

# **IV ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI**

## **DIREITO DO CONSUMIDOR I**

**MARCELO NEGRI SOARES**

**EUDES VITOR BEZERRA**

**RAYSSA RODRIGUES MENEGHETTI**

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

**Diretoria - CONPEDI**

**Presidente** - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

**Diretora Executiva** - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini - UNIVEM/FMU - São Paulo

**Vice-presidente Norte** - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

**Vice-presidente Centro-Oeste** - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

**Vice-presidente Sul** - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

**Vice-presidente Sudeste** - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

**Vice-presidente Nordeste** - Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

**Representante Discente:** Prof. Dra. Sinara Lacerda Andrade - UNIMAR/FEPODI - São Paulo

**Conselho Fiscal:**

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - ESDHC - Minas Gerais

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM - Rio de Janeiro

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - Ceará

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR - São Paulo

**Secretarias**

**Relações Institucionais:**

Prof. Dra. Daniela Marques De Moraes - UNB - Distrito Federal

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM - São Paulo

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie - São Paulo

**Comunicação:**

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - Paraíba

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro - UNOESC - Santa Catarina

**Relações Internacionais para o Continente Americano:**

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

**Relações Internacionais para os demais Continentes:**

Prof. Dr. José Barroso Filho - ENAJUM

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - São Paulo

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - Paraná

**Eventos:**

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - Minas Gerais

Profa. Dra. Cinthia Obladen de Almendra Freitas - PUC - Paraná

Profa. Dra. Livia Gagher Bosio Campello - UFMS - Mato Grosso do Sul

**Membro Nato** - Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UMICAP - Pernambuco

---

D597

Direito do consumidor [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Eudes Vitor Bezerra; Marcelo Negri Soares; Rayssa Rodrigues Meneghetti – Florianópolis: CONPEDI, 2021.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-446-4

Modo de acesso: [www.conpedi.org.br](http://www.conpedi.org.br) em publicações

Tema: Constitucionalismo, desenvolvimento, sustentabilidade e smart cities.

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais – Anais de pôsteres. 2. Direito 3. Consumidor. IV Encontro Virtual do CONPEDI (1: 2021 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



## **IV ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI**

### **DIREITO DO CONSUMIDOR I**

---

#### **Apresentação**

A organização do CONPEDI atua sempre com a intenção de manter a qualidade de seus eventos e o compromisso com a pesquisa. Na IV edição virtual do CONPEDI, a equipe, talentosa e dedicada, não mediu esforços para que o evento fosse, mais uma vez, um grande sucesso nacional, reunindo pesquisadores de todos os Estados da Federação.

No dia 09 de novembro de 2021 foram apresentados os pôsteres na sala intitulada DIREITO CIVIL CONTEMPORÂNEO E DIREITO DO CONSUMIDOR, coordenada pelos professores Eudes Vitor Bezerra; Marcelo Negri Soares e Rayssa Meneghetti. Os trabalhos aprovados, após criteriosa avaliação metodológica, foram apresentados aos presentes, permitindo rica interlocução e troca de conhecimento entre docentes e discentes de várias instituições do Brasil. Como fruto dessas trocas, nasce a publicação do presente volume, evidenciando qualidade acadêmica e rigor técnico.

Os coordenadores da sala de pôsteres, que assinam abaixo, estão extremamente satisfeitos com o caráter inovador e ousado dos temas relacionados ao Direito Civil Contemporâneo. Com satisfação, passam a apresentar os 8 (oito) pôsteres.

A autora Giovana Benedet tratou sobre a licitude (ou não) na exigência de pagamento antecipado de demurrage para indicação do terminal para devolução da unidade de carga.

Em seguida, a autora Fabiane Aparecida Soares da Silva Lucena apresentou os resultados de sua pesquisa sobre enriquecimento sem causa, questionando se se trata de um princípio de direito ou fonte obrigacional.

O inovador tema abordado por Wesley Gomes Monteiro levantou discussões sobre o uso das técnicas de visual law nos contratos e se o uso dessas ferramentas contribui para a observância dos princípios da função social e da boa-fé objetiva.

As pesquisadoras Loyana Christian de Lima Tomaz e Vitória Colognesi Abjar cuidaram de uma problemática atual e que tem afetado diversos brasileiros que vivem em situação de hipossuficiência, qual seja, a possibilidade de penhora salarial, especificamente do auxílio recebido em tempos de pandemia, traçando uma análise comparativa dos RESP nº 1.818.716/SC e RESP nº 1.935.102/DF.

Ana Beatriz Leão Castelo Branco Maia falou acerca da perda velada da soberania do consumidor a luz das teorias dos renomados autores Shoshana Zuboff e Byung-Chul Han no que tange os direitos da privacidade e liberdade e a nova LGPD, na chamada sociedade do cansaço.

Logo após, a mestrandia Giseli Cristina Do Rosario Vilela Da Silveira Consalter Kauche tratou sobre a rotulagem de alimentos sem glúten e o dever de informação do código de defesa do consumidor.

Os idosos, na qualidade de consumidores, foram lembrados por Tarcio Augusto Penelva Santos, que tratou sobre a Pandemia da Covid-19 e consumo digital dos idosos.

Por fim, Sara de Castro José, orientada por Sérgio Henriques Zandona Freitas, em brilhante explanação, problematizou o fenômeno do superendividamento do brasileiro, em uma análise crítica à Lei nº 14.181/21 e a proteção estatal nesses casos.

É claro que os pôsteres apresentados demonstram o altíssimo grau de competência intelectual e acadêmica dessa geração de pesquisadores. Desse modo, desejamos “Boa Leitura” à

sociedade científica!

Profa. Rayssa Rodrigues Meneghetti – UIT

Prof. Eudes Vitor Bezerra – IDEA

Prof. Marcelo Negri Soares – UNICESUMAR

# **Pandemia da Covid-19 e consumo digital: considerações sobre o consumidor idoso.**

**Tarcio Augusto Penelva Santos**

## **Resumo**

### **INTRODUÇÃO**

O e-commerce é uma forma de consumo já em movimento antes da pandemia e é de extrema necessidade nesse período, como embasa estudo da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC), em que pese tenha voltado ao funcionamento do comércio físico, 97% das pessoas ainda se mantêm nas compras online, ocupando mais de 50% de seu consumo mensal (TERRA, 2020, p. 24), continuando a crescer o uso de plataformas digitais para compras. Consequentemente, o consumo virtual é uma realidade já imposta e que tende ao crescimento exponencial.

Dentre as transformações tecnológicas, diversos sujeitos ficaram à margem dessa interação, como portadores de necessidades especiais (PNE), famílias socioeconomicamente desfavorecidas e os idosos, este último sendo o objeto do trabalho. Todavia, em que pese o receio no tratamento para com a internet por parte desses consumidores, estes encontram-se tolhidos ao surgir a pandemia, obrigando-os a utilizar plataformas digitais, dada a necessidade de distanciamento social.

Os idosos são definidos no art. 1º da Lei nº 10.741 de 2003 como indivíduos cuja idade seja a partir de 60 anos (BRASIL, 2003, online); pensar nas condições da última década, com aumento da qualidade de vida e atuação ativa na sociedade, associada à implementação das tecnologias no cotidiano faz com que se reflita acerca da situação desses indivíduos diante desses avanços.

### **PROBLEMA DE PESQUISA**

Dentro dessa conjuntura, se faz nítido que o cenário provocado pela pandemia da Covid-19 acentua ainda mais essa migração ao mundo virtual, a necessidade do isolamento social combinado com o risco avançado de letalidade da doença entre os idosos resulta na utilização da tecnologia em favor da sociedade.

Ademais, a problemática pesquisada surge com as dúvidas quanto ao uso dessa tecnologia pelos idosos: quais os desafios diante do novo paradigma tecnológico? O consumo na internet é apto ao consumidor sênior? Quais formas a tecnologia possibilita o auxílio diante dessa situação?

## OBJETIVO

O objetivo da presente pesquisa é elucidar acerca do consumo em plataformas digitais, tendo como recorte a pandemia da Covid-19, entendendo o idoso como hipervulnerável nessa relação. Ademais, cabe refletir de que forma a tecnologia impacta o consumidor +60 na experiência de consumo, os desafios enfrentados na mudança do consumo analógico ao digital.

## MÉTODO

A pesquisa se estrutura a partir do método qualitativo acerca dos consumidores idosos, tendo o intuito de ampliar a análise realizada acerca das questões debatidas; a técnica empregada se faz por meio de estudo de bibliografia especializada, momento em que se estabelece uma linha crítico-metodológica.

## RESULTADOS ALCANÇADOS

A configuração do indivíduo no cenário pandêmico demonstra a fragilidade do ente aqui discutido, os elevados índices de desemprego, aumento expressivo sobre produtos básicos deflagram um consumidor apreensivo com questões que extrapolam a educação digital.

A pandemia forçou o consumidor sênior, antes predominante no mercado analógico, a migrar para o digital. Porém, essa mudança abrupta perpassa por problemáticas como o assédio de consumo, a falta de confiança nas trocas comerciais e a inacessibilidade das plataformas. Portanto, a vulnerabilidade do consumidor digital torna-se ainda mais delicada na discussão do consumidor idoso, que é obrigado a se adaptar em um tempo recorde.

Em relatório divulgado pela SBVC (TERRA; BESNOSOFF, 2021, p. 7-8), aponta a crescente expressão dessa camada consumidora, passando a ter maior atenção do empresariado a partir da Covid-19, de acordo com o estudo 84% dos idosos utilizam de plataformas online, sendo desses, 43% consomem apenas desse modo como forma de evitar aglomerações.

Conjuntamente, demonstra-se que em 2017, 70% já tinha efetuado alguma compra em sites, passando para 82% em 2020 e 84% em 2021, o que demonstra que a pandemia realmente impulsionou o consumidor sênior ao mercado digital (TERRA; BESNOSOFF, 2021, p. 24). Todavia, do total de entrevistados, 49% indicaram que apresentam dificuldades de compras em razão da segurança (TERRA; BESNOSOFF, 2021, p. 30). Portanto, em que pese o ciberespaço tenha ganhado força, o consumidor 60+ ainda apresenta diversos desafios.

Como apontado por Zagato e Vaz (2021, p. 192-193) a desmaterialização ocasionada pelos

novos modos de consumo necessita um olhar mais atento do CDC, utilizando do diálogo das fontes com outras legislações, tendo como principal exemplo a Lei nº 13.709 de 2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais), que tem como escopo a tutela dos dados pessoais.

O art. 39, IV, do CDC (BRASIL, 1990, online) aponta para o reconhecimento de práticas abusivas do fornecedor em razão da idade do consumidor, compreendendo que essa característica é relevante dentro da relação consumerista, sendo o idoso um indivíduo mais suscetível às práticas delituosas. Outrossim, o art. 4º, I (BRASIL, 1990, online) do mesmo dispositivo aponta para o caráter principiológico da vulnerabilidade do consumidor nas relações mercadológicas, tendo status basilar nas relações consumeristas.

Nesta senda, cabe o reconhecimento da hipervulnerabilidade do consumidor idoso diante do ambiente virtual, posto existir um agravamento pela condição da idade e pouca familiaridade ao uso tecnológico. Ademais, como esboça Miragem (2016, p. 130) que “assim é vulnerável faticamente, ou duplamente vulnerável, o consumidor-criança ou o consumidor-idoso, os quais podem ser, em razão de suas qualidades específicas (reduzido discernimento, falta de percepção), mais suscetíveis aos apelos dos fornecedores”.

Além disso, uma solução são plataformas adaptativas, que possibilitem a configuração facilitada para idosos, como o tamanho das fontes, diminuição de imagens, entre outros; sendo necessário ressaltar que a adaptação dos sites possibilitaria a inclusão não apenas desse grupo em específico, como também PNE's, possibilitando uma maior qualidade no consumo. Essas modificações permitem uma melhor experiência do usuário, fazendo com este se sinta mais estimulado a consumir, criando a fidelização do cliente a partir do tratamento adequado.

Diante disso, urge compreender o indivíduo digital como um sujeito de direito, possibilitando o exercício de uma cidadania nos meios eletrônicos, visto que a internet modificou diversas ações do cotidiano, como os aplicativos de instituições financeiras, redes sociais, publicidade direcionada e a própria maneira de consumir. Portanto, o que se observa é a necessidade de coexistência dos interesses dos empresários e a liberdade da pessoa nesses meios.

**Palavras-chave:** Pandemia, Consumidor Idoso, Tecnologia

### **Referências**

BRASIL. Lei n. 8.078, 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm). Acesso em: 01 out. 2021.

BRASIL. Lei n. 10.741, 1 de outubro de 2003. Dispõe sobre o estatuto do idoso e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/10741.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/10741.htm). Acesso em: 20

set. 2021.

MIRAGEM, Bruno. Curso de direito do consumidor. 6<sup>a</sup> ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016.

TERRA, Eduardo; BESNOSOFF, Fernanda. Hábitos de compra do consumidor 60+. [S.l.]: SBDV, 2021. 33 p. Disponível em: [http://sbvc.com.br/bfd\\_download/5a-edicao-estudo-60/](http://sbvc.com.br/bfd_download/5a-edicao-estudo-60/). Acesso em: 03 out. 2021.

TERRA, Eduardo. et. al. Era da experiência: relações com Covid-19. [S.l.]: SBVC, 2020. 30 p. Disponível em: [http://sbvc.com.br/bfd\\_download/estudo-era-da-experiencia-relacoes-com-covid-19-sbvc-2020/](http://sbvc.com.br/bfd_download/estudo-era-da-experiencia-relacoes-com-covid-19-sbvc-2020/). Acesso em: 03 out. 2021.

ZAGATO, James Silva; VAZ, Jean de Melo. O incremento do comércio eletrônico decorrente da necessidade de isolamento social e a importância do sistema jurídico normativo de proteção ao consumidor. In: MARQUES, Claudia Lima; SANTIAGO, Mariana Ribeiro; CALDAS, Roberto Correia da Silva Gomes; CALOCHE, Sinara Lacerda Andrade. Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo. Florianópolis: CONPEDI, 2021, p. 189-205. Disponível em: <http://site.conpedi.org.br/publicacoes/276gsltp/7hv0e719/83WXIb1ZDfJXxg2O.pdf>. Acesso em: 22 set. 2021.