

VII ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

EDITH MARIA BARBOSA RAMOS

JOANA STELZER

CILDO GIOLO JUNIOR

FERNANDA MARIA NEVES REBELO

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 - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - FMU - São Paulo

Diretor Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

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 - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

Representante Discente: Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFERSA - Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Fernando Passos - UNIARA - São Paulo

Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná

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

Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal

Comunicação:

Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina

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

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

Relações Internacionais para o Continente Americano:

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

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

Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM - São Paulo

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Profa. Dra. Gina Vidal Marcílio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI - Santa Catarina

Eventos:

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

Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina

Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

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

D597

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Cildo Giolo Junior; Edith Maria Barbosa Ramos; Fernanda Maria Neves Rebelo; Joana Stelzer – Florianópolis: CONPEDI, 2024.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-85-5505-890-5

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: A pesquisa jurídica na perspectiva da transdisciplinaridade

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito e globalização. 3. Responsabilidade nas relações de consumo. VII Encontro Virtual do CONPEDI (1: 2024 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



VII ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Apresentação

Em 28 junho de 2024, o grupo temático "DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO I" (GT57) reuniu-se virtualmente para um encontro marcado por debates e apresentações instigantes, no âmbito do VII Encontro Virtual do CONPEDI (ocorrido entre os dias 24 e 28 de junho de 2024). Nessa imersão de 4 horas, por intermédio da plataforma da Rede Nacional de Ensino e Pesquisa (RNP), foi possível explorar a complexa e multifacetada realidade das emergentes relações de consumo, trazendo temas que foram de fragilidades das plataformas digitais às responsabilidades das empresas, passando por algoritmos, superendividamento, obsolescência planejada, entre outros.

No encontro, permeado por temas que evidenciavam os desafios contemporâneos, foi possível perceber múltiplas violações que a dita 'modernidade' trouxe, deixando transparecer, com especial destaque, as fragilidades do ambiente digital. Dar voz a todos os consumidores foi um tema que norteou as discussões, especialmente em relação aos (indevidos) créditos consignados. O evento reforçou a importância da Pós-Graduação em Direito na luta por justiça social e na construção de uma sociedade mais equânime, motivando esse GT a deixar um legado de conhecimento e engajamento. As reflexões e debates realizados servirão de base para novas pesquisas, ações e políticas públicas voltadas à promoção de relações de consumo saudáveis.

No manuscrito A AUTONOMIA DA VONTADE DO CONSUMIDOR EM UMA ERA DE INTERNET DAS COISAS E DA ECONOMIA MOVIDA A DADOS, Sophie Araújo Gomes analisa como a tecnologia da Internet das Coisas, que proporciona a "datificação da vida", pode fortalecer o Big Data e a economia movida a dados, com a quantidade massiva de dados que são coletados, e com a precisão das informações que são extraídas. O trabalho questiona se o CDC e a LGPD, são suficientes para garantir a defesa do consumidor, a sua autonomia da vontade, em um cenário de Internet das Coisas e da economia movida a dados.

As autoras Leticia Spagnollo e Nadya Regina Gusella Tonial, no texto A INFLUÊNCIA DOS ALGORITMOS NA PERSONALIZAÇÃO DO CONSUMO: OS NOVOS TIPOS DE VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR E OS DESAFIOS NA REGULAMENTAÇÃO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO, analisam a figura dos algoritmos no e-commerce e os

desafios na proteção do consumidor no meio digital, diante do expressivo e gradativo aumento do consumo através do comércio eletrônico, aliado a grande influência exercida pelos algoritmos no processo de tomada de decisão dos consumidores. Sugerem o surgimento de desafios para a aplicação da legislação consumerista, que podem ser vencidos pelo diálogo das fontes e pela aprovação do Projeto de Lei n. 3.614/15, que atualiza o CDC, no que tange às relações digitais de consumo.

Por sua vez, o paper produzido por José Elias De Albuquerque Moreira, **INFLUENCERS DIGITAIS, TEORIA DO DESVIO PRODUTIVO E A RESPONSABILIZAÇÃO POR PUBLICIDADE ILÍCITA EM MEIO VIRTUAL**, examina a responsabilidade dos influencers digitais na cadeia produtiva entre empresas e consumidores, especialmente na divulgação de propagandas enganosas em meio digital. Destaca o impacto do poder de convencimento dos influencers e investiga como são fiscalizados e punidos solidariamente com os fornecedores dos produtos ou serviços promovidos. A pesquisa, baseada na teoria do desvio produtivo do consumidor, utiliza método dedutivo e análises bibliográficas e documentais. Conclui-se que influencers possuem responsabilidade solidária e devem ser fiscalizados e punidos por práticas de propaganda enganosa que prejudicam os consumidores.

O estudo **INTERSEÇÃO JURÍDICA: ANÁLISE DA RESPONSABILIDADE DOS INTERMEDIÁRIOS ONLINE SOB O MARCO CIVIL E O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR - UMA PERSPECTIVA DO TEMA 987 DO STF**, por Antônio Rodrigues Miguel e Diego Prezzi Santos, investiga a responsabilidade dos intermediários online pelo conteúdo de terceiros sob o Marco Civil da Internet e o Código de Defesa do Consumidor. Analisando o Tema 987 do STF, o trabalho explora a constitucionalidade do artigo 19 do Marco Civil, que exige ordem judicial para responsabilizar provedores. Utilizando método hipotético-dedutivo, o estudo examina doutrinas, artigos científicos e jurisprudências brasileiras, destacando a interação entre essas legislações.

A pesquisa **OBSOLESCÊNCIA PLANEJADA: UMA ANÁLISE DESSA PRÁTICA ABUSIVA SOB A ÓTICA DO CONCEITO DE CONSUMO LÍQUIDO**, de Cildo Giolo Junior, Guilherme Brunelli Marcondes Machado e Guilherme De Sousa Cadornim, aborda a prática abusiva da obsolescência planejada em bens duráveis, contextualizada no consumo contemporâneo. Utilizando a teoria da liquidez de Zygmunt Bauman, o estudo analisa a obsolescência planejada à luz do Código de Defesa do Consumidor e outros instrumentos legais. A metodologia dedutiva e qualitativa revela a necessidade de leis específicas para combater essa prática, destacando a proteção existente, mas insuficiente, na legislação brasileira.

O trabalho intitulado A LEI DO SUPERENDIVIDAMENTO COMO MEIO DE APRIMORAMENTO DA PROTEÇÃO À PESSOA IDOSA NOS CONTRATOS DE EMPRÉSTIMOS CONSIGNADOS, escrito por Josélia Moreira De Queiroga e Maria Claudia Mesquita Cavalcanti, investiga como a Lei do Superendividamento protege idosos em contratos de empréstimos consignados. O estudo aborda a hipervulnerabilidade dos idosos e as ofertas de empréstimos, destacando a necessidade de proteção jurídica para evitar o superendividamento e melhorar a qualidade de vida. Conclui que a Lei oferece importantes mecanismos de proteção contra ofertas indiscriminadas de instituições bancárias.

Já Dirceu Pereira Siqueira, Andryelle Vanessa Camilo Pomin e Mel Clemes Galvanin, em A VIOLAÇÃO DO DIREITO DA PERSONALIDADE À INTEGRIDADE PSÍQUICA DA PESSOA IDOSA EM DECORRÊNCIA DO “GOLPE DO CONSIGNADO”, analisam a violação da integridade psíquica dos idosos causada pelo "golpe do consignado". O estudo explora a vulnerabilidade dos idosos, a legislação de proteção e os efeitos psíquicos desse golpe. Utilizando métodos bibliográficos, exploratórios e indutivos, conclui que o golpe do consignado resulta em significativa violação da integridade psíquica e dos direitos da personalidade dos idosos.

A pesquisa RAZOABILIDADE DOS MECANISMOS DE ACESSO À PLATAFORMA CONSUMIDOR.GOV.BR: UMA ANÁLISE A PARTIR DA (HIPER) VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR NO CIBERESPAÇO, assinada por Giovanna Taschetto de Lara e Daniela Richter, analisa a acessibilidade da plataforma consumidor.gov.br, considerando a hipervulnerabilidade digital de certos grupos, especialmente idosos. A pesquisa conclui que a exigência de selos de confiabilidade para o acesso torna a plataforma menos inclusiva e acessível, prejudicando consumidores hipervulneráveis.

No que tange aos IMPACTOS TECNOLÓGICOS NA VIDA CONTEMPORÂNEA: A HIPERVULNERABILIDADE DOS IDOSOS NO CIBERESPAÇO, Bruna Ewerling, Ana Paula Koenig e Rogerio da Silva, exploram os impactos tecnológicos nas vidas dos idosos, destacando sua hipervulnerabilidade no ciberespaço. O estudo, utilizando uma metodologia bibliográfica exploratória e indutiva, conclui que a crescente digitalização aumenta a vulnerabilidade dos idosos em transações eletrônicas.

No mesmo diapasão da hipervulnerabilidade, Mariane Spanhol Volpato e Paulo Roberto Pegoraro Junior investigam a situação dos idosos a fraudes bancárias eletrônicas. Com a imposição do uso de tecnologia por instituições financeiras, idosos sem conhecimento

técnico adequado tornam-se alvos fáceis de golpes, em HIPERVULNERABILIDADE DO IDOSO EM FRAUDES BANCÁRIAS ELETRÔNICAS. O estudo destaca a necessidade de dupla proteção para esta classe de vulneráveis, conforme o CDC e o Estatuto do Idoso.

No texto intitulado A PUBLICIDADE E FUNÇÃO SOLIDÁRIA NA PÓS-MODERNIDADE - DESAFIOS À LUZ DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, os autores Otávio Fernando De Vasconcelos, Douglas da Silva Garcia e Victória Cássia Mozaner, examinam a interseção entre publicidade, função solidária e o Código de Defesa do Consumidor (CDC) na era pós-moderna, destacando desafios e oportunidades emergentes. Na pós-modernidade, com a proliferação de estímulos visuais e mensagens persuasivas, a publicidade não só impulsiona o consumo, mas também molda percepções, emoções e comportamentos subconscientes dos consumidores. Os autores investigam como as empresas podem usar a publicidade para cumprir sua função solidária, contribuindo para o bem-estar da sociedade e atendendo às regulamentações do CDC.

Em A RESPONSABILIDADE CIVIL OBJETIVA DOS INFLUENCERS NA SUA PARTICIPAÇÃO EM PUBLICIDADES ILÍCITAS, Maurício Moreira Caetano argumenta que influencers devem ser civilmente responsabilizados de forma objetiva por participarem de campanhas publicitárias ilícitas. A pesquisa demonstra a insuficiente fiscalização e regulamentação dessas campanhas, destacando a necessidade de aplicação da responsabilidade objetiva para aumentar a eficácia do artigo 37 do Código de Defesa do Consumidor.

Da mesma forma, Elida De Cássia Mamede Da Costa e Maynara Cida Melo Diniz, em A RESPONSABILIDADE CIVIL POR DANO PELO DESVIO PRODUTIVO E O SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA, analisam a jurisprudência do STJ sobre a teoria do desvio produtivo. O estudo revela que os tribunais reconhecem a perda de tempo útil como um dano indenizável, destacando a importância dessa teoria nas relações de consumo.

Por sua vez, Giowana Parra Gimenes da Cunha e Galdino Luiz Ramos Junior em AS REDES CONTRATUAIS E A RESPONSABILIDADE CIVIL PERANTE O CONSUMIDOR, por examinam a responsabilização civil dos fornecedores nas redes contratuais na pós-modernidade. O estudo aborda a flexibilidade das redes contratuais e a necessidade de salvaguardar os direitos do consumidor, adaptando a teoria contratual à realidade das relações de consumo.

Ainda sobre o enfoque da responsabilidade, o paper ANÁLISE ECONÔMICA DA RESPONSABILIDADE CONSUMERISTA NA SOCIEDADE INFORMACIONAL, escrito

por Feliciano Alcides Dias, Priscila Zeni De Sa e Ubirajara Martins Flores, aplica a Law and Economics para avaliar a eficácia do CDC na sociedade informacional. A pesquisa discute a globalização do consumo e a responsabilidade dos fornecedores, propondo alternativas para evitar externalidades negativas e reduzir custos de transação.

O trabalho CONSUMO COLABORATIVO E A FUNÇÃO SOCIAL E SOLIDÁRIA DA EMPRESA: UMA ANÁLISE JURÍDICA ACERCA DA APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR EM ÁREAS COMUNS DE CONDOMÍNIOS, grafado por Fabiana Cortez Rodolpho, Luiz Otávio Benedito e Daniela Ramos Marinho Gomes, analisa o consumo colaborativo e sua aplicabilidade no CDC. O estudo investiga a função social das empresas em áreas comuns de condomínios, propondo uma abordagem abrangente para garantir a função social e solidária do consumo colaborativo.

O próprio volume de trabalhos apresentados demonstra a importância da Responsabilidade nas Relações de Consumo e de sua articulação com o Direito e a Globalização, bem como da relevância da pesquisa e do estudo sobre estratégias de enfrentamento das desigualdades e das vulnerabilidades dos consumidores. As temáticas apresentadas são fundamentais para consolidação do paradigma do Estado democrático de direito, no sentido de conciliar as tensões entre os direitos do consumidor, as vulnerabilidades econômicas e as aceleradas modificações da sociedade contemporânea no mundo globalizado.

Agradecemos a todos os pesquisadores da presente obra pela sua inestimável colaboração e desejamos a todos ótima e proveitosa leitura!

Cildo Giolo Junior

Edith Maria Barbosa Ramos

Joana Stelzer

**RAZOABILIDADE DOS MECANISMOS DE ACESSO À PLATAFORMA
CONSUMIDOR.GOV.BR: UMA ANÁLISE A PARTIR DA (HIPER)
VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR NO CIBERESPAÇO**

**REASONABILITY OF ACCESS MECHANISMS FOR THE CONSUMIDOR.GOV.
BR PLATFORM: AN ANALYSIS BASED ON CONSUMER'S (HYPER)
VULNERABILITY IN CYBERSPACE**

**Giovanna Taschetto de Lara ¹
Daniela Richter ²**

Resumo

O Código de Defesa do Consumidor tem como princípio basilar a vulnerabilidade do consumidor, partindo do pressuposto que as relações de consumo são, intrinsecamente, desiguais. O avanço arrebatador dos processos de digitalização, fomentados na sociedade em rede, agrava as situações tradicionais de vulnerabilidade do consumidor, de forma ainda mais acentuada em relação ao público idoso e de baixa instrução, acabando por desencadear, para esses grupos, situação/condição de hipervulnerabilidade digital. Recentemente, a plataforma consumidor.gov.br aderiu ao login pela conta unificada dos serviços públicos digitais prestados pelo Governo Federal, denominada conta gov.br. Porém, somente usuários com selo de confiabilidade prata ou ouro podem registrar suas reclamações, atingindo níveis mais altos de conta mediante concessão de acesso à dados pessoais. Nesse sentido, o presente estudo teve por objetivo analisar, sob a perspectiva da hipervulnerabilidade digital do consumidor, se é razoável que os selos de confiabilidade da conta gov.br sejam requisitos obrigatórios ao acesso da plataforma consumidor.gov.br. Para viabilizar a pesquisa, utilizou-se o método de abordagem dedutivo e, como método de procedimento, a análise bibliográfica e documental. Restou evidenciado que o requisito dos selos de confiabilidade torna o uso da plataforma consumidor.gov.br de difícil acesso e pouco inclusiva, prejudicando o público em situação/condição de hipervulnerabilidade digital.

Palavras-chave: Consumidor.gov.br, Conta gov.br, Direito do consumidor, Hipervulnerabilidade digital, Sociedade em rede

Abstract/Resumen/Résumé

The Brazilian Consumer Protection Code has consumer vulnerability as a basic principle, based on the assumption that consumer relations are intrinsically unequal. The sweeping progress of digitization processes, fostered in the network society, aggravates the traditional situations of consumer vulnerability, even more accentuated in relation to the elderly and low-education public, eventually triggering, for these groups, a situation/condition of digital

¹ Mestranda em Direitos Emergentes na Sociedade Global do Programa de Pós-graduação em Direito da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: giovanna.taschetto.adv@gmail.com.

² Professora Adjunta da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: daniela.richter@ufsm.br

hypervulnerability. Recently, the consumer.gov.br platform joined the login through the unified account of digital public services provided by the Federal Government, called gov.br account. However, only users with a silver or gold seal of trust can register their complaints, reaching higher levels of account by granting access to personal data. In this sense, the present study aimed to analyze, from the perspective of the consumer's digital hypervulnerability, whether it is reasonable for the gov.br account trustworthiness seals to be mandatory requirements for accessing the consumer.gov.br platform. To make the research viable, the deductive method of approach was used and, as a method of procedure, the bibliographical and documental analysis. It remained evident that the login requirement for reliability seals makes the use of the consumer.gov.br platform difficult to access and less inclusive, harming the public in a situation/condition of digital hypervulnerability.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Consumidor.gov.br, Gov.br account, Consumer law, Cyber hypervulnerability, network society

1 INTRODUÇÃO

A Constituição da República Federativa do Brasil é o regimento normativo mais valioso dentro do sistema jurídico brasileiro, sendo fundamental para que se constitua um Estado Democrático de Direito. Seus princípios, além de constituir, possuem a função essencial de preservar o direito, uma vez que estabelecem bases políticas, econômicas, sociais e administrativas que regem o ordenamento jurídico como um todo.

Os direitos do consumidor, por sua vez, figuram no rol de direitos e garantias fundamentais previstos no texto constitucional, mais especificamente nos artigos 5º, inciso XXXII e 170, inciso V da Carta Magna. Assim, o Código de Defesa do Consumidor (CDC), instituído pela Lei 8.078/90, tem seu advento norteado sob preceitos fundamentais constitucionais, que atribuem ao Estado o dever de promoção dos direitos do consumidor, e ao Direito a responsabilidade pela tutela dos mesmos.

No Brasil, um dos principais instrumentos de efetivação dos direitos consumeristas é o Órgão de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon), parte integrante do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, sendo um órgão público responsável pela proteção e defesa dos direitos e interesses dos consumidores.

Passados mais de trinta e cinco anos desde a criação do primeiro Procon¹, seguindo as transformações da sociedade em rede e os processos de digitalização por ela incentivados, em 2014 foi lançada a plataforma *consumidor.gov.br*, um serviço público digital que oferece uma alternativa para solução de conflitos consumeristas, tendo representado um grande avanço no que diz respeito à tutela de direitos do consumidor, especialmente em razão da desburocratização.

A plataforma possibilitou ao consumidor a resolução de questões de consumo sem sair de casa, o que foi de grande valia especialmente durante a pandemia do COVID-19 e os *lockdowns*². Tal afirmativa pode ser corroborada pelo aumento expressivo de reclamações registradas na plataforma no ano de 2021, em comparação aos demais anos desde que a plataforma foi lançada (SENACON, 2023).

Outro ponto que merece apreço é o fato de que a plataforma importou na unificação de solução de conflitos consumeristas, de forma que o consumidor não fica mais refém do sistema

¹A criação do primeiro PROCON data de 1974, por iniciativa do Governo do Estado de São Paulo. (PROCON-SP, 2023)

²“Lockdown” foi o nome escolhido para o protocolo de emergência imposto durante a pandemia do COVID-19 que visava evitar que as pessoas saíssem de suas casas para atividades consideradas não essenciais, com o objetivo de evitar a propagação do coronavírus.

de atendimento disponibilizado pelo fornecedor, que muitas vezes é ineficiente, demorado ou, até mesmo, inexistente.

A partir de abril de 2022, em cumprimento ao previsto no Decreto nº 10.197, de 2 de janeiro de 2020, o procedimento de acesso ao *consumidor.gov.br* passou a exigir o cadastro na Plataforma de Autenticação Digital do Cidadão do Governo Federal, a chamada *conta gov.br*. Antes da mudança, o acesso se dava mediante cadastro simples no próprio site da plataforma.

Além disso, o usuário deve possuir uma conta nível prata ou ouro, os chamados “selos de confiabilidade” utilizados pela *conta gov.br* para determinar o nível de segurança da mesma - quanto maior o nível, maior a segurança. Para aumentar o nível da conta é preciso que o usuário conceda diversas informações, permitindo acesso e cruzamento de dados com sua carteira de habilitação, título eleitoral ou dados bancários, por exemplo.

No entanto, a exigência dos selos de confiabilidade da *conta gov.br* como condição de uso do *consumidor.gov.br* torna o acesso burocrático e dificultoso, especialmente para pessoas de baixa instrução e idosos. Para este público a utilização de tecnologias por si só já é um obstáculo a ser superado, motivo pelo qual o implemento de novas exigências pode implicar na completa exclusão desse grupo da utilização desse serviço público digital.

Há que se assumir, portanto, que muito embora o *consumidor.gov.br* represente um avanço ao direito do consumidor, a plataforma merece correções, bem como o sistema como um todo. Sem querer adentrar em questões paradigmáticas, é preciso questionar se o implemento de novas tecnologias de fato desburocratiza o acesso à serviços públicos, ou acabam por manter - ou até mesmo desencadear novas - barreiras.

Quando o direito é pauta em questões que aludem à sociedade em rede, ao revés do que estamos acostumados, por vezes o ideal a se fazer é “pisar no freio”. Isso porque nem sempre uma inovação digital vai de fato contribuir ao fim proposto inicialmente. No ponto, a eficácia deve prevalecer sobre a eficiência.

Nessa perspectiva, o presente trabalho propõe-se a responder ao seguinte questionamento: Quais estratégias podem ser adotadas para que as plataformas digitais possam efetivamente tutelar os direitos dos consumidores hipervulneráveis?

No tocante à metodologia de pesquisa, utiliza-se o método de abordagem dedutivo, partindo da análise da tutela do consumidor e sua vulnerabilidade no ciberespaço até sua aplicação no que diz respeito às condições de uso da plataforma *consumidor.gov.br* e análise de cumprimento de seus objetivos em relação a grupos específicos. Ainda, como método de procedimento, realiza-se uma análise bibliográfica e documental e, como técnica de pesquisa, emprega-se a elaboração de resumos, fichamentos e pesquisas na *internet*.

Para viabilizar a pesquisa, adota-se como teoria de base o autor Manuel Castells, no que tange à conceituação e estruturação da sociedade em rede e, amparando os estudos sobre os direitos do consumidor, apoiou-se nos escritos dos professores Cláudia Lima Marques e Bruno Miragem.

Por fim, em relação à estruturação, o estudo é dividido em duas partes. Na primeira seção se ateu a análise o contexto brasileiro da defesa do consumidor e sua vulnerabilidade em um aspecto geral. A segunda seção, por sua vez, analisa as situações específicas da vulnerabilidade digital e o público hipervulnerável. É o que se passa a demonstrar.

2 A DEFESA DO CONSUMIDOR NA SOCIEDADE EM REDE

Atualmente vivemos no que Castells chamou de “sociedade em rede” (2005), um sistema de interações que ocorrem predominantemente através de redes tecnológicas de informação e comunicação que promovem um sistema de interações humanas baseadas em um ciberespaço³.

As tecnologias digitais estão mudando radicalmente a maneira como os cidadãos vivem, trabalham, consomem serviços e interagem. Em vista disso, não só o direito, mas também as formas de governo vêm sofrendo transformações no sentido de digitalizar os seus sistemas, buscando se integrar ao ciberespaço, não apenas com o objetivo de facilitação, mas como meio legítimo para construção de bases digitais de controle social.

No viés jurídico, sabe-se que o direito deve acompanhar as mudanças da sociedade na medida em que novas demandas e conflitos surgem, buscando tornar a convivência entre seus cidadãos pacífica e harmônica, o que se traduz em sua função social.

Já na perspectiva governamental, a administração pública deve ser capaz de responder à transformação digital em andamento e produzir processos e serviços mais inclusivos, convenientes e colaborativos, sendo essa capacidade crucial para garantir não só a confiança dos cidadãos, mas também uma sociedade justa e igualitária.

Em âmbito brasileiro, em 11 de abril de 2019 foi instituído pelo Decreto nº 9.756 o portal único *gov.br* com o objetivo de centralizar os serviços prestados pelo Governo Federal de forma digital. Para ter acesso aos serviços públicos disponibilizados na plataforma, o cidadão precisa criar uma *conta gov.br*, que é, segundo definição do Governo Federal, “uma identificação que comprova em meios digitais que você é você” (BRASIL, 2023b).

³ Pierre Lévy define o ciberespaço como “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores” (1999).

Ademais, impulsionada pelas necessidades emergentes da pandemia do COVID19, em 2020 o Governo Federal apresentou uma Estratégia de Governo Digital (BRASIL, 2020) com a promessa de "atender a todos os brasileiros, em todos os lugares e em diversos contextos socioeconômicos e culturais", agilizando o processo de digitalização dos serviços públicos.

Tal estratégia foi então concretizada em 29 de março de 2021, quando sancionada a Lei Federal nº 14.129, a Lei do Governo Digital, que norteia as ações de todos os órgãos federais com o objetivo de digitalizar o governo, apresentando a proposta de oferecer serviços de melhor qualidade, mais simples, acessíveis e a um custo menor para o cidadão.

A Lei do Governo Digital buscou unificar a prestação de serviços públicos digitais, com o intuito de desburocratizar o acesso aos mesmos. Para tanto, determinou a "interoperabilidade", que se constitui em uma base única de dados fornecidos pelo cidadão ao Governo Federal disponíveis aos órgãos públicos, evitando a repetição de preenchimento de formulários em sistemas diversos, pretendendo tornar a aplicação de políticas públicas mais ágil.

Nesse cenário, os serviços públicos estão gradualmente migrando para o sistema digital. Segundo o Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos, em notícia publicada em agosto de 2022, a plataforma *gov.br* passou a disponibilizar quatro mil serviços públicos digitais para o cidadão, o que corresponde a 84% do total de 4,8 mil serviços que são oferecidos atualmente pelo Governo Federal à população (BRASIL, 2022a).

Dentre os serviços ofertados está a plataforma *consumidor.gov.br*. Lançada em 2014, instituída formalmente pelo Decreto nº 8.573/2015 por iniciativa da Secretaria Nacional do Consumidor do Governo Federal, a plataforma faz parte de um conjunto de políticas públicas do Plano Nacional de Consumo e Cidadania (Plandec), e representa uma alternativa virtual para solução de conflitos consumeristas.

Na plataforma, que promete resolução de conflitos de forma “rápida e desburocratizada”, o consumidor pessoa física pode registrar reclamações contra as empresas previamente cadastradas e obter uma resposta em até dez dias.

Criada sob os fundamentos do artigo 4º, inciso V, do Código de Defesa do Consumidor (CDC) e artigo 7º, incisos I, II e III do Decreto 7.963/2013 (que institui o Plandec), tem como premissas:

- i. Transparência e controle social são imprescindíveis à efetividade dos direitos dos consumidores;
- ii. As informações apresentadas pelos cidadãos consumidores são estratégicas para gestão e execução de políticas públicas de defesa do consumidor;
- iii. O acesso à informação potencializa o poder de escolha dos consumidores e contribui para o aprimoramento das relações de consumo. (BRASIL, 2023a)

Conforme consta na própria descrição da plataforma, "o *consumidor.gov.br* é um serviço público que permite a interlocução direta entre consumidores e empresas para solução de conflitos de consumo pela internet". Trata-se de um serviço público provido e mantido pelo Estado, sendo monitorada pela Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon) do Ministério da Justiça, Procons, Defensorias e Ministérios Públicos e pela própria sociedade.

Nesse sentido, o *consumidor.gov.br* surgiu com o objetivo de fomentar a solução extrajudicial de conflitos de consumo, não só como um facilitador, mas como um verdadeiro meio de concretização de políticas públicas instituídas em normas infraconstitucionais, como as próprias instituidoras da plataforma, e principalmente estabelecidas na Constituição Federal.

Desde abril de 2022, em cumprimento ao previsto no Decreto nº 10.197/2020, o procedimento de acesso à plataforma, que antes era por conta simples criada pelo consumidor, passou a exigir o cadastro na Plataforma de Autenticação Digital do Cidadão do Governo Federal, a chamada *conta gov.br*. A mudança faz parte do processo de centralização dos serviços públicos. Além do *login* pelo portal único, a plataforma exige que a *conta gov.br* possua selo de confiabilidade prata ou ouro.

Os selos de confiabilidade são níveis de autenticação da *conta gov.br* e se dividem em: ouro (nível comprovado), prata (nível verificado) e bronze (nível básico). Os selos de confiabilidade, sendo esses considerados apenas o nível prata e ouro, representam contas com maior quantidade de dados fornecidos capazes de comprovar que a conta de fato pertence ao cidadão identificado.

Portanto, para aumentar o nível da *conta gov.br*, é preciso prestar e conceder acesso à diversos dados pessoais, possibilitando o cruzamento de dados com órgãos governamentais, tais como DETRAN e Justiça Eleitoral. Ainda, é preciso realizar reconhecimento facial pelo aplicativo *gov.br* no smartphone, sendo confirmado pela foto da Carteira Nacional de Habilitação (CNH), por meio da conferência das informações com o DETRAN. Também é possível receber os selos de confiabilidade via *login* no *internet banking* do banco credenciado, em que o cidadão possua conta.

Em síntese, quanto mais alto o nível da conta, maior seria a segurança. Em vista disso, a plataforma *consumidor.gov.br* exige níveis mais altos de autenticação em razão da utilização de dados pessoais, com a premissa de atender às diretrizes impostas pela Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018).

No entanto, muitas pessoas não possuem CNH, o que impede a validação do reconhecimento facial, um dos quesitos para aumento no nível da *conta gov.br*. Atualmente, no Brasil, apenas 37,4% da população possui habilitação (BRASIL, 2023c).

Além disso, os bancos credenciados à plataforma são limitados⁴, impossibilitando a verificação da identidade do cidadão que não possui conta vinculada aos mesmos, o que é essencial para progressão do nível da *conta gov.br*. Ademais, para aqueles que possuem conta em banco cadastrado, há o fato de que *smartphones* mais antigos não suportam o *software* do *internet banking*, o que também é requisito para os selos prata e ouro.

Dessa forma, há uma defasagem na prestação do serviço, especialmente em relação ao público idoso e de baixa renda, que experimentam uma grande dificuldade de adaptabilidade e acessibilidade ao meio digital.

É preciso salientar, primordialmente, o caráter constitucional dos direitos consumeristas. Nesse sentido, imperioso o destaque à redação do artigo 5º, inciso XXXII e artigo 170, inciso V, ambos da CF, que estabelecem a defesa do consumidor como um princípio constitucional, cabendo ao Estado a responsabilidade de promovê-la. A respeito do caráter constitucional dos direitos consumeristas, discorre Garcia (2010):

A inclusão da defesa do consumidor como direito fundamental na CF vincula o Estado e todos os demais operadores a aplicar e efetivar a defesa deste ente vulnerável, considerado mais fraco na sociedade. É o que chamamos de “força normativa da Constituição”, na expressão de Konrad Hesse, em que a Constituição, ou os direitos nela assegurados, em especial os direitos fundamentais, não são meros programas ou discursos a serem seguidos, mas apresentam força de norma (norma jurídica), passível de ser executada e exigível.

Partindo desta premissa, torna-se evidente o viés constitucional de políticas públicas que visam a aplicação e efetividade da defesa do consumidor. Por conseguinte, pode-se afirmar que a plataforma *consumidor.gov.br* é uma ferramenta que deve estar à disposição do cidadão extensivamente uma vez que visa o cumprimento de direitos fundamentais – ou seja, um meio legítimo de acesso à justiça.

Além do viés constitucional, é preciso igualmente atentar ao caráter de serviço público da plataforma. A esse respeito, merece destaque o artigo 1º-A, incluído pelo Decreto nº 10.197/2020 ao Decreto nº 8.573/2015, o qual determina que o “*consumidor.gov.br* é a plataforma digital oficial da administração pública federal direta, autárquica e fundacional para a autocomposição nas controvérsias em relações de consumo”.

⁴ Até a data da entrega do presente estudo, a plataforma *gov.br* possui nove bancos credenciados. São eles: Itaú, Agibank, Banco do Brasil, Caixa, Sicoob, Banrisul, BRB, Santander e Bradesco.

Assim sendo, a utilidade pública da plataforma é inquestionável, eis que representa um avanço não só aos consumidores e fornecedores, mas também ao Judiciário, que recebe menos demandas com o aumento dos conflitos solucionados extrajudicialmente. Conforme boletim divulgado pela Senacon (BRASIL, 2022b) a plataforma registrou 1.293.096 reclamações, e índice médio de 77,5% de solução em 2022.

No ponto, depreende-se que o *consumidor.gov.br* não deve ser visto somente como um facilitador, mas sim como uma ferramenta legítima de concretização de políticas públicas voltadas ao cumprimento de princípios fundamentais constitucionais e, portanto, fundamental ao alcance da justiça.

Porém, a simples resolução dos conflitos não implica, necessariamente, que o resultado alcançado foi justo. Em razão do uso da plataforma ser limitado à relação consumidor-fornecedor, não dispõe de um terceiro qualificado que possa intermediar as tratativas.

No entanto, uma análise jurídica sobre o resultado obtido seria essencial considerando que a relação é desigual, uma vez que o consumidor não tem informações suficientes para a defesa qualificada dos seus direitos, seja por não os conhecer ou por não entender como funciona a relação contratual.

Logo, diante da vulnerabilidade jurídico-científica do consumidor, que é presumida (MIRAGEM, 2016), não é possível afirmar que a plataforma é eficaz na proteção do elo mais fraco, em razão de o processamento da reclamação se dar de forma bilateral e assíncrona.

O *consumidor.gov.br* é limitado a uma negociação assíncrona entre as partes. Por vezes, esse método pode ser insuficiente ou inadequado para tratar o problema em questão e, assim, o ideal seria prever mais etapas ou pelo menos ofertar mais opções de métodos consensuais. (BRAGANÇA; LOSS; BRAGA, 2023)

Destarte, em se tratando de solução de conflitos consumeristas, a eficácia deve prevalecer sobre a eficiência, no sentido de que não basta que a justiça seja quantitativa, alcançando um número maior de pessoas, se não é, na mesma medida, qualitativa, em especial nas relações desiguais.

A importância de uma solução eficaz ganha ainda mais evidência no fato de que, cada vez mais, o acesso ao poder judiciário está sendo condicionado ao esgotamento das vias administrativas de solução de conflitos. Ou seja, ao ajuizamento de uma ação consumerista é imprescindível o protocolo de reclamação na plataforma *consumidor.gov.br*, por exemplo.

Assim, diante do caráter público e constitucional da plataforma, como meio legal de acesso à justiça, é imprescindível que o serviço seja eficaz e acessível a todos; e, considerando

que hoje vivemos em uma sociedade em rede, isso só é possível por meio da acessibilidade digital socialmente inclusiva, reconhecendo as vulnerabilidades.

Isso significa que as novas tecnologias que objetivam a efetividade de políticas públicas devem ser implementadas de forma a alcançar todo o público aos quais são destinadas. Para tanto, deve ser abandonado o raciocínio de que o digital é um mero facilitador, e passar a adotar uma nova percepção de que ele é um meio de fato, legalmente instituído e regulado, para concretização de políticas públicas e, conseqüentemente, de acesso à justiça.

3 VULNERABILIDADE AGRAVADA E MARGINALIZAÇÃO DA DESJUDICIALIZAÇÃO

A análise da efetividade de uma norma jurídica carece da investigação dos objetivos em comparação aos seus efeitos. Isto é, a norma jurídica eficaz é aquela que atinge os seus objetivos inicialmente propostos, de modo que o direito possa alcançar a sua função social. Se a norma não atinge o fim ao qual foi criada, não é capaz de disciplinar as relações jurídicas, deixando de cumprir sua função social.

Do mesmo modo, quando se avalia a efetividade dos meios de acesso a serviços públicos, é necessário considerar se esses estão realmente cumprindo seu propósito e se são capazes de fornecer acesso adequado aos cidadãos.

Nesse aspecto, é importante considerar que a digitalização gradual, mas contínua, dos serviços públicos é uma realidade irreversível na sociedade em rede, o que levará ao sucateamento dos serviços presenciais e, futuramente, à sua extinção.

Portanto, ao avaliar a efetividade dos meios digitais de acesso à serviços públicos, é necessário considerar a inclusão e a acessibilidade para todos os cidadãos, garantindo o acesso a eles de maneira eficaz e respeitando os princípios de igualdade, acesso à justiça, dentre outros direitos fundamentais.

A vulnerabilidade, de acordo com conceituação de Baker, La Barge e Baker (2015), corresponde a um estado dinâmico de impotência e dependência originado em razão de questões particulares do indivíduo, características pessoais ou condições externas, dando causa a um desequilíbrio nas interações entre os agentes mercadológicos ou pela atividade de marketing.

Considerando que essa situação de desequilíbrio é inerente à relação consumidor-fornecedor, ao elencar seus princípios norteadores em seu artigo 4º, o CDC estabelece o princípio da vulnerabilidade no inciso I, que visa garantir igualdade formal-material nas relações de consumo, promovendo maior equilíbrio contratual.

Filho (2008) argumenta que é na vulnerabilidade que se funda a existência dos direitos do consumidor pois, reconhecendo que a relação consumidor-fornecedor é desigual, suas normas são sistematizadas justamente para buscar maior igualdade entre os sujeitos da relação.

Como referido *ab initio*, realizar uma leitura dos direitos do consumidor sob lentes constitucionais é fundamental para entender a importância para garantir a sua efetiva proteção, eis que eleva seus princípios ao patamar de norma jurídica. Nesse sentido, o princípio da vulnerabilidade possui força normativa e que, portanto, não deve somente permear as relações de consumo - deve ser promovido e exigido.

Sob tal perspectiva, cabe ao Estado a responsabilidade de responder às situações de vulnerabilidade ou desigualdade na mesma medida em que cabe ao Direito a responsabilidade de identificar os sujeitos que experimentam a situação de debilidade decorrentes de relações desiguais ou de condições inerentes a sua pessoa (MARQUES; MUCELIN, 2022).

Ainda, conforme classificação entabulada por Marques (2019), a vulnerabilidade pode ser técnica, jurídica, fática ou, ainda, informacional. Em uma explanação breve sobre cada tipo, a vulnerabilidade técnica se refere à falta de conhecimento ou habilidades técnicas necessárias para utilizar determinados produtos ou serviços. Já a vulnerabilidade jurídica está relacionada à falta de conhecimento e compreensão das leis e regulamentos que protegem os direitos dos consumidores. Por sua vez, a vulnerabilidade fática diz respeito às desigualdades e desvantagens socioeconômicas que certos consumidores enfrentam e, por fim, a vulnerabilidade informacional refere-se à falta de acesso a informações relevantes e compreensíveis sobre produtos e serviços.

Com exceção da vulnerabilidade informacional, que é mais recente, os demais tipos sempre estiveram presentes nas relações de consumo tradicionais. No entanto, a sociedade em rede transformou não só a forma que nos relacionamos, mas também o regime econômico do século XXI, o qual se denominou “capitalismo de plataforma”, marcado pela plataformização do consumo que, por sua vez, importou no agravamento das vulnerabilidades já existentes em razão da desterritorialização, desmaterialização e despersonalização (MARQUES; MUCELIN, 2022).

A vulnerabilidade técnica, por exemplo, é agravada em relação à tradicional pois, muitas vezes, os consumidores não possuem o conhecimento adequado para lidar com tecnologias complexas ou para entender completamente os recursos e as limitações dos produtos adquiridos.

Por sua vez, a vulnerabilidade informacional ganha proporções incomensuráveis, haja vista a assimetria de informações entre consumidores e fornecedores. No ciberespaço os fornecedores têm acesso a uma quantidade infinitamente maior de dados pessoais dos

consumidores, como histórico de compras, preferências e comportamentos de navegação na internet, utilizando esses dados, não raras as vezes, de maneira abusiva sem o conhecimento e consentimento dos consumidores.

Outro fato que acentua a vulnerabilidade informacional no ciberespaço é a falta (ou a falsa ilusão) de transparência. Diante da complexidade dos produtos e serviços digitais, os consumidores não têm acesso às informações completas sobre o que está consumindo, ou tem dificuldade de entender as informações prestadas.

Para além, as transformações do mercado de consumo não implicam somente no agravamento das vulnerabilidades, mas também propiciam novas situações de desequilíbrio. No ponto, Martins e Lima defendem o surgimento de um novo tipo de vulnerabilidade do consumidor - a digital. Isso pois o consumo, na sociedade em rede, apresenta novas configurações aos conceitos de consumidor e fornecedor, que apesar de representarem transformações inovadoras, representam novos obstáculos à governança estatal, “que passa a depender cada vez mais da atuação de grandes *players* da economia global, à procura da eficiência da proteção do direito do consumidor no mundo digital” (MARQUES; MUCELIN, 2022).

À vista disso, a vulnerabilidade digital refere-se à fragilidade ou susceptibilidade que os consumidores enfrentam ao utilizar plataformas digitais, como nos *marketplaces*⁵, redes sociais, aplicativos, entre outros. Ou seja, a vulnerabilidade do consumidor no ciberespaço se funda em questões estruturais, relacionadas as arquiteturas digitais de escolha (HELBERGER, 2022); ou situacionais, relacionadas a características pessoais intrínsecas do consumidor e questões neuropsicológicas.

Os fatores estruturais da vulnerabilidade digital do consumidor têm relação direta com a coleta e tratamento de dados, e tornam a relação consumidor-fornecedor potencialmente desigual especialmente em razão do consentimento aparente, a falta de transparência e os riscos de discriminação (MENDES, 2015). Isso pois as arquiteturas digitais são de alta complexidade e interferem na autodeterminação informativa. Esses fatores são mais amplos e estão relacionados à estrutura geral da sociedade em rede e da plataformização do consumo.

Já os fatores situacionais da vulnerabilidade digital do consumidor são aqueles que ocorrem em situações específicas, intrínsecas a realidade dos consumidores. Nesse ponto, a baixa (ou falta de) literância digital pode ser apontada como o aspecto principal de extrema

⁵ Plataformas online com objetivo de disponibilizar a compra e venda de produtos pela internet.

vulnerabilidade do consumidor, e que está presente, especialmente, em grupos como idosos e pessoas de baixa instrução.

Ainda, dentro das hipóteses de vulnerabilidades estruturais, pode-se apontar a impossibilidade de conexão ou distribuição precária de *internet*, e falta ou precariedade dos dispositivos de acesso à internet tais como celulares e computadores.

Importante referir, em relação à responsabilidade do Direito, que a legislação não é omissa quanto ao reconhecimento da vulnerabilidade digital e proteção do consumidor no ciberespaço. No entanto, diante das constantes reconfigurações das arquiteturas digitais, é preciso que a legislação seja interpretada de modo tão plástico quanto a dinamicidade do ciberespaço.

Miragem (2020) defende que é preciso atualizar o sentido da norma pela sua interpretação contemporizada e pela concretização de seus conceitos. É necessária, portanto, uma mudança de paradigma, no sentido de compreender e interpretar o princípio da vulnerabilidade do consumidor com força de norma constitucional.

Conforme já exposto anteriormente, o *consumidor.gov.br* é um meio legal de concretização de políticas públicas voltadas ao cumprimento de princípios constitucionais que goza, portanto, de caráter público e amparo normativo. Nesse sentido, a plataforma precisa atingir os objetivos pelos quais foi criada, a fim de cumprir sua função social, os quais se encontram descritos no Decreto nº 8.573/2015.

Dentre os objetivos elencados encontra-se a ampliação do atendimento ao consumidor e a promoção da transparência nas relações de consumo. Portanto, um dos pilares que justificam a existência da plataforma *consumidor.gov.br* é, justamente, expandir o serviço de atendimento às questões de consumo dos cidadãos, no sentido de possibilitar a defesa de seus direitos de forma irrestrita, superando barreiras territoriais, por exemplo.

No entanto, se o simples processo de digitalização em si já representava um obstáculo a ser superado no que diz respeito à acessibilidade, a implementação de novas exigências para acesso a certos serviços digitais figura com antagonismo à função social dos mesmos, ocasionando a sua intangibilidade.

Isso porque, ao passo que as inovações representaram uma desburocratização do acesso aos serviços públicos para aqueles que já estavam adaptados ao meio digital, para o público de baixa renda ou idoso representam o oposto.

Conforme Índice de Oferta de Serviços Digitais dos Governos Estaduais e Distritais realizado em 2022 pela Associação Brasileira de Entidades Estaduais de Tecnologia da Informação e Comunicação (ABEP-TIC, 2022), ao avaliar as “capacidades para oferta digital

de serviços” dos estados brasileiros, foi constatado grande deficiência em estados das regiões Norte e Nordeste. Vejamos:

FIGURA 1 - Capacidades para oferta digital de serviços (2022)



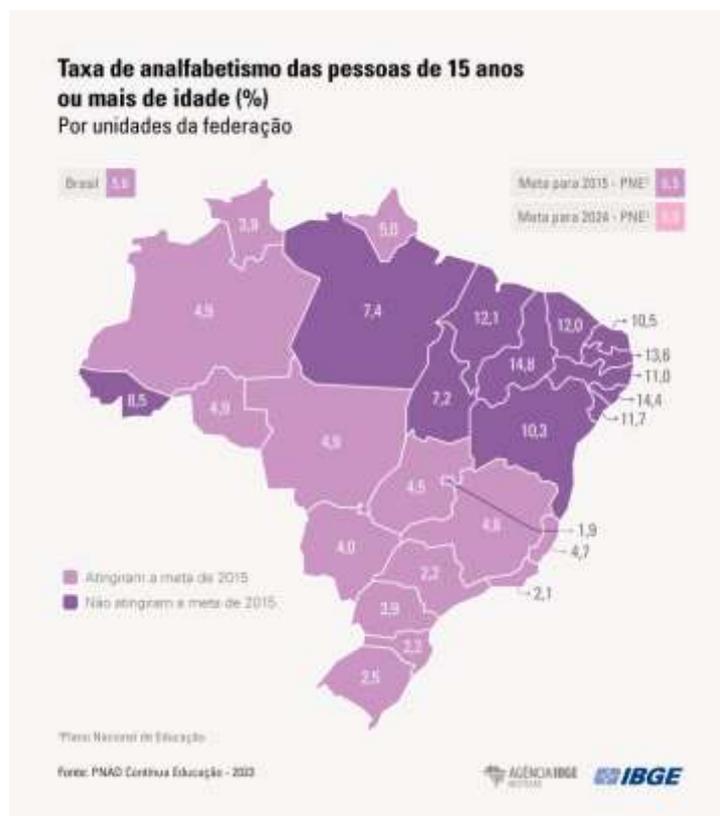
Fonte: Abep-TIC, 2022.

O estudo detalhado dos resultados realizado pela própria Associação apontou que a oferta de serviços públicos digitais tem correlação direta com fatores socioeconômicos, que ocasionam uma desigualdade na prestação dos serviços digitais.

[...] é importante destacar que o Índice ressalta as desigualdades estaduais e regionais do Brasil na temática de Serviços Digitais. Observa-se que, salvo exceções, o Brasil tem maturidade muito maior no Centro-Sul do que no Norte-Nordeste. Tal resultado dialoga com o resultado de outros indicadores de desenvolvimento social e econômico, o que enseja investigações futuras sobre a correlação do desenvolvimento da oferta de serviços públicos digitais com as condições socioeconômicas dessas localidades. (ABEP-TIC, 2022)

Dentre os fatores socioeconômicos que podem influenciar o alcance dos serviços públicos digitais, por exemplo, é possível apontar o nível de escolaridade da população. A “Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) Contínua: Educação 2022” (AGÊNCIA IBGE – NOTÍCIAS, 2022), divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), aponta que os índices mais altos de analfabetismo estão entre idosos, pretos e pardos, e no Nordeste.

FIGURA 2 - Taxa de analfabetismo das pessoas das pessoas de 15 anos ou mais de idade por unidades da federação (2022)



Fonte: Agência IBGE - Notícias, 2022.

Assim, se analisarmos a taxa de analfabetismo por estado no Brasil, verifica-se que as regiões menos alfabetizadas correspondem, em sua maioria, às que apresentam menor capacidade de oferta dos serviços digitais, sendo o Nordeste a região mais afetada. Das 9,6 milhões de pessoas com 15 anos ou mais de idade que não sabiam ler e escrever, 59,4% (5,3 milhões) viviam no Nordeste.

A situação em relação aos idosos é ainda pior. No grupo de pessoas com 60 anos ou mais, a diferença entre as taxas de analfabetismo escancara uma desigualdade ainda maior, representando 54,1% (5,2 milhões) do total de pessoas analfabetas sendo que, 32,5% vivem no Nordeste e somente 8,8% no Sudeste.

Além disso, a própria distribuição de internet é desigual. Segundo a pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios brasileiros (TIC Domicílios) de 2021, divulgada em junho de 2022 pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO, 2022), no Sudeste (84%), no Sul (83%) e no Centro-Oeste (83%), as proporções de domicílios com acesso à internet superam a casa dos 80%, enquanto no Norte esse percentual é de 79% e, no Nordeste, 77%”.

Pode-se inferir, portanto, que se na vida analógica o público idoso e de baixa instrução já enfrenta dificuldades, no ciberespaço, diante de arquiteturas digitais extremamente complexas, essas dificuldades se multiplicam, seja pela ausência de habilidade ou familiaridade com o ambiente digital, acesso à *internet* ou situações intrínsecas às suas características pessoais, configurando a hipervulnerabilidade digital.

A pesquisa “Idosos no Brasil: Vivências, Desafios e Expectativas na Terceira Idade” realizada pelo SESC São Paulo e pela Fundação Perseu Abramo mostra que os idosos no Brasil sentem-se excluídos do mundo digital e têm dificuldade em ler e escrever⁶.

Apesar do aumento na quantidade de idosos que acessam a internet, o estudo apontou que 40% dos maiores de 60 anos disseram ter algum tipo de dificuldade em ler e escrever, seja pela falta de escolaridade básica, analfabetismo ou analfabetismo funcional, e que apenas 19% dos idosos faz uso efetivo da rede. A pesquisa apontou que 72% nunca utilizou um aplicativo.

No ponto, é preciso atentar ao fato que não basta apenas proporcionar acessibilidade sem uma inclusão de fato ao meio digital. Isso quer dizer que não basta solucionar a questão da distribuição de internet sem que o usuário saiba utilizar o serviço. Ademais, também é preciso que o acesso ao serviço seja viável, sem imposição de exigências desproporcionais à realidade do usuário.

Em 2021 o Comitê Econômico e Social Europeu emitiu parecer intitulado “Nova Agenda do Consumidor”, com o objetivo de reforçar a resiliência dos consumidores para uma recuperação sustentável (EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE, 2021). Em sua redação, ressalta que se deve partir do pressuposto que os consumidores, no geral, são o elo mais fraco nas relações de consumo, mas que certos grupos são particularmente vulneráveis, necessitando de proteção específica, e que isso se deve em razão de circunstâncias sociais ou características pessoais.

Mais adiante, o parecer sugere que, para uma abordagem justa e não discriminatória da transação digital deve alcançar o público mais vulnerável, como idosos, pessoas com deficiência e, de forma mais geral, pessoas “desconectadas”, sendo essas as que não possuem literância digital.

Portanto, os consumidores idosos e de baixa instrução deve ser considerados hipervulneráveis, pois experimentam condições ainda mais desiguais em âmbito digital. Por

⁶ Pesquisa de opinião pública, realizada em 2020 pelo Núcleo de Opinião Pública, Pesquisa e Estudos (NOPP) da Fundação Perseu Abramo, disponível em: <https://fpabramo.org.br/publicacoes/publicacao/idosos-no-brasil-vivencias-desafios-e-expectativas-na-terceira-idade/>

este motivo é imprescindível que o *consumidor.gov.br* atenda às necessidades deste público, buscando acessibilidade com inclusão, pois só assim atenderá à sua função primeira.

4 CONCLUSÃO

As tendências tecnológicas da sociedade em rede vêm transformando a forma que vivemos, em diversos aspectos, em ritmo quase inalcançável. Gradualmente, as estruturas sociais estão migrando ao âmbito digital, processo esse que parece ser irreversível. Nesse compasso, o *consumidor.gov.br* representou um grande avanço no que diz respeito à tutela dos direitos do consumidor, pois trouxe maior agilidade e facilidade para a resolução de conflitos consumeristas, contribuindo para o “desafogamento” do Judiciário.

Recentemente a plataforma passou a ser acessada pela *conta gov.br*, exigindo selo de confiabilidade prata ou ouro como condição de uso. No ponto, é importante reconhecer que a segurança digital é uma preocupação fundamental na atualidade. Com o aumento constante de ataques cibernéticos e a crescente utilização de plataformas *online* para realizar transações e compartilhar informações pessoais, é necessário adotar medidas para garantir a segurança dos usuários.

Os selos de confiabilidade da *conta gov.br* podem ser entendidos como um mecanismo de autenticação, que podem indicar que a conta foi verificada e que o usuário é, de fato, quem afirma ser, o que é de grande valia diante dos dados pessoais que podem ser compartilhados nesse ambiente.

No entanto, é necessário considerar também o impacto dessa exigência nos consumidores. Como foi demonstrado, os selos de confiabilidade podem criar barreiras adicionais para aqueles que já estão em situação de vulnerabilidade cotidianamente, como idosos e pessoas de baixa instrução.

Diante do reconhecimento da força normativa do princípio da vulnerabilidade do consumidor, o Direito e Estado devem ser capazes de juntos reduzir ao máximo a desigualdade nas relações de consumo. Não é admissível, portanto, que uma ferramenta disponibilizada pelo próprio Estado, a favor da defesa do consumidor, reproduza e perpetue tal desigualdade.

Em resposta ao questionamento proposto, é preciso, pois, haver um trabalho conjunto e interdisciplinar no que diz respeito ao desenvolvimento, gestão e fiscalização de plataformas digitais que promovem serviços públicos, haja vista serem meios legítimos de acesso à direitos e garantias fundamentais, bem como a natureza dos dados a serem fornecidos pelos cidadãos.

Destarte, ainda que seja fundamental para a tutela do consumidor, a plataforma carece de mudanças estratégicas, no sentido de adaptar-se às mais diversas realidades, de forma que possa disponibilizar um acesso mais viável e inclusivo, dispondo de mecanismos que contribuam para a proteção efetiva dos consumidores, especialmente aos que experimentam condição de hipervulnerabilidade cibernética, sem, em contrapartida, prejudicar sua segurança.

Disponibilizar um acesso específico à advogados, permitindo a representação do consumidor na plataforma, poderia contribuir para alcançar uma justiça mais efetiva sem que isso afetasse negativamente as iniciativas de desjudicialização, uma vez que o advogado corresponde à terceiro, alheio à relação consumidor-fornecedor, com conhecimento jurídico necessário para discernir se o resultado alcançado corresponde verdadeiramente ao melhor interesse do consumidor.

Com a mudança sugerida se manteria, ou até mesmo aumentaria, a quantidade de questões resolvidas pela via alternativa, mas alcançando soluções mais justas, contribuindo quantitativa e qualitativamente à plataforma, ao Poder Judiciário e à justiça social.

Por fim, uma acessibilidade digital de fato inclusiva e equânime se faz ainda mais necessária especialmente na prestação de serviços públicos, que devem sim se adequar às novas tecnologias, buscando a desburocratização e eficiência, mas sem que isso acabe por marginalizar ainda mais um público que, por si só, já é vulnerável.

No ciberespaço, todos os consumidores são potencialmente vulneráveis. Nesse sentido, urge disponibilizar ferramentas de fato eficazes e eficientes ao acesso à justiça, especialmente em relação aos hipervulneráveis.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA IBGE - NOTÍCIAS. **Em 2022, analfabetismo cai, mas continua mais alto entre idosos, pretos e pardos e no Nordeste.** Estatísticas Sociais. Brasília: IBGE, 2022. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/37089-em-2022-analfabetismo-cai-mas-continua-mais-alto-entre-idosos-pretos-e-pardos-e-no-nordeste>>. Acesso em 30 de junho de 2023.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ENTIDADES ESTADUAIS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO [ABEP-TIC]. **Índice ABEP-TIC de Oferta de Serviços Públicos Digitais dos Governos Estaduais e Distrital - 2022: Relatório Resumido.** Brasília: ABEP-TIC, 2022. Disponível em: <https://abep-tic.org.br/wp-content/uploads/2023/05/c63776_272d284ed3f5480ab267d88ea118aff0.pdf>. Acesso em 26 de junho de 2023.

BAKER, Stacey Menzel; LABARGE, Monica; BAKER, Courtney Nations. Consumer vulnerability: Foundations, phenomena, and future investigations. In: **Consumer Vulnerability**. Routledge, 2015.

BRAGANÇA, Fernanda; LOSS, Juliana; BRAGA, Renata. Plataformas de solução de conflitos nas agências reguladoras e implantação da Resolução n. 358 do Conselho Nacional de Justiça (CNJ). **Revista Eletrônica do CNJ**. n.6, n.1, jan./jun.2022. Disponível em: <<https://www.cnj.jus.br/ojs/revista-cnj/article/view/252/152>>. Acesso em 8 de junho de 2023.

BRASIL. Consumidor.gov. **Sobre o Serviço**. Brasília: Gov.br, 2023a. Disponível em: <<https://www.consumidor.gov.br/pages/conteudo/sobre-servico>>. Acesso em 29 de junho de 2023.

BRASIL. **Decreto nº 10.332 de 28 de abril de 2020**. Institui a Estratégia de Governo Digital para o período de 2020 a 2022 e dá outras providências. Brasília: Presidência da República, 2020. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/decreto/d10332.htm>. Acesso em 6 de maio de 2023.

BRASIL. Governo Digital. **Conta gov.br**. Brasília: Ser, 2023b. Disponível em: <<https://www.gov.br/governodigital/pt-br/conta-gov-br>>. Acesso em 6 de maio de 2023.

BRASIL. Governo Digital. **Gov.br já oferece 4 mil serviços públicos digitais para o cidadão**. Brasília: Ministério da Gestão e Inovação em Serviços Públicos, 2022a. Disponível em: <<https://www.gov.br/governodigital/pt-br/noticias/gov-br-ja-oferece-4-mil-servicos-publicos-digitais-para-o-cidadao>>. Acesso em 10 de maio de 2023.

BRASIL. **Lei Nº 14.129 de 29 de março de 2021**. Dispõe sobre princípios, regras e instrumentos para o Governo Digital e para o aumento da eficiência pública e outras providências. Brasília: Presidência da República, 2021. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/14129.htm>. Acesso em 6 de maio de 2023.

BRASIL. Secretaria dos Transportes. **Registro Nacional de Condutores**. Brasília, Ministério dos Transportes, 2023c. Disponível em: <<https://www.gov.br/infraestrutura/pt-br/assuntos/transito/conteudo-Senatran/estatisticas-quantidade-de-habilitados-denatran>>. Acesso em 16 de maio de 2023.

BRASIL. Secretaria Nacional do Consumidor [SENACON]. **Boletim Consumidor.gov.br – 2022**. Brasília: Ministério da Justiça e Segurança Pública, 2022b. Disponível em: <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/noticias/dia-do-consumidor-senacon-lanca-boletins-com-os-dados-de-reclamacoes-recebidas-em-2022/15-03-2023-boletim_consumidor-gov-br_2022_v6.pdf>. Acesso em 16 de maio de 2023.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Vol. 1, No. 6. São Paulo: Paz e terra, 2005.

EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO [EBC]. **Em 2021, 82% dos domicílios brasileiros tinham acesso à internet**. DF: Agencia Brasil, 2022. Disponível em: <[https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2022-06/em-2021-82-dos-domicilios-brasileiros-tinham-acesso-internet#:~:text=No%20Sudeste%20\(84%25\)%2C%20no,em%20todas%20as%20cinco%20regi%C3%B5es.](https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2022-06/em-2021-82-dos-domicilios-brasileiros-tinham-acesso-internet#:~:text=No%20Sudeste%20(84%25)%2C%20no,em%20todas%20as%20cinco%20regi%C3%B5es.)> Acesso em 16 de junho de 2023.

EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE [EESC]. **New Consumer Agenda: Strengthening consumer resilience for sustainable recovery**. Bruxelas, 2021. Disponível em: <<https://www.eesc.europa.eu/pt/our-work/opinions-information-reports/opinions/new-consumer-agenda>>. Acesso em 16 de junho de 2023.

FILHO, Sérgio Cavalieri. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Direito do Consumidor: Código Comentado e Jurisprudência**. 6. ed. Niterói, RJ: Impetus, 2010.

HELBERGER, N. et al. Choice architectures in the digital economy: Towards a new understanding of digital vulnerability. **Journal of Consumer Policy**, 2022. Disponível em: <<https://link.springer.com/article/10.1007/s10603-021-09500-5>>. Acesso em 22 de junho de 2023.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34 Ltda, 1999. Disponível em: <<https://mundonativodigital.files.wordpress.com/2016/03/cibercultura-pierre-levy.pdf>>. Acesso em 28 de junho de 2023.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O novo regime das relações contratuais**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

MARQUES, Claudia 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, 2022. Disponível em: <<https://civilistica.emnuvens.com.br/redc/article/view/872>>. Acesso em 1º de junho de 2023.

MENDES, Laura Schertel. A vulnerabilidade do consumidor quanto ao tratamento de dados pessoais. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: Ed. RT, 2015. Disponível em: <<https://revistadedireitodoconsumidor.emnuvens.com.br/rdc/article/download/441/385/>>. Acesso em 26 de junho de 2023.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

MIRAGEM, Bruno. Princípio da vulnerabilidade: perspectiva atual e funções no direito do consumidor contemporâneo. In: MIRAGEM, Bruno; MARQUES, Claudia Lima; MAGALHÃES, Lucia Ancona Lopez de. (Org.). **Direito do Consumidor: 30 anos do CDC**. 1ª. Ed. São Paulo: Forense, 2020 Disponível em: <<https://brunomiragem.com.br/artigos/015-principio-da-vulnerabilidade-perspectiva-atual-e-funcoes-no-direito-do-consumidor-contemporaneo.pdf>>. Acesso em 26 de junho de 2023.

ÓRGÃO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR DO ESTADO DE SÃO PAULO [PROCON-SP]. **35 anos do Procon-SP - edição comemorativa**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2011. Disponível em: <https://www.procon.sp.gov.br/wp-content/uploads/files/livro_procon_35_anos.pdf>. Acesso em 20 de junho de 2023.

SECRETARIA NACIONAL DO CONSUMIDOR [SENACON]. **Consumidor em números 2021**. Brasil: Ministério da Justiça e Segurança: 2021. Disponível em:

<<https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/noticias/consumidor-em-numeros-2021-3-3-milhoes-de-reclamacoes-foram-registradas-em-todo-o-pais/consumidor-em-numeros-2021.pdf>>.
Acesso em 3 de maio de 2023.