



UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA – UNEB
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E TECNOLOGIAS – DCHT
CURSO DE BACHARELADO EM DIREITO

HUMBERTO AGUIAR SANTOS
SARAH CALITA OLIVEIRA ARAÚJO

**“BASTA SÓ UM CLICK”... PARA QUEM? A HIPERVULNERABILIDADE
TECNOLÓGICA DA PESSOA IDOSA CONSUMIDORA**

BRUMADO-BA
2025

**HUMBERTO AGUIAR SANTOS
SARAH CALITA OLIVEIRA ARAÚJO**

**“BASTA SÓ UM CLICK”... PARA QUEM? A HIPERVULNERABILIDADE
TECNOLÓGICA DA PESSOA IDOSA CONSUMIDORA**

Monografia apresentada ao Departamento de Ciências Humanas e Tecnologias da Universidade do Estado da Bahia – UNEB/Campus XX, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito.

Orientação: Prof.^a Dra. Glenda Felix Oliveira

Professor de TCC: Prof. Dr. Sc. Carlos Fernando Faria Leite

BRUMADO-BA
2025

**HUMBERTO AGUIAR SANTOS
SARAH CALITA OLIVEIRA ARAÚJO**

**“BASTA SÓ UM CLICK”... PARA QUEM? A HIPERVULNERABILIDADE
TECNOLÓGICA DA PESSOA IDOSA CONSUMIDORA**

Banca Examinadora:

ORIENTADORA

Prof.^a. Dra. Glenda Felix Oliveira
Universidade do Estado da Bahia – UNEB

Prof. Me. Gilberto Batista Santos
Universidade do Estado da Bahia – UNEB

Prof.^a. Dra. Micheline Flores
Universidade do Estado da Bahia - UNEB

Brumado/BA, ____ / ____ / ____.

Dedicamos este trabalho aos nossos pais e a todos aqueles que, de alguma forma, contribuíram e estiveram ao nosso lado durante essa jornada.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos, antes de tudo, a Deus, por iluminar nossos caminhos e fortalecer nossa fé, fonte essencial de disciplina, persistência e coragem ao longo desta caminhada acadêmica. Manifestamos nossa gratidão à nossa orientadora, Glenda Felix, pela dedicação, paciência e valiosa orientação durante todas as etapas deste Trabalho de Conclusão de Curso. Por fim, estendemos nossos sinceros agradecimentos a todos os professores do curso de Direito da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), pela excelência e compromisso com o ensino, em especial ao professor Fernando Leite, pelas orientações, pela amizade e pelo exemplo de profissionalismo que tanto nos inspirou ao longo desta jornada.

“A inclusão acontece quando se aprende com as diferenças, e não com as igualdades.”

- Paulo Freire

RESUMO

O presente estudo investiga a hipervulnerabilidade tecnológica da pessoa idosa nas relações de consumo contemporâneas, analisando como a acelerada digitalização dos serviços intensifica desigualdades e compromete direitos fundamentais desse grupo populacional. O estudo examina o conceito de consumidor no ordenamento jurídico brasileiro e os princípios norteadores do código de defesa do consumidor, com ênfase na vulnerabilidade como elemento basilar da proteção consumerista. Aprofunda-se na caracterização da hipervulnerabilidade da pessoa idosa no contexto digital, explorando as manifestações práticas desse fenômeno em situações cotidianas, como serviços bancários, restaurantes com cardápios digitalizados, sistemas de autoatendimento e plataformas de saúde. A pesquisa identifica os principais desafios para a inclusão digital da pessoa idosa consumidora, incluindo limitações físicas, cognitivas e de familiaridade tecnológica, além da carência de políticas públicas efetivas. Fundamentando-se em uma abordagem qualitativa e dedutiva, de cunho exploratório e análise bibliográfica e documental, o trabalho evidencia a insuficiência do arcabouço normativo atual para proteger adequadamente este grupo hipervulnerável no ambiente digital. Conclui-se pela necessidade urgente de mecanismos jurídicos específicos e iniciativas de inclusão digital que considerem as particularidades do envelhecimento, garantindo que o avanço tecnológico não represente fator adicional de exclusão social para as pessoas idosas.

Palavras-chave: Inclusão Digital; Relação de Consumo; Autonomia.

ABSTRACT

This study investigates the technological hypervulnerability of older adults in contemporary consumer relations, analyzing how the accelerated digitization of services intensifies inequalities and compromises the fundamental rights of this population group. The study examines the concept of consumer in the Brazilian legal system and the guiding principles of the consumer protection code, with an emphasis on vulnerability as a fundamental element of consumer protection. It delves into the characterization of the hypervulnerability of older adults in the digital context, exploring the practical manifestations of this phenomenon in everyday situations, such as banking services, restaurants with digital menus, self-service systems, and health platforms. The research identifies the main challenges for the digital inclusion of elderly consumers, including physical and cognitive limitations and lack of technological familiarity, in addition to the lack of effective public policies. Based on a qualitative and deductive approach, exploratory in nature and involving bibliographic and documentary analysis, the study highlights the inadequacy of the current regulatory framework to adequately protect this hyper-vulnerable group in the digital environment. It concludes that there is an urgent need for specific legal mechanisms and digital inclusion initiatives that take into account the particularities of aging, ensuring that technological advances do not represent an additional factor of social exclusion for older people.

Keywords: Digital Inclusion; Consumer Relations; Autonomy.

LISTA DE ABREVIações E SIGLAS

Art. - Artigo

CDC - Código de Defesa do Consumidor

NTIC - Novas Tecnologias da Informação e Comunicação

UNIMED - União de Médicos

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	11
2. CONSUMIDOR NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO	15
2.1. PRINCÍPIOS NORTEADORES DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	17
2.2 A VULNERABILIDADE COMO PRINCÍPIO BASILAR DO DIREITO DO CONSUMIDOR.....	19
3. O FENÔMENO DA HIPERVULNERABILIDADE.....	23
3.1. A PESSOA IDOSA COMO SUJEITO HIPERVULNERÁVEL NAS RELAÇÕES DE CONSUMO	25
3.2. A TUTELA JURÍDICA DAS RELAÇÕES DE CONSUMO NA ERA DIGITAL	28
4. A HIPERVULNERABILIDADE TECNOLÓGICA DA PESSOA IDOSA CONSUMIDORA-----	32
4.1. MANIFESTAÇÕES DA HIPERVULNERABILIDADE TECNOLÓGICA NAS RELAÇÕES DE CONSUMO	33
4.2. DESAFIOS DA INCLUSÃO DIGITAL PARA A POPULAÇÃO IDOSA	39
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	45
REFERÊNCIAS	49

1. INTRODUÇÃO

O Código de Defesa do Consumidor, intitulado sob a égide da Lei nº 8.078/90, possui como escopo geral, normas e princípios norteadores das relações de consumo baseados na própria Constituição Federal de 1988, com a finalidade principal de atender os anseios dos consumidores e protegê-los de possíveis arbitrariedades promovidas pelos fornecedores. Neste sentido, torna-se imprescindível refletir que, dentro deste cenário consumerista, há grupos de consumidores que possuem vulnerabilidades mais acentuadas e assim, encontram-se mais suscetíveis de serem prejudicados com “facilidade” pelas intempéries das relações consumeristas.

Ao tratarmos especificamente da pessoa idosa consumidora, o presente trabalho tem por objetivo principal, analisar a hipervulnerabilidade deste grupo, correlacionando este estudo com a onda tecnológica que paira sobre a sociedade vigente, de modo que, simples tarefas, como olhar um cardápio no restaurante, marcar exames pelo plano de saúde ou utilizar serviços bancários tornaram-se “pesados” para a pessoa idosa que possui dificuldades para lidar com estes avanços.

O lapso existente entre a longevidade da vida e o avanço exponencial das tecnologias, traz uma reflexão crítica sobre a inserção das inovações tecnológicas e dispositivos digitais que alteraram profundamente a formatação do cotidiano do ser humano. Neste sentido, usufruir da senescência da melhor forma, significa também desempenhar e engajar-se na era digital.

O idadismo frente a pessoa idosa consumidora, tornou-se um obstáculo à inclusão digital, criando estereótipos diversos e na sua maior parte, negativos, frente ao envelhecimento natural. Isto porque, envelhecer tornou-se sinônimo de incapacidade e obsolescência em uma sociedade que valoriza a inovação constante e a adaptabilidade imediata às novas tecnologias.

Este cenário se agrava quando observamos que a maioria dos serviços essenciais migraram rapidamente para plataformas digitais sem oferecer alternativas adequadas ou períodos de transição que considerassem as particularidades desse público. A digitalização acelerada dos serviços bancários, de saúde, de alimentação

e de transporte não foram acompanhadas por políticas efetivas de inclusão digital para a população idosa, criando assim, verdadeiras barreiras ao exercício pleno da cidadania e do direito básico de consumo.

O ordenamento jurídico brasileiro, embora contemple o Estatuto da Pessoa Idosa (Lei nº 10.741/2003) e reconheça a vulnerabilidade acentuada deste grupo nas relações de consumo, ainda carece de mecanismos práticos e eficazes que garantam o acesso equitativo aos bens e serviços essenciais na era digital. As instituições públicas e privadas frequentemente negligenciam a necessidade de interfaces mais intuitivas, letras maiores, linguagem simplificada e canais alternativos de atendimento que respeitem as limitações físicas e cognitivas naturais do envelhecimento.

Diante deste panorama, torna-se fundamental questionar: De que forma pode-se haver equilíbrio entre o avanço tecnológico necessário com o respeito às particularidades da pessoa idosa consumidora que cresce exponencialmente no Brasil? Quais adaptações o mercado de consumo precisa implementar para assegurar que a população idosa não seja marginalizada no acesso a produtos e serviços essenciais?

Este trabalho busca, portanto, não apenas analisar a hipervulnerabilidade da pessoa idosa nas relações de consumo contemporâneas, mas também propor caminhos para a construção de uma sociedade mais inclusiva, na qual o avanço tecnológico não signifique exclusão, mas sim uma oportunidade de melhorar a qualidade de vida de todos os cidadãos, independentemente de sua idade ou familiaridade com as novas tecnologias.

Esta pesquisa justifica-se pela necessidade de compreender e enfrentar os impactos da rápida digitalização nas relações de consumo da pessoa idosa. A migração compulsória de serviços essenciais para plataformas digitais, como transações bancárias, agendamentos médicos e compras, cria barreiras significativas para este grupo populacional, configurando uma hipervulnerabilidade tecnológica que transcende o mero desconforto e compromete direitos fundamentais.

O estudo preenche uma lacuna acadêmica ao explorar especificamente a interseção entre vulnerabilidade consumerista e exclusão digital das pessoas idosas consumidoras, tema insuficientemente abordado na literatura especializada. Possui relevância social ao evidenciar como a tecnologia, que deveria facilitar a vida cotidiana, paradoxalmente apresenta desigualdades preexistentes quando não considera as particularidades deste grupo.

A pesquisa contempla ainda dimensões éticas e educacionais, questionando a responsabilidade social corporativa e propondo estratégias de alfabetização digital específicas para pessoas idosas. Com caráter propositivo, busca não apenas diagnosticar problemas, mas soluções práticas que possam inspirar políticas públicas mais eficazes e práticas empresariais mais inclusivas, contribuindo para a construção de uma sociedade digitalmente mais equitativa.

Para alcançarmos o objetivo geral, qual seja, analisar como a hipervulnerabilidade tecnológica da pessoa idosa consumidora se manifesta nas relações de consumo cotidianas e examinar a eficácia do ordenamento jurídico brasileiro na proteção deste grupo contra práticas abusivas no contexto da digitalização dos serviços, desenvolvemos três principais objetivos específicos que nos darão direção para a análise dos resultados.

O primeiro deles, dentro de um panorama geral do que compreendemos como pessoa consumidora, se perfaz no próprio conceito de consumidor à luz do Código de Defesa do Consumidor, objetivando definir os princípios mais relevantes para a elucidação do tema e relacioná-los à pessoa idosa consumidora. Por conseguinte, buscaremos explorar o significado de “vulnerabilidade” e compreender a diferença e os grupos que se encaixam no conceito de “hipervulnerabilidade”, dando ênfase para a pessoa idosa consumidora.

Por fim, como finalização desta discussão, serão analisadas as manifestações desta nas relações de consumo, acompanhadas desta hipervulnerabilidade tecnológica, bem como, os desafios enfrentados por este grupo, propondo a

cooperação das normas brasileiras vigentes para a proteção da pessoa idosa consumidora.

A presente pesquisa adota o método qualitativo e dedutivo, de cunho exploratório e descritivo, pautado em análise bibliográfica e documental. Serão examinados artigos, dissertações e dispositivos legais, como o Código de Defesa do Consumidor e o Estatuto da Pessoa Idosa. A abordagem empregada privilegia a interpretação das normas jurídicas à luz dos princípios constitucionais e das demandas específicas das pessoas idosas consumidoras, buscando identificar lacunas na proteção legal e propor soluções práticas. A abordagem interdisciplinar articula direito, economia e sociologia, considerando a complexidade do tema e suas múltiplas dimensões.

O presente trabalho acadêmico está estruturado em três capítulos principais. No primeiro capítulo, "Consumidor no Ordenamento Jurídico Brasileiro", abordaremos os fundamentos do Direito do Consumidor no Brasil, explorando os princípios essenciais que orientam o Código de Defesa do Consumidor e destacando a vulnerabilidade como conceito central que justifica a proteção especial conferida ao consumidor nas relações de consumo.

Adiante, indo para o segundo capítulo, "Hipervulnerabilidade", aprofundaremos o conceito de vulnerabilidade agravada, com foco específico na pessoa idosa como sujeito hipervulnerável nas relações de consumo, além de analisarmos como o ordenamento jurídico brasileiro protege o consumidor no contexto digital contemporâneo. Por fim, no capítulo quatro, "A Hipervulnerabilidade Tecnológica da Pessoa Idosa", investigaremos as particularidades da vulnerabilidade tecnológica enfrentada pela população idosa, examinando as diversas manifestações desta hipervulnerabilidade nas relações de consumo, identificando situações problemáticas e por fim, os obstáculos à inclusão digital enfrentados por este grupo etário e possíveis soluções para garantir maior proteção a este grupo vulnerável.

2. CONSUMIDOR NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO

O conceito de consumidor representa um dos elementos fundamentais para a adequada aplicação do Código de Defesa do Consumidor (CDC). O art. 2º da Lei nº 8.078/90 estabelece que "Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final". (Brasil, 1990). Essa definição, aparentemente simples, gerou intensos debates doutrinários e jurisprudenciais acerca de sua abrangência e limites.

A expressão "destinatário final", elemento central da definição legal, tornou-se o ponto de divergência entre diferentes correntes doutrinárias que buscam delimitar quem efetivamente pode ser considerado consumidor para fins de proteção legal. Esse debate resultou na formação de três principais teorias interpretativas, quais sejam, a finalista, maximalista e a mista (ou finalista mitigada).

A teoria finalista, também conhecida como subjetiva, adota uma interpretação restritiva do conceito de consumidor. Para os finalistas, o destinatário final é aquele que adquire o produto ou serviço para uso próprio ou de sua família, sem finalidade de repasse, transformação ou incorporação em processo produtivo. Essa teoria limita o conceito de consumidor àquele que adquire ou utiliza o produto ou serviço para fins pessoais ou familiares. Assim, considera-se consumidor o não profissional, uma vez que o objetivo do CDC é oferecer proteção especial ao grupo social mais vulnerável nas relações de consumo.

Nessa perspectiva, para caracterizar o consumidor é necessário avaliar não apenas o aspecto fático (retirada do bem do mercado), mas também o econômico (não reintrodução do bem no mercado). O profissional que adquire produto para sua atividade empresarial não seria, em regra, considerado consumidor.

A corrente maximalista, por sua vez, adota uma interpretação extensiva do conceito de consumidor. Para os maximalistas, basta que a pessoa retire o produto do mercado e o utilize como destinatário fático, independentemente da finalidade dessa aquisição.

Conforme esta teoria, o CDC seria um código geral sobre o consumo, aplicável a todos os agentes do mercado. Assim, o destinatário final seria simplesmente o destinatário fático do produto, sem importar se a pessoa física ou jurídica tem ou não finalidade de lucro ao adquirir o produto ou serviço. Norat (2012, p. 84) explica que:

Os maximalistas defendem que será considerado como consumidor aquele que retire o produto ou serviço do mercado e que o utilize como destinatário final, sem importar se este produto ou serviço adquirido seja utilizado para satisfazer uma necessidade pessoal, ou para ser incorporado a um novo processo de produção.

A teoria mista, também denominada finalista temperada ou finalista aprofundada, representa uma evolução interpretativa que busca equilibrar as duas correntes anteriores. Esta teoria conserva o caráter restritivo da teoria finalista, mas admite exceções em situações nas quais se verifica a vulnerabilidade do adquirente, mesmo quando este seja profissional.

Segundo esta corrente, o consumidor seria aquela pessoa que adquire o produto ou serviço para uso privado, admitindo-se, porém, sua utilização em atividade de produção, desde que comprovada a vulnerabilidade da pessoa física ou jurídica que está adquirindo o produto ou contratando o serviço.

Além do consumidor padrão definido no caput do art. 2º, o CDC prevê ainda três hipóteses de consumidores por equiparação. A coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo (art. 2º, parágrafo único), todas as vítimas do evento danoso (art. 17) e todas as pessoas expostas às práticas comerciais previstas no CDC (art. 29).

O parágrafo único do art. 2º visa proteger a universalidade, conjunto de consumidores de produtos e serviços, ou mesmo grupo, classe ou categoria deles, desde que relacionados a determinado produto ou serviço. Essa perspectiva é extremamente relevante e realista para a proteção coletiva.

Já o art. 17 contempla o chamado "consumidor bystander", aquele que, mesmo não tendo participado diretamente da relação de consumo, sofre danos em decorrência de defeitos do produto ou serviço. Por sua vez, o art. 29 amplia ainda

mais a proteção, abrangendo todas as pessoas expostas às práticas comerciais previstas no CDC.

2.1. PRINCÍPIOS NORTEADORES DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

O Código de Defesa do Consumidor (CDC), criado pela Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, constitui um marco fundamental no ordenamento jurídico brasileiro, estabelecendo uma proteção ampla aos consumidores por meio de uma estrutura principiológica que transcende a mera compilação de regras. Esta principiológica confere ao CDC um caráter normativo dinâmico, capaz de orientar a interpretação e aplicação das normas consumeristas de forma adaptativa às novas realidades socioeconômicas.

Neste sentido, as interpretações e aplicações destes princípios, conferem identidade a este microsistema jurídico e operam como pilares interpretativos para a solução de conflitos no âmbito consumerista, de modo que a partir da isonomia das partes, ambas possam ser consideradas e tratadas nas medidas de suas desigualdades, com o propósito majoritário de proteção ao consumidor que representa o elo “mais fraco”, deste liame.

Dentre os princípios basilares do Direito do Consumidor, destaca-se primeiramente, o princípio da vulnerabilidade. Este encontra-se expressamente consagrado no ordenamento jurídico brasileiro, no artigo 4º, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor (CDC), atuando como elemento norteador para a aplicação do Direito do Consumidor e, de maneira ampla, para a proteção conferida aos sujeitos de direitos em situação de desigualdade.

A vulnerabilidade, como ensina Marques e Mucelin (2022, p.02), remete à “ideia de fragilidade e necessidade de proteção”.

[...] vulnerabilidade como um estado permanente ou temporário indesejável, o que é catalisado por diversas circunstâncias e contextos, com a capacidade

de afetar a forma como a experiência do consumidor, interpreta e responde ao mercado e como o mercado a ele responde (Marques; Mucelin, 2022, p.07).

O reconhecimento do conceito de vulnerabilidade, de forma sucinta, reconhece que o consumidor se caracteriza como parte em desvantagem na relação consumerista, a qual se perfaz de forma técnica, jurídica e econômica perante o fornecedor.

O segundo princípio estruturante é o da boa-fé objetiva, previsto no artigo 4º, inciso III, do CDC. Este princípio estabelece um padrão de conduta ética que deve orientar todas as fases da relação de consumo, impondo deveres de lealdade, transparência e cooperação entre as partes. Não se trata apenas da ausência de má-fé, mas de uma postura ativa no sentido de assegurar que ambas as partes atuem com integridade antes, durante e após a formalização do contrato.

O princípio da transparência deriva da boa-fé objetiva e estabelece que as relações contratuais devem ser conduzidas com clareza, veracidade e precisão nas informações fornecidas. Uma das funções mais importantes dos princípios jurídicos, especialmente daqueles que caracterizam disciplinas específicas, como o princípio da vulnerabilidade no direito do consumidor, é atualizar a interpretação das normas, adequando-as ao contexto contemporâneo e concretizando seus conceitos. (Marques; Mucelin, 2022).

Da mesma relevância é o princípio da informação, que exige do fornecedor a obrigação de disponibilizar dados claros, exatos e pertinentes sobre seus produtos e serviços. A fragilidade informacional vai além da simples carência ou deficiência nas informações oferecidas, podendo também se relacionar à inexperiência ou desconhecimento de determinados contextos, especialmente o digital, impactando não só a compreensão das comunicações ali trocadas, como também a própria aptidão para defender adequadamente seus direitos nas relações jurídicas que se estabelecem nesse meio. (Marques; Mucelin, 2022).

O princípio do equilíbrio contratual busca garantir a proporcionalidade entre direitos e deveres nas relações de consumo, autorizando a revisão ou modificação de

cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou de proteção onerosa para o consumidor. Por fim, destaca-se o princípio da função social dos contratos, que regulariza a repercussão dos negócios jurídicos para além das partes contratantes, considerando seus efeitos na sociedade. Este princípio estabelece limites à autonomia privada em favor de interesses sociais e coletivos.

A compreensão e aplicação destes princípios básicos permite uma proteção efetiva do consumidor, especialmente diante das transformações sociais, econômicas e tecnológicas que redefinem constantemente as relações de consumo. Estes, em conjunto, formam a base normativa que orienta a interpretação e aplicação das regras específicas do CDC, garantindo uma proteção efetiva aos consumidores mesmo diante de novas realidades do mercado, como o avanço da tecnologia e a digitalização das relações de consumo.

2.2. A VULNERABILIDADE COMO PRINCÍPIO BASILAR DO DIREITO DO CONSUMIDOR

Um dos princípios mais importantes, qual seja, o princípio da vulnerabilidade, sempre presente nas relações consumeristas, se mostra como um dos pilares fundamentais deste estudo. Isto porque, como fora introduzido no capítulo anterior, este tem por escopo uma atuação ativa na proteção dos consumidores, os quais são definidos como a parte mais vulnerável nas relações.

Conforme explícito no texto legal, a vulnerabilidade não representa mera presunção, mas um estado concreto e inerente à posição do consumidor. Etimologicamente, conforme explica Marques e Mucelin (2022, p. 02):

[...] remete à ideia de fragilidade e necessidade de proteção. *Vulnus* é ferida, *vulnerare* é ferir, daí que vulnerabilidade (*vulnerabilis*) é a situação, a possibilidade, ou o status daquele que tem uma fraqueza, susceptibilidade e pode ser ferido; vulnerável é o mais fraco, o que perdeu ou nunca teve a possibilidade de se defender.

O reconhecimento da vulnerabilidade como princípio basilar do direito consumerista tem suas raízes na constatação de que o consumidor, invariavelmente, se encontra em posição de desvantagem nas relações de consumo. A doutrina costuma identificar diferentes espécies de vulnerabilidade que afetam o consumidor, de modo que a proteção a estes consumidores se faz necessária.

A priori, a vulnerabilidade técnica se manifesta na ausência de conhecimentos específicos sobre o produto ou serviço adquirido, não possuindo o consumidor conhecimento sobre os meios utilizados para a produção ou as características técnicas dos bens. Tratando-se dessa vulnerabilidade, o termo central consiste em profissionalidade.

“Com efeito, tem-se no caso do consumidor não profissional o entendimento de que a vulnerabilidade técnica é presumida, pois se refere essencialmente ao produto ou serviço em questão e suas especificidades” (MARQUES, 2014, p. 323, apud VIEGAS, RICARDO, 2019, p.08). Ou seja, por não conhecer os aspectos do objeto da relação à medida semelhante do fornecedor, vê-se o consumidor como suscetível a ser ludibriado ou induzido.

A vulnerabilidade econômica, por sua vez, caracteriza-se precisamente pelo desequilíbrio existente entre o poder econômico do fornecedor e a capacidade econômica do consumidor. Este descompasso de forças econômicas permite que empresas e fornecedores, dotados de maior capacidade financeira, poder de mercado e estrutura organizacional, possam impor condições contratuais, definir unilateralmente preços e práticas comerciais.

Destaca-se ainda a vulnerabilidade informacional, que, segundo Marques e Mucelin (2022, p.21):

A vulnerabilidade informacional antes analisada, por exemplo, segundo Miragem,⁹¹ aliada ao déficit informacional do consumidor nas relações de consumo, sofre alterações nessa nova ambiência virtual, já que “não se resume à falta ou à pouca qualidade da informação prestada, mas à ausência de habilidade ou familiaridade com o ambiente digital”, que tem o condão de repercutir “tanto na interpretação das manifestações nele emitidas ou recebidas, quanto na própria capacidade de resposta adequada a seus interesses nas relações jurídicas que resultem daí”.

No contexto contemporâneo, caracterizado pela transformação digital das relações sociais e econômicas, a vulnerabilidade do consumidor assume novas dimensões. Nesse ambiente digital, a vulnerabilidade do consumidor continua a refletir, como sempre, uma potencial oportunidade de exploração das fragilidades do indivíduo que consome. A diferença reside no fato de que:

[...] no mundo digital, esse 'valor' é muito mais facilmente percebido e revelado, ou mesmo criado, por conta das arquiteturas de escolha, da automação do mercado, das grandes plataformas-fornecedoras e do engajamento constante dos consumidores em uma internet cada vez mais ubíqua, onisciente e onipresente [...] (Marques; Mucelin, 2022, p.26).

Merece especial atenção a situação da pessoa idosa consumidora, que frequentemente experimenta uma vulnerabilidade agravada. Conforme a legislação brasileira, considerar-se pessoas idosas todos os que compõem a população de 60 anos ou mais, tal como definido pelo Estatuto da Pessoa Idosa (BRASIL, 2003).

No contexto das relações de consumo, as pessoas idosas consumidoras enfrentam desafios particulares que intensificam sua vulnerabilidade. O processo de envelhecimento implica transformações que vão além da aparência física, englobando também dimensões psicológicas e sociais, manifestando-se de forma única em cada ser humano (Cavalcanti, 2017).

No cenário digital, esta vulnerabilidade apresenta contornos ainda mais acentuados, Bernardo (2022, p.01) aponta que:

Com a inserção das inovações tecnológicas, das interfaces e dos dispositivos digitais, ocorreram modificações na forma de realizar as atividades que fazem parte do cotidiano dos idosos e que desbloqueiam essas pessoas e-skills para garantir a inserção no mundo digital.

Neste sentido, as pessoas idosas, comumente, tiveram que sair de forma “forçosa” da sua zona de conforto, para enfrentar uma realidade totalmente díspar da que estavam acostumados. Isto não quer dizer que a tecnologia e as inovações digitais são um erro social, muito menos dispensáveis nos dias de hoje, entretanto, a

forma abrupta que o comércio adaptou todos os seus setores, fez com que este grupo ficasse à mercê destas atualizações, de modo que, simples atividades se tornaram extremamente dificultosas nas mais diversas áreas de suas vidas.

3. O FENÔMENO DA HIPERVULNERABILIDADE

A hipervulnerabilidade não se limita apenas às relações de consumo, mas abarca diversos grupos sociais que, por características próprias, encontram-se em situação de fragilidade acentuada. Esta condição transcende o âmbito consumerista e alcança diferentes esferas da vida social, exigindo proteção jurídica específica e intensificada para garantir a efetivação de direitos fundamentais.

Entre estes grupos hipervulneráveis, destacam-se as pessoas idosas, que enfrentam desafios relacionados ao declínio físico e cognitivo, além de possível exclusão social e digital. As crianças e adolescentes constituem outro grupo notadamente hipervulnerável, em razão de sua condição peculiar de desenvolvimento e dependência. Pessoas com deficiência, seja física, mental, intelectual ou sensorial, também apresentam hipervulnerabilidade em função das barreiras sociais e estruturais que enfrentam cotidianamente.

Nesse sentido, Douglas Roberto Winkel Santin (2023), acrescenta que ainda há relevantes discussões sobre quem deve ser incluído no alcance desse conceito, especialmente quanto à dúvida se ele abrange apenas os grupos cuja vulnerabilidade está expressamente reconhecida pela constituição, como pessoas idosas, crianças, adolescentes e pessoas com deficiência ou se deve ser interpretado de maneira mais ampla, alcançando qualquer pessoa ou grupo que, em determinada situação concreta, encontre-se em condição especial de fragilidade.

A hipervulnerabilidade, em seu sentido amplo, refere-se a uma condição de fragilidade acentuada que certos indivíduos ou grupos sociais apresentam em relação aos demais. Este conceito surgiu da necessidade de reconhecer que, em determinadas circunstâncias, pessoas podem estar sujeitas a níveis mais intensos de fragilidade, seja por características intrínsecas, condições temporárias ou permanentes, ou contextos sociais específicos.

No âmbito específico das relações de consumo, a hipervulnerabilidade do consumidor emerge como um desdobramento da vulnerabilidade já reconhecida a

todos os consumidores, porém com um grau de intensidade maior em razão de características ou circunstâncias particulares.

De acordo com Marques e Miragem (2012, p. 189):

Em outras palavras, enquanto a vulnerabilidade “geral” do art. 4º, I se presume e é inerente a todos os consumidores (em especial tendo em vista sua posição nos contratos, tema desta obra), a hipervulnerabilidade seria “inerente” e especial à situação pessoal de um consumidor, seja permanente (prodigalidade, incapacidade, deficiência física ou mental) ou temporária (doença, gravidez, analfabetismo, idade).

Esta hipervulnerabilidade, principalmente em relação à pessoa idosa consumidora, torna-se mais evidente no meio tecnológico. Isto porque, a vulnerabilidade destes, que já existe, se torna acentuada em detrimento dos obstáculos que encontram com a crescente digitalização das atividades rotineiras. Neste diapasão, a identificação da condição de hipervulnerabilidade evidencia que a mera presunção legal do princípio da vulnerabilidade não atende adequadamente às complexidades das relações de consumo contemporâneas (Costa, 2017).

Compreendido estas nuances, entende-se que apenas o tratamento a partir do termo “vulnerável”, não é suficiente para abarcar determinados grupos, como o das pessoas idosas consumidoras. A hipervulnerabilidade transcende o aspecto meramente econômico das relações de consumo. Há uma dimensão psicossocial que merece atenção, pois o sentimento de inadequação tecnológica e a frustração diante das dificuldades de adaptação ao meio digital podem levar a quadros de isolamento social e comprometimento da autoestima, especialmente entre as pessoas idosas.

Assim, a vulnerabilidade nas relações de consumo não pode ser tratada de maneira uniforme para todos os casos. O status vulnerável do consumidor é um fato estabelecido e incontestável no ordenamento jurídico. O que merece atenção agora é a existência de gradações nesta fragilidade, reconhecendo-se que determinados grupos apresentam níveis acentuados de vulnerabilidade. Isto se verifica, por exemplo, na situação da pessoa idosa consumidora frente às operações de crédito

no mercado de consumo, onde sua condição de hipervulnerabilidade demanda proteção especial. (Costa, 2017).

Em síntese, a hipervulnerabilidade do consumidor representa uma proteção jurídica reforçada àqueles que, além da vulnerabilidade presumida nas relações de consumo, apresentam fatores adicionais de fragilidade que os tornam especialmente suscetíveis a práticas abusivas ou prejudiciais por parte dos fornecedores, demandando assim uma tutela jurídica diferenciada e mais intensa.

3.1. A PESSOA IDOSA COMO SUJEITO HIPERVULNERÁVEL NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

O ordenamento jurídico brasileiro define a pessoa idosa, para fins de proteção legal, como aquela com idade igual ou superior a 60 anos, conforme dispõe o art. 1º, do Estatuto da Pessoa Idosa (BRASIL, 2003).

O envelhecimento populacional é uma realidade incontestável que vem se intensificando globalmente, especialmente no Brasil, onde esse fenômeno ocorre em ritmo acelerado. Esse cenário impõe novos desafios ao ordenamento jurídico, particularmente no que tange à proteção dessas pessoas nas relações de consumo mediadas por tecnologias digitais.

A vulnerabilidade, princípio basilar do Direito do Consumidor, assume contornos especiais quando relacionada à pessoa idosa no contexto tecnológico. Conforme ensina Cláudia Lima Marques e Bruno Miragem, a hipervulnerabilidade configura-se como: “[...] a situação social fática e objetiva de agravamento da vulnerabilidade da pessoa física consumidora, por circunstâncias pessoais aparentes ou conhecidas do fornecedor [...]” (Marques; Miragem, 2012, p. 188, apud Silva, 2021, p. 25).

No caso específico das pessoas idosas, essa condição manifesta-se de forma acentuada no ambiente digital, criando o que podemos denominar hipervulnerabilidade tecnológica. O reconhecimento dessa condição diferenciada

encontra respaldo tanto no Código de Defesa do Consumidor quanto no Estatuto da Pessoa Idosa (Lei nº 10.741/2003). Este último estabelece, em seu art. 2º, que a pessoa idosa goza de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, assegurando-lhe todas as oportunidades e facilidades para preservação de sua saúde física e mental.

Quando transportamos essa premissa para o ambiente digital, percebemos que a garantia desses direitos passa necessariamente pela criação de condições adequadas de acessibilidade e usabilidade tecnológica. Nesse sentido, Tavares e Souza (2012, p. 4) explicam:

Faz parte do nosso ciclo de vida o envelhecimento. O fato de envelhecermos traz consigo uma série de declínios de ordem fisiológica, sensorial, cognitiva, emocional etc. [...] Estes fatores podem constituir-se como barreira de acesso dos idosos com as NTIC.

Na prática, essas dificuldades manifestam-se em diversos níveis, desde a compreensão da linguagem tecnológica até o manuseio de interfaces digitais, passando pela avaliação de riscos em transações online. A hipervulnerabilidade tecnológica da pessoa idosa manifesta-se em situações concretas e cotidianas. Um exemplo emblemático é a digitalização acelerada dos serviços bancários, que tem levado ao fechamento de agências físicas e à migração forçada para plataformas digitais.

Outro cenário preocupante é o da contratação de serviços essenciais por meios digitais, como planos de saúde e previdência complementar. Essa realidade é agravada pela ausência de opções analógicas equivalentes, configurando muitas vezes uma exclusão involuntária desse grupo etário. Conforme Viviani et al. (2023, p. 2):

Viver nesse mundo digital requer de todos nós habilidades específicas, principalmente as de caráter digital e, nesse contexto, as pessoas idosas de hoje que não tiveram contato com as tecnologias ao longo de suas vidas podem se deparar com grandes desafios e dificuldades diante das mais diversas inovações tecnológicas que surgem constantemente.

Um aspecto particularmente alarmante da hipervulnerabilidade tecnológica da pessoa idosa é sua suscetibilidade a golpes e fraudes online. A combinação entre menor familiaridade com o ambiente digital e a confiança característica de gerações anteriores cria um cenário propício para a atuação de criminosos. Segundo Viviani et al. (2023, p. 7):

Hoje já se sabe que o envelhecimento da população afetará todos os aspectos da sociedade, incluindo o mercado de trabalho e financeiro, a demanda por bens e serviços, como educação, moradia, saúde, cuidados a longo prazo, proteção social, transporte, informação e comunicação, estruturas familiares e vínculos intergeracionais.

É importante ressaltar que o reconhecimento da hipervulnerabilidade tecnológica não implica em infantilização ou diminuição da capacidade decisória da pessoa idosa. Pelo contrário, busca garantir condições efetivas para o exercício de sua autonomia em um ambiente cada vez mais digitalizado.

A proteção jurídica da pessoa idosa consumidora no ambiente digital deve, portanto, equilibrar-se entre dois pilares fundamentais: a garantia de acessibilidade tecnológica e o combate a práticas abusivas direcionadas a esse público. Isso demanda tanto a educação digital das pessoas idosas quanto a responsabilização dos fornecedores que não adaptam adequadamente seus serviços às necessidades específicas desse grupo etário.

Por fim, cabe destacar que a pandemia de COVID-19 intensificou dramaticamente o processo de digitalização das relações de consumo, tornando ainda mais urgente a discussão sobre a hipervulnerabilidade tecnológica da pessoa idosa. O isolamento social, medida necessária para proteção da saúde desse grupo de risco, acabou por impor a muitas pessoas idosas a necessidade de utilizar ferramentas digitais para as quais não estavam preparados, desde aplicativos de delivery até plataformas de telemedicina, amplificando as desigualdades já existentes. Para Viviane et al. (2023, p.2):

[...] um dos grandes desafios para isto diz respeito à falta de alfabetização digital e letramento digital dessas pessoas. Com isto, a aquisição de habilidades de letramento digital é essencial, pois sua adoção pode trazer benefícios reais para as vidas da população idosa.

[...] a inclusão digital e a aprendizagem para o domínio do letramento digital de pessoas idosas se configuram como algo muito importante, atualmente. (Viviani et al., 2023, p. 5).

Diante desse cenário, percebe-se que a hipervulnerabilidade tecnológica da pessoa idosa demanda políticas públicas e iniciativas sociais voltadas à promoção da inclusão digital. Investir em programas de capacitação, acessibilidade e letramento digital significa não apenas reduzir desigualdades, mas também garantir que esse grupo possa exercer plenamente sua cidadania no ambiente digital, usufruindo de seus direitos de forma segura e consciente.

3.2. A TUTELA JURÍDICA DAS RELAÇÕES DE CONSUMO NA ERA DIGITAL

A revolução digital transformou radicalmente o panorama das relações de consumo no século XXI, criando um ecossistema complexo no qual a proteção do consumidor enfrenta desafios inéditos. O ambiente virtual não apenas modificou a forma como produtos e serviços são oferecidos e adquiridos, mas também redefiniu conceitos fundamentais como tempo, espaço e territorialidade nas relações comerciais.

Essa ubiquidade das relações comerciais digitais amplifica a vulnerabilidade do consumidor, especialmente daqueles pertencentes a grupos hipervulneráveis, como o das pessoas idosas.

O Código de Defesa do Consumidor, promulgado em 1990, não contém disposições específicas sobre o comércio eletrônico, o que é compreensível considerando o contexto histórico de sua elaboração. No entanto, seus princípios fundamentais, como a vulnerabilidade do consumidor, a boa-fé objetiva e a transparência, permanecem plenamente aplicáveis ao ambiente digital, sendo

complementados por legislações posteriores como o Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014) e a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/2018).

Um dos principais desafios da tutela jurídica do consumidor na era digital é a assimetria informacional, que se intensifica no ambiente virtual. Essa circunstância exige um reforço do dever de informação dos fornecedores, particularmente quando se trata de pessoa idosa consumidora, que podem enfrentar dificuldades adicionais para compreender e processar informações disponibilizadas em plataformas digitais.

A proteção dos dados pessoais emerge como questão central na tutela do consumidor digital. A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, em seus incisos do art 6º, trouxe avanços significativos nesse campo, estabelecendo princípios como finalidade, adequação, necessidade e transparência no tratamento de dados.

O direito à informação, previsto no art. 6º, III, do CDC, assume contornos específicos no contexto digital. Não basta que a informação seja disponibilizada, ela deve ser apresentada de forma clara, adequada e facilmente acessível nas interfaces digitais. Isso implica em considerar aspectos como tamanho de fonte, contraste, organização visual e simplicidade de navegação, elementos particularmente relevantes para pessoas idosas consumidoras, que podem apresentar limitações visuais ou cognitivas.

A acessibilidade digital, embora não expressamente mencionada no CDC, deriva diretamente do princípio da não-discriminação e do direito básico de acesso a produtos e serviços, previsto no art. 6º, X, do Código. O direito de arrependimento, previsto no art. 49 do CDC, ganha especial relevância no comércio eletrônico. A jurisprudência brasileira tem consolidado o entendimento de que esse dispositivo é plenamente aplicável às compras online, garantindo ao consumidor a possibilidade de reflexão após a aquisição.

Para pessoas idosas consumidoras, que podem enfrentar dificuldades com interfaces digitais ou pressões de marketing online, essa garantia representa uma proteção fundamental contra decisões precipitadas ou mal-informadas. As formas de pagamento digital também apresentam desafios específicos para a proteção da

pessoa idosa consumidora. A segurança dessas transações e a clareza sobre as condições aplicáveis tornam-se preocupações centrais para esse público.

No que diz respeito especificamente à pessoa idosa, o Estatuto da Pessoa Idosa estabelece, em seu art. 10, § 2º, o direito à inviolabilidade da integridade psíquica e moral, abrangendo a preservação da imagem, identidade, autonomia e valores. Essa proteção deve ser estendida ao ambiente digital, no qual práticas comerciais agressivas ou abusivas podem comprometer não apenas o patrimônio, mas também a dignidade e o bem-estar psicológico da pessoa idosa consumidora.

A responsabilidade das plataformas digitais também emerge como tema central nessa discussão. As marketplaces e intermediadoras de pagamento, que funcionam como verdadeiros gatekeepers do comércio eletrônico, devem implementar protocolos de segurança adaptados às necessidades das pessoas idosas consumidoras. A teoria do risco da atividade, prevista no art. 14 do CDC, fundamenta a responsabilização objetiva dessas plataformas por falhas que resultem em prejuízos a pessoa idosa consumidora.

Uma dimensão particularmente preocupante diz respeito às técnicas de neuromarketing e às decisões automatizadas baseadas em algoritmos. Tais práticas, quando direcionadas a pessoa idosa consumidora, podem explorar vulnerabilidades cognitivas e emocionais, comprometendo a autonomia decisória. A Lei Geral de Proteção de Dados, lei 13.709, em seu art. 20, estabelece o direito à revisão de decisões automatizadas, mas sua aplicação efetiva para proteção da pessoa idosa consumidora ainda requer desenvolvimento doutrinário e jurisprudencial.

O direito à desconexão digital, embora não expressamente previsto na legislação consumerista, deriva do princípio da dignidade humana e tem relevância especial para as pessoas idosas consumidoras. Práticas como o envio excessivo de notificações, e-mails promocionais ou mensagens por aplicativos podem gerar ansiedade e confusão, especialmente para aqueles em processo de adaptação ao ambiente digital.

Por fim, cabe destacar a importância da educação digital como componente essencial da proteção à pessoa idosa consumidora. Nesse sentido, o princípio da educação para o consumo, previsto no art. 4º, IV, do CDC, deve ser interpretado de forma a abranger também a capacitação tecnológica, especialmente para a pessoa idosa consumidora.

Em síntese, a tutela jurídica das relações de consumo na era digital requer uma releitura dos princípios e normas tradicionais do Direito do Consumidor à luz das novas realidades tecnológicas. Para a pessoa idosa consumidora, esse processo deve considerar suas particularidades e necessidades específicas, garantindo que a revolução digital não se torne um fator adicional de exclusão social, mas uma oportunidade de ampliação de direitos e possibilidades.

4. A HIPERVULNERABILIDADE TECNOLÓGICA DA PESSOA IDOSA CONSUMIDORA

Compreendidas as particularidades que envolvem o conceito de hipervulnerabilidade no ordenamento jurídico e seus efeitos sobre as pessoas idosas enquanto consumidoras, percebe-se que os meios de comunicação exercem papel essencial na construção do entendimento e da interação social. Assim, é indiscutível que a integração entre as novas tecnologias e a pessoa idosa consumidora assume relevância central para a solução prática e eficiente das demandas cotidianas.

Entretanto, o que há de perceptível é que a invisibilidade social das pessoas idosas consumidoras na sociedade contemporânea, nas mais diversas ofertas de serviços e consumo, cria nestas pessoas um sentimento de não pertencimento, desconfiança e dependência de outros membros da família neste auxílio, chegando até mesmo a gerar transtornos psicológicos por se sentirem diminuídos ou antiquados perante as rápidas mudanças tecnológicas no meio consumerista.

A hipervulnerabilidade, neste sentido, apresenta contornos ainda mais acentuados. Mendonça, Frattari e Rezende (2024, p. 272) apontam que:

A difusão das novas tecnologias tem exigido dos idosos um aprendizado contínuo, a fim de que estes possam interagir de forma autônoma com os aparatos tecnológicos, contudo, o envelhecimento, não raras vezes, tem se mostrado como uma ameaça à autonomia e independência do indivíduo.

Assim, a digitalização acelerada da sociedade criou um abismo considerável para as pessoas idosas, que precisaram adaptar-se rapidamente a um universo tecnológico distante de suas experiências prévias. Esta situação se estende para além do comércio, afetando o acesso a serviços bancários, atendimentos de saúde e relações com órgãos governamentais. Tarefas cotidianas que antes eram simples tornaram-se verdadeiros desafios, exigindo conhecimentos específicos sobre aplicativos, senhas e procedimentos virtuais. Como bem observam Ewerling, Koenig e Silva (2024, p. 73):

[...] 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 [...]

Esta geração construiu sua vida em um contexto no qual predominavam as interações presenciais e os processos analógicos. A transição digital não considerou adequadamente suas particularidades, impondo mudanças sem oferecer o suporte necessário. Vale destacar que não se trata apenas de resistência à mudança, mas de uma real dificuldade de adaptação quando sistemas são projetados sem considerar as possíveis limitações físicas e cognitivas do envelhecimento (Mendonça; Frattari; Rezende, 2024).

Dessa forma, o que deveria representar facilidade e autonomia acaba por gerar dependência de terceiros para tarefas básicas do dia a dia, ocasionando, de forma natural, uma onda de frustração e preconceito, os quais são acompanhados de uma vulnerabilidade acentuada, chamada, portanto, de hipervulnerabilidade.

4.1. MANIFESTAÇÕES DA HIPERVULNERABILIDADE TECNOLÓGICA NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

A hipervulnerabilidade tecnológica da pessoa idosa consumidora, apesar de ser constantemente vislumbrada em situações próximas a nós, se sobrepõe como um tema recente e passível de pesquisas e inovações. Isto porque, esta onda digital que transformou os serviços ditos presenciais, em opções hoje, majoritariamente online, teve seu estopim na pandemia do COVID-19.

Desta forma, com o isolamento social, o próprio comércio enveredou-se para oferecer à população, alternativas que facilitasse a vida destes em apenas um “click”, condensando práticas rotineiras, quais sejam, ir ao supermercado, fazer compras e pagar faturas em uma tela de smartphone. Ocorre que, para as pessoas idosas, este período tornou-se um desafio ainda maior. Ao passo que deveriam ter cuidados mais

pontuais em relação à saúde, tinham que lidar com as novas ferramentas digitais para permanecerem conectados ao mundo e com os seus.

Neste cenário de transformação digital acelerada, observa-se que, embora a pandemia tenha recuado, suas consequências no modo como consumimos e nos relacionamos com serviços permaneceram. O que era considerado uma solução temporária tornou-se o novo normal, cristalizando práticas que beneficiam parte significativa da população, mas que simultaneamente criam barreiras para outros segmentos, especialmente para as pessoas idosas.

Com o avanço das tecnologias e a substituição de processos presenciais por sistemas automatizados, a pessoa idosa se vê, muitas vezes, diante de barreiras tecnológicas que dificultam o exercício de direitos básicos de consumo, acesso a informações e participação em práticas cotidianas de mercado. Tais situações violam não apenas o princípio da boa-fé objetiva, mas também os direitos fundamentais à dignidade e à inclusão social previstos no art. 230 da Constituição Federal e no Estatuto da Pessoa Idosa (Lei nº 10.741/2003).

Apesar dos contornos que esta discussão trava a despeito da posição hipervulnerável que a pessoa idosa muitas vezes se encontra no mundo tecnológico, é de suma importância salientar que a tecnologia exerce um papel essencial neste processo, colaborando com o progresso e vantagens em múltiplos setores, e dando suporte a investigações e inovações. Porém, considerar os benefícios que trazem à população global não nos permite ignorar as situações preocupantes que ocorrem diariamente envolvendo pessoas idosas e o universo digital. Suas limitações físicas e cognitivas tornam-se particularmente frágeis e vulneráveis a serem vítimas de esquemas fraudulentos, enganações, ou mesmo isolamento social, como se fossem impedidos de participar da realidade contemporânea, permanecendo eternamente presos a uma época passada (Luz; Rodrigues; Silva, 2023).

Neste diapasão, diversas são as manifestações que este grupo hipervulnerável vivencia com o uso reiterado dos meios de comunicação digitais. Exemplo clássico desta constatação, são os pagamentos do cartão de crédito, que a depender da

vontade do cliente, podem ser parcelados em várias vezes. A pessoa idosa consumidora, apesar de expressar sua vontade para tanto, muitas vezes não é informada corretamente sobre a possibilidade de acréscimo do valor da fatura a depender da loja ou do produto adquirido por ele.

Assim, não é difícil pessoas idosas reclamarem do valor exacerbado das parcelas, ao compará-las com o valor que antes acreditavam que iriam pagar. Outra situação, permanecendo no mundo bancário, são as faturas online enviadas por emails e pdfs no próprio whatsapp da pessoa idosa. Esta transição das faturas físicas para as virtuais, provoca sérios problemas financeiros e resolutivos para este grupo.

Isto porque, muitos não sabem manusear os emails, e muitas vezes, nem mesmo o possuem. Por vezes, os próprios pdfs são um grande desafio para serem abertos, visto que, dependendo do tipo de celular, caso não seja um modelo novo, o processador não abre o arquivo de forma fácil, requerendo que o usuário baixe um aplicativo para facilitar a visualização, e, em todo este “percurso”, a pessoa idosa acaba por ficar dependente de outros familiares, como filhos e netos para todo este passo a passo, o que, por consequência, gera neste indivíduo, um sentimento de estresse e impotência.

Pensando além, os golpes virtuais e os empréstimos consignados fraudulentos feitos de maneira ardilosa por terceiros que buscam ludibriar este grupo hipervulnerável, não ficam de fora. O comportamento predatório gera um ambiente no qual as pessoas idosas se tornam particularmente vulneráveis a estratégias fraudulentas na internet. Os impactos dessas fraudes ultrapassam as perdas financeiras, afetando também a saúde mental e o bem-estar emocional das pessoas idosas. (Luz; Rodrigues; Silva, 2023).

A pessoa idosa consumidora, vista por um aspecto de impotência e por vezes, fomentada de uma certa inocência por não reconhecer as artimanhas e os perigos virtuais, tornam-se “alvos fáceis” de publicidades enganosas. O famoso golpe do pix, onde um terceiro se passa por alguém da família ou de íntima confiança desta pessoa idosa e pede determinado valor por meio do pix, tem retirado deste grupo, altas

quantias, comprometendo seus recursos, fazendo-os sentir que estão desprotegidos e submergidos neste oceano virtual.

No cenário atual de estabelecimentos comerciais, especialmente aqueles dedicados à alimentação, uma parcela significativa da população enfrenta desafios que passam despercebidos pela maioria, qual seja, as pessoas idosas. Em um mundo cada vez mais digitalizado, o que para muitos representa conveniência e modernidade, para este grupo hipervulnerável, pode significar exclusão e perda de autonomia.

Os restaurantes contemporâneos, em sua busca por eficiência e redução de custos, têm gradualmente substituído os tradicionais cardápios físicos por códigos QR Codes. Prática amplamente difundida após a pandemia, permaneceu como padrão em diversos estabelecimentos. Para um jovem ou adulto familiarizado com a tecnologia, escanear um QR code parece trivial, mas para muitas pessoas idosas, este simples ato representa uma barreira quase intransponível.

Muitos deste grupo, utilizam smartphones básicos, adquiridos primordialmente para manter contato com familiares através de chamadas e mensagens simples. Estes aparelhos, frequentemente mais antigos ou de entrada, nem sempre possuem câmeras capazes de ler códigos QR ou não têm os aplicativos necessários instalados. Mesmo que o aparelho seja tecnicamente capaz, o conhecimento sobre como posicionar a câmera, escanear o código e navegar pelo menu digital frequentemente não faz parte do repertório tecnológico deste público.

O constrangimento é evidente quando observamos uma pessoa idosa tentando, sem sucesso, acessar um cardápio digital. O tempo prolongado, a frustração e, eventualmente, a necessidade de solicitar ajuda a funcionários já sobrecarregados cria uma experiência desagradável logo no início da refeição.

Quando acompanhados por familiares ou amigos mais jovens, a situação torna-se menos problemática, mas não menos significativa em termos psicológicos. A pessoa idosa consumidora vê-se obrigada a depender de terceiros para uma atividade fundamental e cotidiana, qual seja, escolher o que vai comer. Esta

dependência forçada para uma atividade tão básica e pessoal quanto a alimentação representa uma sutil, porém significativa, erosão da autonomia.

"Poderia ver o cardápio para mim?" ou "O que tem disponível hoje?" são frases que, embora simples, carregam um peso simbólico de dependência. O ato de escolher o próprio alimento, decisão intimamente ligada a preferências pessoais, restrições dietéticas ou simplesmente ao desejo momentâneo, transforma-se em um processo mediado, filtrado pela perspectiva de outra pessoa.

Esta situação se agrava quando consideramos que a autonomia alimentar está profundamente ligada à dignidade humana. Para muitas pessoas idosas que já enfrentam limitações em outras esferas da vida, perder a capacidade de escolher o que comer sem intermediários representa mais uma fronteira de independência que se fecha.

Se os códigos QR já representam um obstáculo, os sistemas de autoatendimento em redes de fast-food como McDonald's elevam esta problemática a um novo patamar. Estes quiosques digitais, cada vez mais presentes em shoppings e lojas de rua, foram implementados com a promessa de agilizar os atendimentos e reduzir filas. No entanto, para o público hipervulnerável em questão, transformaram uma simples compra em uma experiência confusa e muitas vezes humilhante.

Os terminais de autoatendimento apresentam múltiplos desafios, como telas sensíveis ao toque que exigem precisão motora, interfaces com múltiplas camadas de navegação, botões pequenos, e processos de finalização de compra que demandam familiaridade com métodos de pagamento digital. Para as pessoas idosas com limitações visuais, motoras ou cognitivas, estas máquinas representam uma barreira praticamente intransponível.

Nos shopping centers, onde estas tecnologias são amplamente adotadas, observa-se frequentemente pessoas idosas aguardando nas laterais das filas, esperando que algum balcão com atendimento humano esteja disponível. Em horários de pico, quando praticamente todos os funcionários estão direcionados para

a produção dos alimentos, o atendimento presencial torna-se ainda mais escasso, aumentando o tempo de espera e o desconforto.

O sentimento de inadequação é amplificado pela percepção de estar "atrapalhando" o fluxo ágil que estes sistemas prometem. Não é incomum ver pessoas idosas consumidoras desistirem da compra após tentativas frustradas ou longas esperas, optando por estabelecimentos que ainda mantêm métodos tradicionais de atendimento, opções que se tornam cada vez mais raras em ambientes como praças de alimentação.

Migrando das manifestações referentes aos estabelecimentos comerciais, mais especificamente aqueles pertencentes a alimentação e indo ao encontro da área da saúde, não é incomum as pessoas idosas esbarrarem nas hipervulnerabilidades tecnológicas neste meio. Isto porque, ao exemplo dos planos de saúde, citando por demonstração, a UNIMED, esta, para agendar consultas e exames, a pessoa idosa precisa fazer um cadastro no site, e selecionar o que deseja.

No próprio site do plano, há o passo a passo para tal. Entretanto, o que configura "apenas um click" para alguns, perfaz-se como um desafio para aqueles que não possuem essa maleabilidade com as telas. Além disso, geralmente os exames e consultas passam por uma espécie inicial de requisição e aprovação pelo próprio aplicativo. De forma resumida, a pessoa idosa consumidora sofre com essa hipervulnerabilidade de forma dupla. O simples fato de obter este aplicativo, bem como aprender a manuseá-lo, transforma um serviço que deveria ser de fácil acesso aos consumidores, em algo penoso e difícil.

Refletindo a despeito de todas as manifestações expostas, é mister notar o quão complexo é este mundo virtual, se abordarmos todos os grupos sociais de forma isonômica. Isto porque, tratar os iguais na medida de suas desigualdades, exige esforço, planejamento e dedicação por parte do governo, do legislativo e voz do povo que serve como guia para se adotar as medidas que sejam necessárias para a população, e neste caso, para as pessoas idosas consumidoras.

4.2. DESAFIOS DA INCLUSÃO DIGITAL PARA A POPULAÇÃO IDOSA

A inclusão digital constitui-se como um conceito de profundo caráter humanístico, ético e sociopolítico, que transcende o mero acesso a computadores e à internet. Representa não apenas o acesso à informação disponível nos meios digitais, mas fundamentalmente a capacidade de assimilação dessa informação e sua reelaboração em novos conhecimentos que contribuam para a melhoria da qualidade de vida dos indivíduos, permitindo-lhes atender suas necessidades de comunicação e interação com a comunidade e instituições (Ribeiro, 2007).

No contexto da sociedade contemporânea, a inclusão digital emerge como elemento fundamental da cidadania no século XXI, configurando-se como direito individual e responsabilidade coletiva. Não se limita à alfabetização tecnológica básica, mas envolve o desenvolvimento de competências informacionais que capacitam o cidadão a localizar, avaliar criticamente e utilizar a informação de forma eficaz, estabelecendo-se assim como condição necessária para a participação plena na sociedade da informação e para o exercício da cidadania digital (Ribeiro, 2007).

Os desafios da inclusão digital para a população idosa são multifacetados e se relacionam com diversos aspectos da vida cotidiana. Considerando o desenvolvimento acelerado das tecnologias e a crescente digitalização dos serviços, as pessoas idosas enfrentam barreiras significativas para se adaptarem a esse novo cenário tecnológico. Um dos principais desafios diz respeito à falta de familiaridade e habilidades com as tecnologias digitais. Conforme relatam Ewerling, Koenig e Silva (2024, p. 74):

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 [...]

Aliada à vulnerabilidade técnica, encontra-se a vulnerabilidade informacional, que se torna ainda mais acentuada no contexto digital. Mendonça, Frattari e Rezende (2024, p. 269) acrescentam que:

[...] a vulnerabilidade informacional, em razão da manipulação e controle daquele que está do outro lado da relação de consumo, fragiliza o consumidor diante das consequências potenciais de possíveis danos por causa de uma informação inadequada.

A pessoa idosa consumidora encontra-se em posição de desvantagem frente aos mecanismos sofisticados de manipulação e controle de dados empregados pelos fornecedores no ambiente virtual.

As pessoas idosas consumidoras não apenas enfrentam a assimetria informacional comum a todos os consumidores, mas também lidam com camadas adicionais de complexidade derivadas de sua relação histórica com a tecnologia. Tendo construído grande parte de sua vida em um contexto analógico, onde as relações comerciais eram predominantemente presenciais e baseadas em documentos físicos, esses indivíduos encontram-se subitamente imersos em um universo de algoritmos, interfaces digitais e sistemas automatizados que operam sob lógicas completamente diferentes daquelas às quais estavam habituados.

Outro aspecto relevante refere-se às barreiras físicas e cognitivas que acompanham o envelhecimento. Envelhecer envolve transformações que ultrapassam o campo físico, alcançando igualmente aspectos psicológicos e sociais, manifestando-se de maneira singular em cada pessoa. Observa-se uma menor capacidade de adaptação do corpo diante de situações de estresse, acompanhada pela fragilidade da memória de curto prazo, que se torna menos confiável. Além disso, os sentidos tendem a perder sensibilidade, resultando em dificuldades visuais e auditivas (Cavalcanti, 2017).

Os aspectos ligados às perdas físicas, psicológicas e sociais podem interferir de forma significativa no modo como as pessoas idosas lidam com as novas tecnologias. As limitações físicas e emocionais impactam diretamente as habilidades

motoras e cognitivas, influenciando a forma como esse público percebe, compreende e interage com dispositivos e sistemas tecnológicos (Cavalcanti, 2017).

Além disso, a rápida evolução tecnológica requer aprendizado contínuo, o que pode representar um desafio adicional para as pessoas idosas. Como mencionam Viviani et al. (2023, p. 5), "[...] a inclusão digital e a aprendizagem para o domínio do letramento digital de pessoas idosas se configuram como algo muito importante, atualmente."

Nesse sentido, é fundamental compreender a distinção entre alfabetização digital e letramento digital quando tratamos da inclusão tecnológica das pessoas idosas. A alfabetização digital refere-se ao "processo primário de aprender a utilizar o computador" (Viviani et al., 2023, p. 4), envolvendo habilidades básicas para codificar e decodificar símbolos digitais. Já o letramento digital é mais abrangente, englobando competências como "compreender, assimilar, reelaborar e chegar a um conhecimento com fim de utilização das TIC" (Viviani et al., 2023, p. 4).

Esta diferenciação é crucial para o desenvolvimento de estratégias eficazes de inclusão digital para as pessoas idosas. Enquanto a alfabetização digital proporciona o acesso inicial às tecnologias, o letramento digital permite que a pessoa idosa faça uso social e crítico dos recursos tecnológicos, integrando-os de forma significativa ao seu cotidiano. Para a população idosa, o desenvolvimento destas competências vai além da simples operação de dispositivos, representa a possibilidade de maior autonomia, socialização e participação ativa na sociedade contemporânea.

Diante destes desafios, torna-se evidente a necessidade de políticas públicas específicas voltadas para a inclusão digital da população idosa. Como bem ressalta Ewerling, Koenig e Silva (2024, p. 74):

[...] 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.

Para o avanço efetivo da inclusão digital da população idosa, observa-se que as políticas públicas devem contemplar medidas integradas que envolvam o acesso à tecnologia, o apoio presencial, a capacitação contínua, a adaptação de ambientes e a regulação preventiva. Em locais que utilizam cardápios digitais por meio de QR Code, por exemplo, a presença de atendentes preparados para auxiliar pessoas idosas que encontrem dificuldades na utilização dos dispositivos constitui uma ação essencial para assegurar a autonomia e evitar situações de constrangimento.

Além do suporte técnico, é recomendável que esses estabelecimentos mantenham também a opção de atendimento físico, disponibilizando cardápios impressos para aqueles que preferirem esse formato, de modo a garantir inclusão, conforto e equidade no acesso às informações.

Ademais, nos serviços públicos e privados que passaram a adotar procedimentos digitalizados, como agendamentos, serviços bancários e atendimentos na área da saúde, é necessário manter alternativas de atendimento híbrido (digital e presencial) ou oferecer suporte humano destinado as pessoas idosas que enfrentam obstáculos na utilização de aplicativos ou portais.

Nesse contexto, destaca-se também a relevância da criação de locais de inclusão digital para as pessoas idosas em centros comunitários, bibliotecas públicas e unidades do CRAS ou CREAS, os quais podem oferecer acesso a dispositivos simplificados, como tablets com letras ampliadas, além de promover sessões de alfabetização e letramento digital, e treinamentos sobre segurança de dados e prevenção de fraudes online.

Também se destaca a importância de normas que exijam o desenvolvimento de plataformas e aplicativos com princípios de usabilidade voltados à terceira idade, como interfaces com fontes ampliadas, linguagem simplificada e retorno visual ou auditivo. Ainda nesse contexto, é fundamental garantir que serviços que migraram para o formato exclusivamente digital, como o envio de faturas e boletos eletrônicos, mantenham a possibilidade de entrega física para as pessoas idosas que optarem

por esse meio, assegurando-lhes o direito de acesso à informação de forma compatível com suas habilidades e preferências.

Paralelamente, a promoção de campanhas educativas sobre privacidade, golpes digitais e proteção de dados pessoais direcionadas a esse público reforça a dimensão preventiva da inclusão. Assim, compreende-se que o conjunto dessas ações, acesso físico, tecnologia acessível, educação digital e apoio humano, configura uma abordagem multidimensional indispensável para garantir que as pessoas idosas possam usufruir plenamente dos benefícios da era digital, sem serem expostas a novas formas de vulnerabilidade ou exclusão.

Compreender este debate, apesar de ser rico para a pesquisa acadêmica, não a torna um fim em si mesmo. Para assegurar que as pessoas idosas estejam protegidas de explorações financeiras, é responsabilidade coletiva da sociedade e dos órgãos reguladores estabelecer um ambiente seguro neste contexto. Com a intensificação da digitalização na atualidade, é fundamental implementar ações como políticas mais direcionadas, reforço da legislação de proteção ao consumidor e promoção de programas educativos visando garantir a segurança financeira da população idosa. (Luz; Rodrigues; Silva, 2023).

Diante do exposto, evidencia-se a necessidade de aprimoramento da efetividade legislativa no que tange à proteção da pessoa idosa e outros grupos vulneráveis no ambiente digital. Nesse contexto, o papel da família revela-se fundamental, não apenas na execução de tarefas tecnológicas pelas pessoas idosas, mas principalmente no exercício da paciência e no acompanhamento constante de sua jornada de inclusão digital.

Cabe destacar a relevância das iniciativas educacionais já implementadas em alguns estados brasileiros, como as cartilhas instrucionais que oferecem orientações básicas sobre tecnologia, constituindo importantes ferramentas pedagógicas que devem ser disseminadas nacionalmente, fomentando a autonomia digital desta população e, conseqüentemente, mitigando os riscos de fraudes e explorações financeiras aos quais estão frequentemente expostos.

Por fim, ressalta-se que as pessoas idosas, grupo de maior vulnerabilidade e considerável poder aquisitivo, necessitam proteção mais efetiva contra os perigos digitais. É imperativo, portanto, que se direcione um olhar mais atento a este segmento, desenvolvendo mecanismos específicos que contemplem suas particularidades e garanta sua segurança no ambiente digital.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise realizada ao longo desta pesquisa, evidenciou que a hipervulnerabilidade tecnológica da pessoa idosa consumidora representa um fenômeno multifacetado que transcende a mera dificuldade técnica, configurando-se como uma questão de direitos fundamentais e cidadania digital.

Isto porque, ao utilizarmos o Código de Defesa do Consumidor, o Estatuto da Pessoa Idosa e a própria Constituição Federal, percebemos que a pessoa idosa consumidora, ao estar dentro do conceito do que seria a pessoa consumidora, bem como tendo seus direitos salvaguardados pelo Estatuto, necessita de um olhar mais apurado em detrimento de suas necessidades dentro da sociedade, mais especificamente, a digital.

Este entendimento, portanto, sedimenta, por consequência, os princípios norteadores da legislação brasileira e dos direitos dos consumidores, como por exemplo, direito à informação, boa fé, equilíbrio contratual e principalmente, o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor, que se apresenta como a parte mais suscetível da relação consumerista. Nesta análise, percebe-se que, para além, há grupos que possuem esta vulnerabilidade mais acentuada, a chamada hipervulnerabilidade, como crianças, pessoas com deficiência, e mais especificamente para este estudo, a pessoa idosa consumidora.

A hipervulnerabilidade, aliada ao fator tecnológico, se perfaz, portanto, nas barreiras e dificuldades encontradas pelas pessoas idosas consumidoras frente ao cenário digital, que, rapidamente, alterou consideravelmente a logística social nos seus mais diversos setores. Ao passo que estas mudanças simplificaram a vida dos consumidores, representou também, regresso para as pessoas idosas consumidoras que não foram preparadas para esta rápida e repentina transformação.

O acelerado processo de digitalização dos serviços, intensificado durante a pandemia de COVID-19, não foi acompanhado por políticas efetivas de inclusão que considerassem as particularidades deste grupo populacional. Constatou-se que simples atividades cotidianas, como fazer um pedido em um restaurante, agendar

uma consulta médica ou realizar uma transação bancária, transformaram-se em verdadeiros desafios para a pessoa idosa, comprometendo sua autonomia e bem-estar.

As manifestações da hipervulnerabilidade tecnológica da pessoa idosa consumidora observadas nesta pesquisa revelam um cenário preocupante. A substituição de cardápios físicos por QR codes, a implementação de quiosques de autoatendimento sem alternativas analógicas, a digitalização de faturas e serviços bancários, bem como a migração de procedimentos de saúde para plataformas digitais criaram barreiras significativas ao exercício pleno dos direitos de consumo desse grupo.

Estas situações, aparentemente triviais para consumidores familiarizados com a tecnologia, representam verdadeiros obstáculos à autonomia das pessoas idosas, gerando dependência de terceiros para atividades básicas, sentimentos de inadequação, frustração e, em casos mais graves, exclusão social. Constatou-se que o hiato existente entre a longevidade crescente da população e a velocidade das transformações tecnológicas criou uma forma contemporânea de segregação que compromete a dignidade deste grupo populacional.

Por conseguinte, a análise dos desafios da inclusão digital para a população idosa evidenciou que as barreiras enfrentadas são multifacetadas, englobando aspectos físicos (limitações sensoriais e motoras), cognitivos (dificuldades de adaptação a novas interfaces), sociais (preconceito etário) e educacionais (falta de familiaridade com o ambiente digital). Observou-se que a mera disponibilização de recursos tecnológicos é insuficiente para garantir inclusão efetiva, sendo necessário um processo educativo contínuo que considere as particularidades do envelhecimento e promova não apenas a alfabetização digital básica, mas o letramento digital pleno.

O arcabouço legislativo brasileiro, embora reconheça a vulnerabilidade acentuada da pessoa idosa por meio do Estatuto da Pessoa Idosa e do próprio Código de Defesa do Consumidor, ainda carece de mecanismos específicos para enfrentar

os desafios impostos pelo ambiente digital. A perspectiva da hipervulnerabilidade demanda uma interpretação mais ampla e sistemática dos princípios consumeristas, como a boa-fé objetiva, a transparência e o equilíbrio contratual, à luz das particularidades do envelhecimento.

Evidencia-se a necessidade urgente de políticas públicas e iniciativas privadas que promovam a inclusão digital efetiva da população idosa, considerando suas limitações físicas, cognitivas e de familiaridade com as tecnologias. Isso implica não apenas em programas de capacitação digital, mas também na obrigatoriedade de alternativas analógicas para serviços essenciais, interfaces adaptadas, como os serviços híbridos, e atendimento presencial que respeite a dignidade desses consumidores.

O combate ao idadismo tecnológico deve ser prioridade, reconhecendo que a dignidade da pessoa humana não pode estar condicionada à sua familiaridade com dispositivos digitais. É fundamental que o avanço tecnológico, indubitavelmente benéfico para a sociedade como um todo, não se torne um fator adicional de exclusão social da pessoa idosa.

O reconhecimento da pessoa idosa como consumidora hipervulnerável no ambiente digital não implica, contudo, em infantilização ou diminuição de sua capacidade decisória. Pelo contrário, busca garantir condições efetivas para o exercício de sua autonomia em um contexto cada vez mais digitalizado, considerando suas particularidades sem reduzi-las a estereótipos limitantes.

A proteção jurídica da pessoa idosa consumidora no ambiente digital deve, portanto, equilibrar-se entre dois pilares fundamentais: a garantia de acessibilidade tecnológica e o combate a práticas abusivas direcionadas a esse público. Isso demanda tanto a educação digital das pessoas idosas quanto a responsabilização dos fornecedores que não adaptam adequadamente seus serviços às necessidades específicas desse grupo etário.

O equilíbrio entre inovação e inclusão representa o grande desafio contemporâneo das relações de consumo. A tecnologia deve servir como instrumento

de emancipação e não de exclusão. Para tanto, é imprescindível que fornecedores, Estado e sociedade civil assumam a responsabilidade compartilhada de construir uma sociedade digitalmente inclusiva, onde navegar pelas águas da tecnologia não seja um privilégio de poucos, mas um direito assegurado a todos, independentemente da idade.

A hipervulnerabilidade tecnológica da pessoa idosa consumidora não é um problema isolado, mas um reflexo das transformações sociais aceleradas que caracterizam nosso tempo. Seu enfrentamento demanda não apenas adaptações legislativas, mas uma profunda reflexão sobre o modelo de sociedade que desejamos construir: uma na qual o avanço tecnológico caminha lado a lado com o respeito à diversidade humana em todas as suas manifestações, incluindo as diferentes formas de envelhecer e interagir com o mundo digital.

Por fim, insta mencionar que a presente pesquisa não se configura como um fim em si mesmo, haja vista que o tema da hipervulnerabilidade tecnológica concernente à pessoa idosa consumidora reveste-se de acentuada contemporaneidade e dinamismo. O cenário digital em constante evolução implica em transformações contínuas nas relações de consumo e nos desafios enfrentados por essa população específica.

Deste modo, este trabalho apresenta-se como uma contribuição para o fomento do debate acadêmico e para a ampliação das investigações científicas neste campo, reconhecendo que as reflexões aqui propostas estão sujeitas a reelaborações e aprofundamentos, em consonância com a própria natureza mutável do objeto estudado e com o desenvolvimento de novas perspectivas teóricas e práticas que venham a emergir.

REFERÊNCIAS

BERNARDO, Lilian Dias. **As pessoas idosas e as novas tecnologias: desafios para a construção de soluções que promovam a inclusão digital.** Revista brasileira de geriatria e gerontologia, v. 4, 2022.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.** Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília: Diário Oficial da União, 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: seção 1, Brasília, DF, 3 out. 2003.

CAVALCANTI, João Paulo Polônia de Siqueira. **A usabilidade de aplicativos móveis por usuários idosos: estudo baseado no sistema operacional iOS.** 2017. 120 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

COSTA, Cora Cristina Ramos Barros. **A proteção jurídica da hipervulnerabilidade do idoso superendividado na sociedade de consumo.** 2017. 130 f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Programa de Pós-Graduação em Direito, Centro de Ciências Jurídicas, Faculdade de Direito do Recife, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2017.

EWERLING, Bruna; KOENIG, Ana Paula; SILVA, Rogerio da. **Impactos tecnológicos na vida contemporânea: a hipervulnerabilidade dos idosos no ciberespaço.** Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo, Encontro Virtual, v. 10, n. 1, p. 66–79, jan./jul. 2024.

MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012. p. 189.

MARQUES, Cláudia Lima; MUCELIN, Guilherme. **Vulnerabilidade na era digital: um estudo sobre os fatores de vulnerabilidade da pessoa natural nas plataformas, a partir da dogmática do Direito do Consumidor.** Civilistica.com. Rio de Janeiro, a. 11, n. 3, 2022. Disponível em: <<https://civilistica.emnuvens.com.br/redc/article/view/872/649>>. Data de acesso: 21 jul. 2025.

MENDONÇA, Cláudia Gil; FRATTARI, Marina Bonissato; REZENDE, Otávio. **O idoso como consumidor virtual hipervulnerável.** Direito Atual em Análise, v. 1. IberoJur Science Press, 2024. Disponível em: <https://repositorioiberojur.com/index.php/catalog/catalog/download/26/207/368?inline=1>. Data de acesso: 21 out. 2025.

NORAT, Markus Samuel Leite. **O conceito de consumidor no direito: uma comparação entre as teorias finalista, maximalista e mista**. *Cognitio Juris*, p. 80-95, abril, 2012.

RIBEIRO, Maria Thereza Pillon. **Inclusão digital e cidadania**. 2007. 10 p. Disponível em: <https://www2.faac.unesp.br/blog/obsmidia/files/Maria-Thereza-Pillon-Ribeiro.pdf>. Acesso em: 30 out. 2025.

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. Disponível em: <https://revista.defensoria.rs.def.br/defensoria/article/view/548> Acesso em: 21 jul. 2025.

SILVA, Carolyne Miranda da; RODRIGUES, Rania Oliveira; LUZ, Xismênia Maria da. **A hipervulnerabilidade do idoso nas relações de consumo e o superendividamento à luz do Código de Defesa do Consumidor**. 2023. 55 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) - Centro Universitário Brasileiro, Recife, 2023.

SILVA, Lorena Beatriz Albino. **Análise da hipervulnerabilidade do consumidor idoso nos contratos de empréstimo consignado**. 2021. 65 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) – Faculdade de Direito “Professor Jacy de Assis”, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/33011>, p. 25.

VIEGAS, João Ricardo Bet. **A hipervulnerabilidade como critério para a aplicação do Código de Defesa do Consumidor**. *Res Severa Verum Gaudium*, Porto Alegre, v. 4, n. 1, p. 80, jun. 2019.

VIVIANI, Cristiane Benedita R. da Mota A.; PESSOA, Lucas Parente; IKUTA, Lídia Sadaco Minamizaki; BATISTONI, Samila Sathler Tavares; SILVA, Thais Bento de Lima. **Inclusão digital e seus benefícios para os idosos**. *Revista Kairós-Gerontologia*, v. 26, n. 33, p. 2,7 e 5, 2023.