerados pelo comércio eletrônico refere-se à assimetria de informação na captação e no tratamento de dados por meio dos mecanismos de inteligência artificial no ambiente digital. Não se pode negar o poder analítico e decisório dos algoritmos, capazes de mapear gostos e preferências de milhares de usuários das plataformas digitais e criar um ambiente favorável às comparações entre serviços, produtos e fornecedores, oferecendo uma personalização da experiência do consumidor na rede.

Contudo, é justamente sobre o consumidor que recai o ônus da assimetria de informação, uma vez que, nesse sistema de economia de dados, ele se transforma na mercadoria pelo provimento de informações aos fornecedores, para que estes fomentem o seu consumo através da publicidade direcionada. Tal comportamento pode ser facilmente reconhecido ao realizar pesquisas dentro de sites de compras: a simples busca por um produto acarreta a reprodução de publicidade e anúncios sobre o conteúdo da busca, de modo a fomentar o desejo do consumidor.

Doneda (2019) refere-se ao *profiling* como modalidade de tratamento de dados pessoais. O sistema consiste no mapeamento de perfis comportamentais com base em informações coletadas, de modo a possibilitar previsibilidade sobre comportamentos futuros, especialmente no mercado de consumo.

A prática da publicidade direcionada, definida por Verbicaro e Vieira (2021) como a lógica algorítmica que busca a exploração de forma irracional e a compulsão do consumidor, repercute diretamente sobre o âmbito da liberdade, diante da potencial redução do seu poder de escolha sob os efeitos do marketing predatório.

Como demonstram Verbicaro e Calandrini (2022), há dois institutos que coadunam para o assédio consumerista. O primeiro, o marketing *online*, ocorre quando o consumidor, através de seu cadastro, recebe um direcionamento de conteúdos e promoções, e o segundo, o marketing comportamental, quando a tecnologia de inteligência artificial, por meio dos *cookies*, cria perfis balizados pelas informações coletadas dos consumidores. Portanto, na rede, os consumidores estão suscetíveis à realização de compras sem o pleno conhecimento dos termos da contratação através de contratos de adesão, à assimetria de informação em relação aos seus dados e à publicidade direcionada.

O Código de Defesa do Consumidor reconheceu, em seu art. 4º, Inciso I⁵, a vulnerabilidade dos consumidores, princípio do direito consumerista que visa proteger o consumidor do desequilíbrio na relação de consumo (Brasil, 1990). Cavalieri Filho (2022) estabelece três espécies de vulnerabilidade: fática, técnica e jurídica. A vulnerabilidade fática diz respeito à desigualdade de capacidade econômica e social dos agentes econômicos em relação ao consumidor. Em relação à técnica, os consumidores encontram-se vulneráveis frente

⁵ “Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo; [...]” (Brasil, 1990).



aos fornecedores, pois estes detêm as informações específicas com relação aos bens e aos serviços produzidos. Por fim, a vulnerabilidade jurídica relaciona-se à ausência de conhecimento pelo consumidor dos seus direitos.

Por conta de circunstâncias específicas, sejam fatores como idade, limitações físicas ou baixo nível de escolaridade, alguns sujeitos estão ainda mais suscetíveis ao tratamento abusivo, razão pela qual surgiu no Direito brasileiro a figura da hipervulnerabilidade. A decisão proferida pelo Ministro Herman Benjamin no Recurso Especial nº 586.316 - MG (2003/0161208-5) é paradigmática na questão:

O Código de Defesa do Consumidor, é desnecessário explicar, protege todos os consumidores, mas não é insensível à realidade da vida e do mercado, vale dizer, não desconhece que há consumidores e consumidores, que existem aqueles que, no vocabulário da disciplina, são denominados hipervulneráveis, como as crianças, os idosos, os portadores de deficiência, os analfabetos e, como não poderia deixar de ser, aqueles que, por razão genética ou não, apresentam enfermidades que possam ser manifestadas ou agravadas pelo consumo de produtos ou serviços livremente comercializados e inofensivos à maioria das pessoas (Brasil, 2009, p. 23).

Nota-se que o ordenamento brasileiro fomenta a proteção do consumidor, em cumprimento ao rol de garantias e direitos fundamentais previstos no artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição⁶. A Carta Magna estabelece, além do respeito ao trabalho humano, livre iniciativa e justiça social, que a ordem econômica deve observar os direitos dos consumidores⁷ (Brasil, 1988).

É de extrema relevância, nesse contexto, o debate sobre a contratação de bens e serviços no meio digital. Embora ofereça benefícios, a tecnologia traz novos desafios para a relação de consumo, especialmente no que se refere às questões de privacidade, autonomia, consentimento e interesse do consumidor, promovendo novas e aprofundadas vulnerabilidades. Assim, busca-se construir um ambiente equilibrado, capaz de oferecer todos os aspectos positivos do comércio eletrônico de forma segura e transparente ao consumidor.

Por muito tempo, tem sido discutida a necessidade de proteção dos direitos fundamentais no meio digital (Sarlet, 2021). Apesar dos benefícios trazidos pela automação, ela também apresenta riscos à personalidade imersa no ambiente virtual. As barreiras geográficas não são as únicas fragilizadas com o uso de recursos informáticos; a proteção da pessoa humana e de suas qualidades intrínsecas também é afetada.

Com a migração das relações de consumo para o meio digital, os consumidores enfrentam a necessidade de se adaptar ao ambiente virtual. Nesse contexto, as pessoas perdem seus referenciais tradicionais e tornam-se ainda mais vulneráveis, especialmente devido à exposição à publicidade. Portanto, as vulnerabilidades são acentuadas no ciberespaço, tornando a posição do consumidor mais frágil nas relações de consumo (Otero; Yaegashi; Kaminura, 2023). Diante disso, resta evidente a intensificação das vulnerabilidades do consumidor idoso no que tange ao comércio eletrônico, questão detalhada no próximo tópico deste trabalho.

⁶ “Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: [...] XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor; [...]” (Brasil, 1988).

⁷ “Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: [...] V - defesa do consumidor; [...]” (Brasil, 1988).



4 A INTENSIFICAÇÃO DAS VULNERABILIDADES DO CONSUMIDOR IDOSO NO COMÉRCIO ELETRÔNICO

Os elementos que permeiam a relação eletrônica de consumo corroboram a ideia de que as tecnologias digitais, especialmente a internet, exercem uma influência profunda na sociedade contemporânea. Essas tecnologias mudam não apenas as práticas cotidianas, mas também as relações sociais, econômicas e culturais. Nesse contexto, é fundamental compreender os impactos dessas tecnologias à luz dos direitos fundamentais e do consumidor.

A internet, enquanto principal meio de comunicação e interação digital, possibilitou o surgimento de uma sociedade em rede, conectada e informacional, projetada pela instantaneidade das informações, pela ampliação do acesso ao conhecimento e pela interconexão global. Essa realidade trouxe novos comportamentos, expectativas e formas de sociabilidade, alterando significativamente a dinâmica social (Castells, 2013).

Apesar dos relevantes benefícios proporcionados pelas tecnologias digitais, é necessário considerar que o ciberespaço também apresenta riscos e desafios, principalmente no que diz respeito à vulnerabilidade do ser humano. A facilidade de acesso a dados pessoais e sensíveis, a propagação de notícias falsas, a exposição à violência virtual, o *cyberbullying* e outros tipos de crimes cibernéticos são apenas algumas das ameaças que os indivíduos enfrentam no ambiente digital (Turkle, 2011).

É preciso considerar que a vulnerabilidade no ciberespaço não se restringe apenas aos aspectos fáticos, técnicos ou jurídicos, mas também envolve questões psicossociais e culturais. A falta de habilidades digitais, a engenhosidade dos perigos *online*, a dependência excessiva das tecnologias e a sensação de anonimato podem potencializar a exposição dos indivíduos a situações de risco e abusos (Miller, 2012).

Além disso, é importante destacar que determinados grupos sociais, como os idosos, têm a hipervulnerabilidade intensificada no ciberespaço. A falta de familiaridade com as tecnologias digitais, o baixo nível de escolaridade digital, limitações visuais e a dificuldade de discernimento diante das informações veiculadas de forma *online* tornam os idosos alvos para golpes virtuais, fraudes, manipulações e superendividamentos (Madruga, 2018).

Diante desse panorama, o ordenamento jurídico pátrio deve estar apto a aplicar as normas de proteção já existentes, bem como a aperfeiçoá-las para enfrentar os desafios do ambiente digital (Miragem, 2021). Torna-se evidente a necessidade de políticas públicas e ações educativas voltadas para a promoção da segurança digital e da capacitação tecnológica da população idosa, com a finalidade de mitigar os riscos e impactos negativos das tecnologias digitais sobre esse grupo hipervulnerável.

A Lei n. 10.741 (Brasil, 2003), conhecida como Estatuto do Idoso, estabelece que aqueles com idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos são considerados idosos para fins legais e de proteção etária. Também, o artigo 230⁸ da Constituição estabelece o dever da família, da sociedade e do Estado de ampará-los, de modo a assegurar a participação na comunidade e promover a defesa de sua dignidade e seu bem-estar (Brasil, 1988).

O envelhecimento, portanto, não se trata de enfermidade ou de condição incapacitante, mas requer um olhar cauteloso quanto às possíveis dificuldades e fragilidades decorrentes do etarismo, em especial no que tange à inserção dos idosos no ambiente digital. Diversas pesquisas corroboram o aumento da utilização de ferramentas digitais pelos idosos no Brasil e

⁸ “Art. 230. A família, a sociedade e o Estado têm o dever de amparar as pessoas idosas, assegurando sua participação na comunidade, defendendo sua dignidade e bem-estar e garantindo-lhes o direito à vida” (Brasil, 1988).



no mundo. Dados do Pew Research Center divulgados em janeiro de 2022 demonstram que, nos Estados Unidos, o número de pessoas com 65 anos ou mais que possuem *smartphone* cresceu de 46% para 61%, e daqueles que fazem uso das mídias sociais foi de 37% para 45%, entre 2018 e 2021. No Brasil, a Pesquisa CETIC Domicílios do Cetic.br aponta o significativo aumento no acesso à internet por usuários com 60 anos ou mais: de 34% em 2019 para 54% em 2021 (Febraban, 2022).

Uma das principais causas da vulnerabilidade dos idosos no ciberespaço reside na falta de familiaridade e habilidade com as tecnologias digitais. Muitos não tiveram acesso à educação digital durante sua vida adulta, o que os torna menos aptos a lidar com os desafios e perigos do ambiente virtual (Barlow, 2013). Segundo pesquisa da Febraban (2022), ao questionar os brasileiros a respeito do principal sentimento das pessoas de 60 anos e mais em relação a internet, redes sociais e ferramentas digitais, 45% citaram medo e insegurança. Ainda, a maioria (entre 55% e 65%), e sobretudo as pessoas acima de 60 anos, observa que os idosos possuem dificuldade para utilizar as ferramentas tecnológicas; que eles têm pouco ou nenhum conhecimento e familiaridade com as ferramentas digitais; e que não confiam ou não se sentem seguros com elas.

A desinformação e a falta de discernimento diante das informações veiculadas nas plataformas digitais podem tornar os idosos mais suscetíveis a golpes virtuais e fraudes, já que, muitas vezes, as informações contidas nos anúncios não respeitam direitos básicos que estão estabelecidos no Código de Defesa do Consumidor, tais como: (i) o direito à informação e o dever de informar; (ii) proteção contra publicidade enganosa e/ou abusiva; (iii) proteção contra práticas e cláusulas abusivas (Brasil, 1990). A disseminação de notícias falsas e a manipulação de informações também contribuem para aumentar a vulnerabilidade desse grupo, que não possui conhecimentos e recursos necessários para verificar a veracidade das informações (Hochschild, 2016).

É importante destacar que os jovens também são considerados vulneráveis no meio digital. Embora sejam nativos digitais tenham crescido em meio a um cenário tecnológico, compreendendo e utilizando a tecnologia com naturalidade e preferência, essa familiaridade não se traduz necessariamente em proficiência e segurança no uso das tecnologias. Isso os torna suscetíveis ao uso acrítico dessas ferramentas (Henriques; Pita; Hartung, 2021).

Outro aspecto relevante a ser considerado é a questão da privacidade e da segurança dos dados pessoais dos idosos. Com o avanço das tecnologias de monitoramento e coleta de dados, os idosos estão cada vez mais expostos à violação de sua privacidade e ao uso indevido de suas informações pessoais por empresas e instituições. A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) reflete a importância da defesa do consumidor como um de seus fundamentos, buscando proteger os dados dos indivíduos nas relações de consumo, inclusive em ambientes virtuais (Lehfeld *et al.*, 2021).

Diante desses desafios, é fundamental que sejam desenvolvidas políticas e estratégias específicas para proteger os idosos no ambiente digital.⁹ Isso inclui a promoção da alfabetização digital, o desenvolvimento de ferramentas e recursos acessíveis e amigáveis para esse público, a criação de mecanismos de denúncia e proteção contra fraudes e abusos, além da garantia de privacidade e segurança dos seus dados pessoais.

⁹ Destaca-se o Projeto de Lei n. 3415/2015, que visa alterar a Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para fins de aperfeiçoamento de disposições gerais e disposição sobre o comércio eletrônico (Brasil, 2015).



Discutem-se novas preocupações sobre a vulnerabilidade nas relações de consumo devido às influências digitais. Destaca-se, entre elas, a vulnerabilidade informacional, caracterizada pela capacidade reduzida de autodeterminação do indivíduo, que direciona sua conduta por meio de recursos digitais. Além disso, alerta-se para a vulnerabilidade algorítmica, na qual o consumidor se torna mais suscetível aos estímulos impulsionados por algoritmos baseados em inteligência artificial (Otero; Yaegashi; Kaminura, 2023).

Recentemente, foi sancionada a Política Nacional de Educação Digital, que visa potencializar o acesso da população brasileira aos recursos digitais, com foco especial nas comunidades mais vulneráveis. Essa legislação busca ampliar o acesso à tecnologia em diferentes frentes, fortalecer a inclusão digital, promover a educação digital, oferecer capacitação e especialização digital, além de fomentar a pesquisa na área digital (Brasil, 2021).

Todo esse escopo confirma que, além da vulnerabilidade virtual que afeta o consumidor em geral, existem grupos de consumidores particularmente hipervulneráveis, como enfermos, idosos, crianças, adolescentes, portadores de deficiências físicas e analfabetos. Esses indivíduos enfrentam uma vulnerabilidade acentuada no ambiente digital, caracterizado por alta volatilidade e tecnicidade (Schmitt, 2014).

As pesquisas sobre tecnologia e a hipervulnerabilidade do consumidor destacam a importância de considerar questões como acessibilidade, usabilidade e os impactos psicossociais da tecnologia na vida dessa população. É fundamental desenvolver dispositivos e aplicativos que atendam às necessidades específicas dos idosos e promovam um uso equilibrado, assegurando seu bem-estar no ambiente digital. Este trabalho é apenas um ponto de partida e a discussão sobre seus impactos deve ser aprofundada e ampliada, para buscar uma proteção mais eficaz dos grupos hipervulneráveis.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo teve como objetivo analisar os impactos tecnológicos na vida contemporânea, com foco na hipervulnerabilidade dos idosos no ciberespaço. Verificou-se que as novas tecnologias impactam significativamente as relações de consumo e afetam particularmente os consumidores idosos. A revisão bibliográfica realizada revelou que as tecnologias digitais transformaram profundamente as práticas sociais, culturais e econômicas, proporcionando benefícios consideráveis, mas também trazendo desafios e riscos, especialmente para os indivíduos mais vulneráveis.

O estudo averiguou que a popularização da internet e dos *smartphones*, intensificada com a pandemia de Covid-19, acelerou a adoção de meios eletrônicos e ampliou a oferta de soluções de consumo via comércio eletrônico. Esse crescimento fez com que o comércio eletrônico se disseminasse como uma modalidade de relação consumerista imediata, alcançando consumidores que antes não estavam familiarizados com essa forma de compra, incluindo idosos, crianças, analfabetos e outros grupos vulneráveis.

A pesquisa também revelou que o comércio eletrônico, especialmente durante o período pandêmico, proporcionou impactos positivos aos consumidores, oferecendo o acesso a uma grande oferta de produtos e serviços no formato *online*. Porém, em contraponto, também destacou os riscos existentes no ciberespaço e que afetam em maior parte consumidores hipervulneráveis como os idosos, que podem ser vítimas de fraudes, ataques e crimes cibernéticos.

Nesse sentido, a pesquisa confirma que, ao analisar os impactos tecnológicos na vida contemporânea, especialmente a hipervulnerabilidade no ciberespaço, os idosos se encontram em uma posição de maior vulnerabilidade. A falta de habilidades e familiaridade com as



tecnologias digitais, junto com a disseminação de informações falsas e a violação da privacidade e da segurança dos dados pessoais, contribui para aumentar essa vulnerabilidade. Portanto, é fundamental que sejam desenvolvidas políticas e estratégias específicas para proteger esse grupo, promovendo a inclusão digital, a capacitação tecnológica e a garantia de seus direitos no ambiente digital.

REFERÊNCIAS

BARLOW, John Perry. A declaration of the independence of cyberspace. *In*: RHEINGOLD, H. (ed.). **The virtual community: homesteading the frontier**. Reading, MA: Addison Wesley, 2013. p. 268-277.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei n. 3514 de 2015**. Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para aperfeiçoar as disposições gerais do Capítulo I do Título I e dispor sobre o comércio eletrônico, e o art. 9º do Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942 (Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro), para aperfeiçoar a disciplina dos contratos internacionais comerciais e de consumo e dispor sobre as obrigações extracontratuais. Brasília, DF: Câmara dos Deputados, 2015. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2052488>. Acesso em: 23 abr. 2024.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 11 set. 1990.

BRASIL. **Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003**. Dispõe sobre o Estatuto da Pessoa Idosa e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 1º out. 2003. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.741.htm. Acesso em: 23 abr. 2024.

BRASIL. **Lei nº 14.155, de 17 de junho de 2021**. Institui a Política Nacional de Educação Digital e altera a Lei nº 9.478, de 10 de agosto de 1997, que dispõe sobre a política nacional de educação ambiental. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 18 jun. 2021.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial n. 586.316**. Recorrente: Ministério Público do Estado de Minas Gerais. Recorrido: Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação - ABIA. Relator: Min. Herman Benjamin. Brasília, DF, 17 de abril de 2007. Diário da Justiça, Brasília, DF, 19 de março de 2009. Disponível em: https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=200301612085&dt_publicacao=19/03/2009. Acesso em: 16 dez. 2023.

CALDAS, Camilo Onoda Luiz; CALDAS, Pedro Neris Luiz. Estado, democracia e tecnologia: conflitos políticos e vulnerabilidade no contexto do big-data, das fake news e das shitstorms. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 24, n. 2, p. 196-220, abr./jun. 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pci/a/4qKvdJBT8sQshQdhfrz8jN/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 12 fev. 2023.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da Internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.



CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Tradução de Roneide Venancio Majer. 22. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2020.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Direito do Consumidor**. São Paulo: Atlas, 2022. E- book. 9786559772766. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559772766/>. Acesso em: 03 set. 2022.

CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA. **Plataforma Sinapses / Inteligência Artificial**. 2020. Disponível em: <https://www.cnj.jus.br/sistemas/plataforma-sinapses/inteligencia-artificial>. Acesso em: 15 nov. 2023.

COSTA, Mariana. Com pandemia, vendas pela internet crescem 27% e atingem R\$ 161 bi em 2021. **Jornal Estado de Minas**, 2 fev. 2022. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2022/02/02/internas_economia,1342064/com-pandemia-vendas-pela-internet-crescem-27-e-atingem-r-161-bi-em-2021.shtml. Acesso em: 10 abr. 2024.

DARWICH, Beatriz Lheis; SOUZA, Leonardo Sa de Barros; FEIO, Thiago Alves. Da proteção de dados à violação de direitos básicos: como os contratos eletrônicos são um meio para o agravamento da hipervulnerabilidade do consumidor. **Revista Jurídica do CESUPA**, v. 3, n. 2, 2022.

DOMINGUES, Juliana Oliveira; SILVA, Alaís Ap. Bonelli da; SOUZA, Henrique Monteiro Araujo de. **Inteligência artificial nas relações de consumo: reflexões à luz do histórico recente**. 2021. Disponível em: https://www.direitorp.usp.br/wp-content/uploads/2021/11/AI-nas-Relacoes-de-consumo_FINAL.pdf. Acesso em: 13 mar. 2023.

DONEDA, Danilo. **Da privacidade à proteção de dados pessoais: fundamentos da lei geral de proteção de dados**. 2. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

FEBRABAN. **A inclusão digital dos idosos**. 2022. Disponível em: <https://cmsarquivos.febraban.org.br/Arquivos/documentos/PDF/RELATÓRIO%20OBSERVATÓRIO%20FEBRABAN%20GERAL%20-%20INCLUSÃO%20DIGITAL%20DOS%20IDOSOS%20-%20SET%202022-1.pdf>. Acesso em: 23 abr. 2024.

FERNANDES, Divalva. **1 em cada 4 brasileiros querem manter compras online diárias após a pandemia**. 2021. Disponível em: <https://www.e-commercebrasil.com.br/noticias/brasileiros-compras-online-coronavirus>. Acesso em: 22 set. 2022.

GALDINO, Jean Carlos da Silva; LIMA, Artemilson Alves de; MAIA, Deborah Vieira de Alencar; LEMOS, Elizama das Chagas; QUEIROZ, Maria Jane de (org.). **Curso de informática avançada**. Natal: IFRN Editora, 2013.

HENRIQUES, Isabella; PITA, Marina; HARTUNG, Pedro. A proteção de dados pessoais de crianças e adolescentes. *In*: MENDES, Laura Schertel; DONEDA, Danilo; SARLET, Ingo



Wolfgang; RODRIGUES JUNIOR, Otavio Luiz (coord.). **Tratado de proteção de dados pessoais**. Rio de Janeiro: Forense, 2021. p. 199-225.

HOCHSCHILD, Arlie Russell. **The power of strangers: the rise of collective action in the digital age**. Tradução para o chinês por Du Wenjun. Beijing: CITIC Press, 2016.

LEHFELD, Lucas de Souza; CELIOT, Alexandre; SIQUEIRA, Oniye Nashara; BARUFI, Renato Britto. A (hiper)vulnerabilidade do consumidor no ciberespaço e as perspectivas da LGPD. **Revista Eletrônica Pesquiseduca**, Santos, v. 13, n. 29, p. 236-255, 2021. Disponível em: <https://periodicos.unisantos.br/pesquiseduca/article/view/1029/902>. Acesso em: 10 mar. 2024.

MADRUGA, Roberto. **Gestão do relacionamento e customer experience: a revolução na experiência do cliente**. São Paulo: Atlas, 2018.

MILLER, Daniel. **The internet: an ethnographic approach**. Oxford: Berg Publishers, 2012.

MIRAGEM, Bruno. **O direito do consumidor pós-pandemia**. Consultor Jurídico, 17 de março de 2021. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2021-mar-17/garantias-consumo-direito-consumidor-pos-criese-covid-19>. Acesso em: 11 mar. 2022.

OTERO, Cleber Sanfelici; YAEGASHI, João Gabriel; KAMINURA, Larissa Nader. Tecnologias digitais na contemporaneidade: reflexões acerca da vulnerabilidade do ser humano no ciberespaço. **Revista Brás**, 2023.

RODOTÀ, Stefano. **A vida na sociedade de vigilância: a privacidade hoje**. Tradução de Danilo Doneda e Luciana Cabral Doneda. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

SANTIN, Douglas Roberto Winkel. **A hipervulnerabilidade digital do consumidor diante do comércio eletrônico, da inteligência artificial e da internet das coisas**. Revista da Defensoria Pública RS, Porto Alegre, ano 14, v. 2, n. 33, p. 22-43, 2023.

SARLET, Ingo Wolfgang. Fundamentos constitucionais: o direito fundamental à proteção de dados. In: MENDES, Laura Schertel; DONEDA, Danilo; SARLET, Ingo Wolfgang; RODRIGUES JUNIOR, Otavio Luiz (coord.). **Tratado de proteção de dados pessoais**. Rio de Janeiro: Forense, 2021. p. 21-59.

SCHMITT, Cristiano Heineck. **Consumidores hipervulneráveis: a proteção do idoso no mercado de consumo**. São Paulo: Atlas, 2014.

SIMIONI, Rafael. Direito e a hipótese da autopoiese tecnológica: um diálogo com Luhmann e a pintura de Richard Lindner. **Revista Direito Mackenzie**, v. 15, n. 3, p. 1-25, 2021. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5935/2317-2622/direitomackenzie.v15n314950>. Acesso em: 16 dez. 2023.

SILVEIRA, Ana Cristina de Melo. **O compliance como medida preventiva ao cyberbullying: em busca da efetivação de proteção da criança e do adolescente na sociedade**



da informação. Orientador: Leonardo Macedo Poli. 2021. 293f. Tese (Doutorado em Direito) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2021.

TURKLE, Sherry. **Alone together**: why we expect more from technology and less from each other. New York: Basic Books, 2011.

VERBICARO, Dennis; CALANDRINI, Jorge. Nudges na proteção de dados pessoais no ciberespaço: um empurrão para incentivar decisões racionais dos consumidores. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 142, p. 185-214, jul. 2022. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/362680745_NUDGES_NA_PROTECAO_DE_DADOS_PESSOAIS_NO_CIBERESPACO_UM_EMPURRAO_PARA_INCENTIVAR_DECIS_OES_RACIONAIS_DOS_CONSUMIDORES. Acesso em: 22 nov. 2022.

VERBICARO, Dennis; VIEIRA, Janaína. A nova dimensão da proteção do consumidor digital diante do acesso a dados pessoais no ciberespaço. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 134, p. 195-226, mar. 2021. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/351102783_A_NOVA_DIMENSAO_DA_PROTECAO_DO_CONSUMIDOR_DIGITAL_DIANTE_DO_ACESSO_A_DADOS_PESSOAIS_NO_CIBERESPACO. Acesso em: 22 nov. 2022.

VESCE, Gabriela. **Exclusão digital**. [2020?]. Disponível em: www.infoescola.com/sociologia/exclusao-digital/amp/. Acesso em: 8 jun. 2020.

WIMMER, Miriam; DONEDA Danilo. Inteligência artificial, ética e epistemologia: o encontro da tecnologia com as ciências sociais. **RDP**, Brasília, DF, v. 18, n. 100, 7-17, out./dez. 2021. Disponível em: <https://www.portaldeperiodicos.idp.edu.br/direitopublico/article/view/6213/pdf>. Acesso em: 16 dez. 2023.