

**XII ENCONTRO INTERNACIONAL DO
CONPEDI BUENOS AIRES –
ARGENTINA**

**DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO
SUSTENTÁVEL, GLOBALIZAÇÃO E
TRANSFORMAÇÕES NA ORDEM SOCIAL E
ECONÔMICA III**

LUIZ ERNANI BONESSO DE ARAUJO

RODRIGO RÓGER SALDANHA

FABIO FERNANDES NEVES BENFATTI

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte deste anal 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 Naspolini - 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 Gaigher Bosio Campello - UFMS - Mato Grosso do Sul

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

D597

Desenvolvimento Econômico Sustentável, Globalização e Transformações na Ordem social e Econômica III [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Luiz Ernani Bonesso de Araujo; Rodrigo Róger Saldanha; Fabio Fernandes Neves Benfatti. – Florianópolis: CONPEDI, 2023.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-757-1

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

Tema: Derecho, Democracia, Desarrollo y Integración

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Desenvolvimento Econômico. 3. Globalização. XII Encontro Internacional do CONPEDI Buenos Aires – Argentina (2: 2023 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



XII ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI BUENOS AIRES – ARGENTINA

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO SUSTENTÁVEL, GLOBALIZAÇÃO E TRANSFORMAÇÕES NA ORDEM SOCIAL E ECONÔMICA III

Apresentação

Apresentação

É com grande satisfação que apresentamos os artigos apresentados no Grupo de Trabalho DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO SUSTENTÁVEL, GLOBALIZAÇÃO E TRANSFORMAÇÕES NA ORDEM SOCIAL E ECONÔMICA III, que teve seus trabalhos no XII ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI, ARGENTINA – BUENOS AIRES nos dias 12, 13 e 14 de outubro de 2023, com o tema: DIREITO, DEMOCRACIA, DESENVOLVIMENTO E INTEGRAÇÃO.

No artigo MECANISMOS LEGAIS DE SUPORTE DA INOVAÇÃO DISRUPTIVA: EXEMPLOS DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE DESENVOLVIMENTO NA AMÉRICA LATINA, os autores Cildo Giolo Junior , Fabio Fernandes Neves Benfatti , José Sérgio Saraiva, destacaram os mecanismos legais existentes nos países da América Latina para verificar a possibilidade de crescimento baseado em inovação disruptiva. Utilizou-se o método dedutivo, partindo de um arcabouço teórico sobre ondas longas e inovação disruptiva, com base nos trabalhos seminais de Schumpeter e Christensen, para investigar sua aplicação ao contexto latino-americano. Através de pesquisa bibliográfica e análise documental de indicadores de inovação, constatou-se que, apesar de algum progresso nas áreas de Pesquisa, Desenvolvimento e Tecnologia, barreiras sistêmicas seguem limitando a difusão ampla de inovações disruptivas na região. Ao mesmo tempo, a pesquisa encontrou bons exemplos de mecanismos legais para apoiar a inovação em países como Chile, Colômbia, México e Brasil. O desafio é escalar e integrar essas experiências bem-sucedidas, consolidando sistemas nacionais robustos de inovação. Abre-se também uma janela de oportunidade diante de tecnologias potencialmente disruptivas como inteligência artificial e biotecnologia. Contudo, para aproveitar essa chance, são necessárias políticas públicas proativas e abrangentes para construir capacitações em recursos humanos e infraestrutura, eliminar assimetrias tecnológicas históricas, fomentar ambientes empreendedores e disseminar as novas tecnologias. Portanto, embora obstáculos significativos persistam, o potencial para a América Latina finalmente protagonizar um novo ciclo longo de

prosperidade econômica movido por inovação disruptiva é factível, desde que apoiado por estratégias coordenadas de longo prazo para alavancar saltos em capacitações produtivas, competitividade e inclusão social.

No artigo A PROMOÇÃO DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E POLÍTICAS PÚBLICAS MUNICIPAIS VOLTADAS AOS RESÍDUOS SÓLIDOS DO SERVIÇO DE ALIMENTAÇÃO, os autores Isadora Raddatz Tonetto , Jerônimo Siqueira Tybusch , Amanda Costabeber Guerino, apresentaram uma discussão sobre o gerenciamento dos resíduos sólidos no serviço de alimentação, através da implantação de Políticas Públicas Municipais como impulsionador do desenvolvimento sustentável nos municípios do Brasil, a partir da Lei 12.305/2010. Tendo como problemática de pesquisa verificar: quais os limites e possibilidades de se alcançar o desenvolvimento sustentável nos municípios do Brasil, a partir da implementação de políticas públicas municipais voltadas ao gerenciamento dos resíduos sólidos no serviço de alimentação? A metodologia escolhida para viabilizar este estudo obedece ao quadrinômio: teoria de base, abordagem sistêmico-complexa, o procedimento escolhido será a pesquisa bibliográfica e pesquisa documental e técnica se dará pela elaboração de resumos dos autores e fichamentos da doutrina essencial ao estudo. Tendo como conclusão que somente com a criação de políticas públicas municipais de gerenciamento de resíduos do serviço de alimentação, as empresas do segmento poderão se tornar sustentáveis impactando a realidade local, consequentemente a sustentabilidade multidimensional.

No artigo A PROTEÇÃO AMBIENTAL E O LIVRE COMÉRCIO: UMA ANÁLISE JURÍDICA DO ARTIGO XX GATT/OMC E DO REGULAMENTO (EU) 2023/1115, os autores Caroline Lima Ferraz , Rhêmora Ferreira da Silva Urzêda , Luís Felipe Perdigão De Castro, destacaram que a partir de conferências multilaterais sobre meio ambiente, a Organização Mundial do Comércio (OMC) intensificou sua participação nos debates sobre o comércio limpo e desenvolvimento sustentável. O presente trabalho tem como objetivo discutir com base em pesquisa bibliográfica especializada, as principais regras do artigo XX do Tratado da OMC além de apresentar alguns aspectos relevantes sobre o novo regulamento (UE) 2023/1115 do Parlamento Europeu. Comércio e meio ambiente possuem naturezas e interesses diversos, contudo, o artigo XX do Tratado da OMC se mostra como um mecanismo de convergência de aplicabilidade, permitindo que os Estados, excepcionalmente, criem barreiras comerciais a produtos que coloquem em risco a proteção e conservação dos recursos naturais esgotáveis. As reflexões apontam que o referido dispositivo é importante para um contexto e esforço global de normas e padrões ambientais, mas que devem ser (re) pensados para além de um entrave ao livre comércio. Percebe-se avanços nas discussões entre os atores sociais envolvidos no cumprimento dos termos do regulamento (EU) 2023

/1115, intensificando a percepção das barreiras jurídicas para a implementação de práticas econômicas sustentáveis na ordem econômica internacional.

No artigo A "INTERNET DAS COISAS" E AS MEGATENDÊNCIAS NO DESCOMPASSO SOCIOECONÔMICO BRASILEIRO, os autores Ainna Vilares Ramos, apresentaram que a rápida transformação trazida pela IA exige uma abordagem estruturada para maximizar seus benefícios e minimizar os riscos. No âmbito educacional, a falta de regulamentação pode levar a tentativas de contornar as obrigações curriculares por meio da IA, prejudicando a formação do pensamento crítico e a aquisição legítima de conhecimento. Da mesma forma, no mercado de trabalho, a automação impulsionada pela IA pode intensificar o desemprego e aprofundar desigualdades. A regulamentação se torna um alicerce essencial para garantir a implementação ética da IA equilibrando suas vantagens com preocupações legítimas. Para a realização do estudo foi necessária a utilização do método científico dialético, com o propósito de fomentar um debate teórico embasado no pensamento crítico. Com foco qualitativo, o propósito foi analisar as vastas informações disponíveis sobre os impactos da inovação. Para tal, a pesquisa empregou uma abordagem de revisão bibliográfica e documental, alicerçada em fundamentos sociológicos, análise da Inteligência Artificial, influência da inovação no mercado de trabalho e aprofundamento das desigualdades sociais. Embora a regulamentação deva estimular a inovação, é necessário encontrar um equilíbrio entre flexibilidade e proteção contra abusos. Essa harmonia é fundamental para um futuro onde a IA contribua para o desenvolvimento humano e econômico, ao invés de ampliar disparidades. Para enfrentar esses desafios, investimentos em políticas públicas e educacionais devem ser direcionados para formar profissionais preparados e preparar estudantes para um cenário de IA. A regulamentação também deve permitir a flexibilidade para a inovação, ao mesmo tempo em que protege contra abusos e usos inadequados.

No artigo DIREITO DE REPARAR: COMO HARMONIZAR AS RELAÇÕES DE FORNECEDORES E CONSUMIDORES DE BENS E PRODUTOS DE ALTA TECNOLOGIA?, os autores André Luis Mota Novakoski , Samyra Haydêe Dal Farra Napolini., destacaram a análise da dinâmica de distribuição de produtos eletrônicos e com tecnologia embarcada no contexto da Sociedade da Informação e a dificuldade que tem sido enfrentada por usuários e consumidores em um ambiente de obsolescência programada e de progressiva restrição tanto técnica, quanto econômica à possibilidade de reparo de itens defeituosos. Exame de decisões judiciais que analisaram, direta ou lateralmente, o problema do direito de reparo de produtos tecnológicos.

No artigo ORÇAMENTO PÚBLICO EM SAÚDE: TEORIA E PRÁTICA DO PRINCÍPIO DA NÃO VINCULAÇÃO E ANÁLISE DO ORÇAMENTO IMPOSITIVO BRASILEIRO, os autores Carolina Esteves Silva , Raphael Vieira da Fonseca Rocha , Lucas Baffi Ferreira Pinto, pontuaram que a Constituição de 1988, gênese do Estado Democrático de Direito, prevê regramentos básicos acerca das Finanças Públicas. Ao passo que o texto constitucional inseriu um escopo de artigos sobre o manejo da tributação e do orçamento no Título VI, igualmente pressupôs princípios constitucionais de aplicação financeira, tais como o Princípio da Não Vinculação, consagrado no inciso IV, do art. 167. Outrossim, somente as premissas constitucionais não foram suficientes para preencher as lacunas hermenêuticas no Direito Orçamentário. Por sua vez, as interpretações e correntes divergentes acerca da execução das leis orçamentárias, bem como no que se refere ao Princípio da Não Vinculação, trazem à baila uma necessidade de delimitar a extensão e alcance principiológicos da vinculação orçamentária. a aplicabilidade da exceção do Princípio da Não Vinculação do Orçamento Público em saúde, de modo que esta excepcionalidade respingue nos conceitos jurídicos e gerais do orçamento brasileiro, enquanto instrumento normativo dotado de execução formal e natureza autorizativa.

No artigo A DEMOCRACIA ECONÔMICA DO ARTIGO 170 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL: ANALISANDO A EFICÁCIA MATERIAL DA ORDEM ECONÔMICA, os autores Marilda Tregues De Souza Sabbatine, justificaram que a Ordem Econômica do Brasil, prevista no constituição, apresenta uma questão social e tem como promover a inclusão com base no princípio da Dignidade da Pessoa Humana. ante a relevância da discussão da economia nos tempos atuais, se ela é democrática o suficiente para atingir todas as esferas sociais, visando garantir a dignidade de toda pessoa humana. Á guisa da conclusão, verificou-se que a democracia da ordem econômica do artigo 170 CF, é, formal, entregando menos do que promete. A constituição foi promulgada em um momento histórico cujo pós-militarismo ainda era experimentado socialmente, o que retumbou em grande preocupação com a democracia. Por fim, embora ainda em voga a Ordem Democrática Constitucional; manter, apenas previsão da democratização não é suficiente, sendo necessária, sobretudo a possibilidade de aplicação imediata e eficaz, para que ela seja, de fato, consolidada, o que foi sinalizado pela possível adoção da democracia deliberativa, permitindo aos cidadãos participação ativa nas decisões do Estado.

CRÉDITO RURAL, SUSTENTABILIDADE E TECNOLOGIA COMO MEIOS DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO-SOCIAL NO CAMPO. Alex Sandro Alves , Eduardo Augusto do Rosário Contani , Marcelo Barros Mendes. Análise do crédito agrário e a sua importância para aplicação da tecnologia no desenvolvimento econômico-social rural. Adotou-se o procedimento bibliográfico, método dedutivo e abordagem qualitativa.

Verificou-se a necessidade de se enfatizar os princípios da sustentabilidade e da função social, como objeto de preservação e conservação do meio ambiente e do bem-estar da família camponesa.

No artigo CONSTITUIÇÃO ECONÔMICA E POLÍTICA URBANA: O PAPEL DAS OPERAÇÕES URBANAS CONSORCIADAS NA ORDEM ECONÔMICA BRASILEIRA DE 1988, os autores Natan Pinheiro de Araújo Filho , Giovani Clark , Samuel Pontes Do Nascimento, apresentam que as Operações Urbanas Consorciadas são um dos instrumentos da política urbana regulamentados pela Lei nº 10.257/2001 e visam transformações urbanísticas estruturais, melhorias sociais e valorização ambiental na área de sua aplicação. Para realização das finalidades previstas para o instrumento, a Lei autoriza a formalização de parcerias entre o poder público local e o setor privado. No entanto, estudos apontam que em áreas onde essas operações foram implementadas constatou-se impactos socioeconômicos negativos, como marginalização, gentrificação e exclusão socioespacial da população mais vulnerável, contradizendo os propósitos originais do instrumento. Isso levanta questionamentos sobre sua natureza e sobre o seu alinhamento com a Ordem Econômica Constitucional de 1988, suscitando debate se ele constitui uma ferramenta das políticas econômicas neoliberais em prol do capital. Buscou-se identificar neste trabalho a relação entre as Operações Urbanas Consorciadas e a Ordem Econômica Constitucional brasileira de 1988, bem como sua pertinência aos comandos constitucionais vigentes, à luz da ideologia constitucionalmente adotada e no contexto do pluralismo produtivo.

No artigo ALIENAÇÃO FIDUCIÁRIA DE BEM IMÓVEL E ATOS EM MEIO ELETRÔNICO COMO EFETIVAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL, os autores Fernanda Lemos Zanatta , Fabio Fernandes Neves Benfatti , Raquel da Silva Neves Benfatti, destacaram que utilização da alienação fiduciária de bem imóvel como garantia de obrigação pecuniária, examina o procedimento de execução extrajudicial em caso de inadimplemento, bem como os atos que podem ser praticados em meio eletrônico. O pacto adjeto de alienação fiduciária e a constituição da propriedade fiduciária mediante o seu registro na matrícula do imóvel, segrega patrimônio para garantir o cumprimento da obrigação principal, constituindo patrimônio de afetação para quitação da dívida, facilitando a concessão de crédito imobiliário e alcançando finalidades econômica e social. O objetivo geral é demonstrar a alienação fiduciária de bem imóvel como garantia viável para obrigações pecuniárias, as vantagens na sua utilização e a importância da alienação fiduciária para o desenvolvimento e crescimento da economia. Como objetivo específico pretende-se examinar o procedimento extrajudicial de execução na hipótese de inadimplemento da obrigação principal, investigando os atos que podem ser praticados em meio eletrônico. Como resultado, além da identificação dos atos eletrônicos que podem ser associados,

conclui-se que a alienação fiduciária agrega valor para a busca de um desenvolvimento baseado na formação do crescimento econômico, fomentando a economia. A metodologia utilizada é a dedutiva, partindo de premissas gerais para específicas. Para tanto, será estudada a alienação fiduciária de bem imóvel com análise acerca dos atos que podem ser praticados em meio eletrônico.

No artigo ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND CORPORATE GOVERNANCE (ESG): A AUTOMAÇÃO ALGORÍTMICA NA ANÁLISE CORPORATIVA E OS IMPACTOS JURÍDICOS NO BRASIL, os autores Yuri Nathan da Costa Lannes , Luan Berci , Júlia Mesquita Ferreira, justificaram que a automação algorítmica se apresenta na análise corporativa de Environmental Social and Corporate Governance e quais são os possíveis impactos no âmbito jurídico e nas políticas públicas no Brasil. Objetiva-se com o trabalho fazer uma compreender a dinâmica de funcionamento da automação algorítmica e as possibilidades e desafios que ela apresenta no desenvolvimento do ESG. A transparência e a confiabilidade dos dados, não pode ser comprometida ao longo do uso das técnicas de machine learning, deep learning e web scraping. Assim, o Direito por ser uma ciência social aplicada, precisa adaptar-se frente à evolução tecnológica e adequar-se aos novos desafios, para que desse modo, alcance um desenvolvimento sustentável, amparado em princípios éticos.

No artigo A EDUCAÇÃO DIGITAL DOS HIPERVULNERÁVEIS COMO FORMA DE EVITAR GOLPES E FRAUDES NAS RELAÇÕES DE CONSUMO, o autor Rogerio da Silva, apresenta sobre a necessidade de implantar políticas de educação para o consumo voltadas à inserção digital, buscando capacitar os hipervulneráveis para a compreensão e a utilização das modernas tecnologias da informação e comunicação. Trata das espécies de vulnerabilidade, avança na compreensão dos hipervulneráveis, apresenta dados da pesquisa da Febraban e conclui para o necessário esforço de unir poder público, sociedade civil e órgãos de defesa do consumidor. Somente o esforço conjunto e permanente, através de políticas públicas destinadas à população com 60 anos ou mais, será capaz de evitar a exclusão desse público do mercado de consumo e do convívio social.

No artigo A ÉTICA DA RESPONSABILIDADE COMO REMÉDIO PARA A DOR ESG DO GREENWASHING EMPRESARIAL, os autores Daniela Regina Pellin , Rafael Fritsch De Souza, destacam que a análise sobre a existência de maturidade organizacional para incorporação das práticas de ESG (Environmental, Social and Governance), ou se estamos apenas seguindo uma tendência do estágio evolutivo das práticas de responsabilidade social empresarial constituídas a partir da década de 50 do século passado. Como objeto de pesquisa, tem como problemática, nesta fase de sua narrativa, o greenwashing empresarial.

Para isso, o problema pode ser identificado a partir da seguinte pergunta: como contribuir com a maturidade empresarial em ESG? A hipótese reside na ética da responsabilidade empresarial como fio condutor desse sistema jurídico e de gestão. A cultura organizacional brasileira da oportunidade foi construída ao longo da história do país e resiste à ética da responsabilidade, impedindo a implementação adequada da cultura da ESG nas organizações empresariais nacionais.

No artigo ANÁLISE ECONÔMICA DA REGULAMENTAÇÃO DOS ATIVOS VIRTUAIS PELA LEI N. 14.478/22, os autores Rodrigo Cavalcanti , Diego Alves Bezerra, apresentam o aumento das transações financeiras com ativos virtuais levanta a questão da intervenção do Estado na economia para regular e fiscalizar a prestação desses serviços. A Lei n. 14.478 /2022 reconhece a necessidade de regulamentação desse mercado e atribui ao Banco Central do Brasil a competência para autorizar o funcionamento das instituições envolvidas, além de criar tipos penais relacionados às transações com ativos virtuais e aumentar as penas para a lavagem de capitais nesse contexto. A norma também estabelece um cadastro nacional de pessoas expostas para reforçar a fiscalização dessas atividades criminosas. No entanto, ao remeter ao Poder Executivo a responsabilidade de emitir um ato regulatório para definir tais procedimentos, a legislação acaba sendo parcialmente ineficaz em alcançar plenamente seu propósito de regulamentar de forma abrangente e eficiente o mercado de ativos virtuais. Diante de tal cenário é que, ao final do presente trabalho, chega-se à conclusão de que se torna crucial que o Poder Executivo atue prontamente para preencher as lacunas existentes no ordenamento jurídico a respeito da regulamentação dos ativos virtuais no Brasil. Contudo, tal regulamentação só será realmente eficaz se for sólida e apta a assegurar o equilíbrio do mercado e a proteção dos interesses públicos.

No artigo A INDICAÇÃO GEOGRÁFICA COMO FERRAMENTA ACESSÍVEL AO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO SUSTENTÁVEL DO MERCOSUL, a autora Veronica Lagassi desta que o mercado comum do Sul (MERCOSUL) foi criado em 1991 por intermédio do Tratado de Assunção, tendo como principal objetivo promover o desenvolvimento econômico em relação aos países que compõem à América do Sul, muito embora até hoje a maioria desses países não faça parte como país membro. O presente trabalho direcionou sua pesquisa para analisar dados e verificar o que deve ser realizado no período pós Pandemia da Covid-19 para que este bloco econômico siga o seu curso ao desenvolvimento econômico sustentável. Verificou-se que o ponto em comum entre os países que compõem tal bloco é o setor da agricultura e por conseguinte, o comércio de alimentos é o elo comum e que precisa ser impulsionamento por ser um dos segmentos que mais sofrem barreiras para ingresso em outros países, principalmente na União Europeia. Portanto, o que se propõe aqui é buscar caminhos para o rompimento dessas barreiras comerciais ante ao

auxílio de mecanismos há tempos conhecido, porém a certo modo relegado por esses países. Um desses mecanismos é, sem dúvida alguma, as indicações geográficas, mas há urgência para que se tomem medidas para a uniformização de sua regulamentação. Este é o escopo do presente trabalho, apresentar as indicações geográficas como elemento imprescindível ao alcance do desenvolvimento econômico sustentável.

No artigo O MODELO DE FINANCIAMENTO PRIVADO DA SAÚDE NO BRASIL: TEMOS SAÚDE SUPLEMENTAR? o autor Bruno Miguel Drude, informa que no sistema normativo brasileiro, a atividade econômica dos planos de saúde e seguros saúde recebe o nomen iuris “saúde suplementar”. Nem a legislação e nem a regulamentação estabelecem um conceito objetivo ou definição do que é saúde suplementar. Firme, no entanto, que saúde suplementar identifica um modelo de financiamento privado da saúde, no contexto de um determinado sistema de saúde. Isso faz com que a saúde suplementar possua um conteúdo conceitual mais ou menos uniforme nos sistemas de saúde que possuem financiamento híbrido (público e privado). A partir da média conceitual verificada, o presente artigo constata que não seria possível denominar o modelo de financiamento privado brasileiro pelo nomen iuris “saúde suplementar”, passando a questionar a sinceridade do sistema normativo e suas consequências. Demonstrando-se a inadequação conceitual do instituto investigado no âmbito do sistema normativo pátrio, a partir de pesquisa bibliográfica, através da qual desenvolve-se comparação de diversos modelos encontrados em sistemas de saúde ocidentais.

No artigo O JARDIM E A PRACA: O CAOS E O ENTRELACE DOS PODERES NA BUSCA PELO DESENVOLVIMENTO ECONOMICO SUSTENTAVEL E SUBSTANCIAL, os autores Wellington Henrique Rocha de Lima , Jussara Suzi Assis Borges Nasser Ferreira, desenvolvem que as relações entre o direito público e o direito privado, suas diferenças e suas semelhanças, e principalmente os seus entrelaces através dos tempos. Compreende-se o desenvolvimento econômico como instrumento para a busca do desenvolvimento sustentável e substancial. Evidencia a necessidade de fortalecimento dos laços entre os ramos, as esferas e sobretudo os recursos públicos e privados para garantia da sustentabilidade econômica e substancial. A busca no avanço das práticas de gestão pública tem como escopo precípua respaldar o interesse público, que direta ou indiretamente, fomenta o desenvolvimento do país. Sendo assim é necessário compreender como o Direito Administrativo auxilia nesse desenvolvimento, que hoje, deve ser pautado na sustentabilidade e nos direitos humanos. Observando critérios técnicos e éticos dos empreendimentos, o Direito Administrativo proporciona o enlace da coisa pública com a iniciativa privada. Nesse diapasão, por meio de uma exploração bibliográfica, buscou-se

corroborar com a de que o Direito Administrativo, enquanto expoente do ramo do Direito Público pode impulsionar, como um catalisador, o desenvolvimento sustentável e a liberdade substancial da iniciativa privada.

No artigo A PROTEÇÃO JURÍDICA DO MÍNIMO EXISTENCIAL DO CONSUMIDOR EM SITUAÇÃO DE SUPERENDIVIDAMENTO: UMA ANÁLISE A PARTIR DA LEI N.º 14.181/21 E DO DECRETO N.º 11.150/22, da autora Isadora Silveira Boeri, destaca que a garantia de condições mínimas para uma vida digna é um direito garantido constitucionalmente e o superendividamento, na medida em que a pessoa compromete demasiadamente sua renda no adimplemento de dívidas, expõe a risco essa proteção. Essa situação tem atingido cada vez mais pessoas e, nesse contexto, foi sancionada a Lei n.º 14.181/2021, a qual atualizou o Código de Defesa do Consumidor na matéria de crédito e superendividamento. O presente trabalho versa sobre a garantia do mínimo existencial do consumidor em situação de superendividamento, com o objetivo de verificar a proteção jurídica a partir da Lei n.º 14.181/2021 e o Decreto n.º 11.150/22.

No artigo DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO E AS PERSPECTIVAS NA AMAZÔNIA, dos autores Verena Feitosa Bitar Vasconcelos , André Fernandes De Pontes, percebe-se que os avanços tecnológicos têm penetração cada vez maior na estrutura da sociedade contemporânea. Para além da simples introdução de instrumentos e técnicas na sociedade, as transformações tecnológicas denotam mudanças nas bases de ordem econômica, política, social e cultural. Nesse sentido, há uma espécie de reconfiguração nas relações sociais vividas pelos sujeitos na contemporaneidade a partir do redimensionamento de algumas categorias, como: o trabalho, o tempo, o espaço, a memória, a história, a comunicação, a linguagem. Conclui – se que demonstra - se aqui a desconsideração de conexões extrarregionais que influem na determinação do potencial endógeno de inovação dos territórios; além disso, trajetórias tecnológicas e padrões de reprodução de agentes relevantes não foram devidamente aquilatados na construção das estratégias. Essas incongruências fragilizam, sobremaneira, o dimensionamento, a abrangência, a extensão e as reorientações de arranjos institucionais necessárias para incorporar ciência, tecnologia e inovação a dinâmicas produtivas capazes de conformar um novo modelo de desenvolvimento na Amazônia brasileira.

Dr. Fabio Fernandes Neves Benfatti.

Dr. Luiz Ernani Bonesso de Araujo.

Dr. Rodrigo Róger Saldanha.

**A EDUCAÇÃO DIGITAL DOS HIPERVULNERÁVEIS COMO FORMA DE
EVITAR GOLPES E FRAUDES NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

**THE DIGITAL EDUCATION OF THE HIPERVULNERABLE AS A WAY TO
AVOID SCAMS AND FRAUD IN CONSUMER RELATIONS**

Rogério da Silva ¹

Resumo

O presente artigo tem como finalidade discutir a necessidade de implantar políticas de educação para o consumo voltadas à inserção digital, buscando capacitar os hipervulneráveis para a compreensão e a utilização das modernas tecnologias da informação e comunicação. Uma pesquisa realizada pela Federação Brasileira de Bancos (Febraban) constatou que uma parte significativa desse público não se sente segura e teme ser vítima de golpes e fraudes virtuais, já que estes tiveram um crescimento acelerado nos últimos anos. O trabalho trata das espécies de vulnerabilidade, avança na compreensão dos hipervulneráveis, apresenta dados da pesquisa da Febraban e conclui para o necessário esforço de unir poder público, sociedade civil e órgãos de defesa do consumidor. Somente o esforço conjunto e permanente, através de políticas públicas destinadas à população com 60 anos ou mais, será capaz de evitar a exclusão desse público do mercado de consumo e do convívio social.

Palavras-chave: Consumidor, Hipervulneráveis, idoso, Vulnerabilidade

Abstract/Resumen/Résumé

The purpose of this article is to discuss the need to implement education policies for consumption aimed at digital insertion, seeking to train the hyper-vulnerable to understand and use modern information and communication technologies. A survey carried out by the Brazilian Federation of Banks (Febraban) found that a significant part of this public does not feel safe and fears being a victim of scams and virtual fraud, as these have experienced accelerated growth in recent years. The work deals with the species of vulnerability, advances in the understanding of the hypervulnerable, presents data from the Febraban survey and concludes with the necessary effort to unite public power, civil society and consumer protection agencies. Only a joint and permanent effort, through public policies aimed at the population aged 60 or over, will be able to prevent the exclusion of this public from the consumer market and social life.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Consumer, Elderly, Hypervulnerable, Vulnerability

¹ Rogério da Silva, Doutor e Mestre em Direito pela Universidade de Santa Cruz do Sul-RS, graduado em Direito pela Faculdade de Direito da Universidade de Passo Fundo-RS

1 INTRODUÇÃO

O avanço tecnológico foi acelerado com a pandemia da Covid-19. Uma série de serviços passou a ser realizada de forma virtual, e o comércio eletrônico acabou sendo a alternativa para se continuar consumindo, sem a necessidade de sair de casa. O consumidor ganhou tempo, não precisando enfrentar o trânsito ou usar o transporte coletivo, aliado ao fato de estar seguro em casa, quando houve a necessidade do isolamento social. Outro aspecto vantajoso foi poder realizar pesquisas de preços através dos sites e, com isso, obter melhores ofertas.

A crise sanitária fez as empresas ampliarem seus canais de venda *online* e melhorarem seus sistemas de distribuição, tornando-os ainda mais ágeis para atender seus clientes. Uma pesquisa realizada pela Elo Performance & Insights revela que, “no período de dezembro de 2021 a dezembro de 2022, houve um aumento nas compras online de 26%” (FARIA, 2023). Muitos dos hábitos intensificados com o período de isolamento permaneceram, de modo que as transações físicas e virtuais acabaram se complementando.

Esse avanço tecnológico precisa ser visto com cuidado, para não excluir milhões de cidadãos que não dispõem de acesso à internet de qualidade ou tão pouco sabem como proceder nas complexas operações de consumo de produtos ou serviços realizados por meios eletrônicos. Muitas vezes, por falta de conhecimento, as pessoas acabam sendo alvos de golpes que são praticados por quadrilhas especializadas e que estão, a cada momento, sofisticando suas ações e ampliando o número de vítimas. “Os golpes online aplicados no Brasil durante o ano de 2022, causaram um prejuízo estimado de R\$ 551 milhões aos brasileiros. A cada hora, foram mapeados, em média, 17 tentativas de fraude envolvendo os dispositivos eletrônicos, como celulares ou computadores”. Essas informações foram divulgadas pelo portal UOL e fazem “parte da pesquisa realizada pela plataforma de compra e venda online OLX e pela AllowMe, ferramenta de prevenção à fraude de identidades” (VASCONCELOS, 2023).

Nesse contexto, este artigo se propõe a discutir a proteção dos hipervulneráveis, pessoas com mais de 60 anos que, por questões de acesso à internet de alta velocidade ou por não dominarem as técnicas digitais, acabam em situação de desigualdade social, reforçando a separação entre os que estão conectados e aqueles que não dispõem de acesso e conhecimento para fazer operações seguras. Trata-se da figura dos hipervulneráveis no Código de Defesa do

Consumidor, das ferramentas digitais, dos riscos de fraudes e golpes e do necessário diálogo entre a educação para o consumo e a educação digital como forma de evitar a exclusão.

2 A VULNERABILIDADE AGRAVADA DOS CONSUMIDORES IDOSOS

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) é constituído de um rol de princípios que são de fundamental importância para que suas normas possam ser compreendidas e aplicadas nas relações que se estabelecem entre consumidores e fornecedores. A vulnerabilidade caracteriza-se como o princípio básico, sendo evidenciada no artigo 4º, I, do CDC, o qual elenca, na Política Nacional das Relações de Consumo, o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo.¹ O mencionado artigo revela, ainda, a preocupação que se teve com a vulnerabilidade ao desenvolver mecanismos com o objetivo de garantir a igualdade formal e material dos sujeitos que estão envolvidos em uma relação jurídica. Para Miragem (2012, p. 114), a opção do legislador brasileiro foi “pelo estabelecimento de uma presunção de vulnerabilidade do consumidor, de modo que todos os consumidores sejam considerados vulneráveis, uma vez que, a princípio, não possuem o poder de direção da relação de consumo, estando expostos às práticas comerciais dos fornecedores no mercado”.

Conforme define a doutrina, existem ao menos quatro tipos de vulnerabilidade: a técnica, a jurídica, a fática e a vulnerabilidade básica dos consumidores, que diz respeito à falta de informação. Em referência à técnica, ela ocorre quando o comprador não possui os conhecimentos específicos sobre o bem que está adquirindo, sendo facilmente enganado quanto às características ou à utilidade, o mesmo se repete em matéria de serviços. A vulnerabilidade jurídica ou científica diz respeito ao não conhecimento por parte do consumidor de aspectos jurídicos, de contabilidade ou de economia. Já a fática ou socioeconômica tem outro ponto de concentração, o fornecedor, que, muitas vezes, em sua posição de monopólio, grande poder econômico e, ainda, em razão da essencialidade do serviço ou produto, impõe sua superioridade a todos que com ele contratam. A era da comunicação instantânea ampliou a preocupação com

¹ “Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria de sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo; [...]” (BRASIL, 1990).

a vulnerabilidade informacional, justamente em um momento no qual a informação chega aos consumidores por vários canais, nem sempre de forma adequada e confiável.

Não se constata a falta de informações, mas o excesso acaba confundindo o cidadão, principalmente se ele não tiver uma visão crítica para fazer as melhores escolhas. A vulnerabilidade informativa é apontada como “o maior fator de desequilíbrio da relação vis-à-vis dos fornecedores, os quais, mais do que experts, são os únicos verdadeiramente detentores da informação” (MARQUES, 2014, p. 322-335).

Diante da velocidade com que as informações são transmitidas, seja por intermédio da internet, do celular ou da televisão, potencializa-se a fragilidade do cidadão-consumidor. Em pleno século XXI, vive-se o paradoxo do excesso de tecnologia e de informações para cidadãos de determinadas regiões do Brasil, porém, em outras, a situação é exatamente oposta, e a falta de acesso à tecnologia faz com que existam consumidores com diferentes níveis de conhecimento. Essa desigualdade informacional acaba favorecendo os fornecedores, que estabelecem formas de comunicação diferenciadas em função dos níveis de acesso e compreensão das informações em cada região do país.

De acordo com Nunes (2009, p. 129-130), a vulnerabilidade do consumidor é decorrência de dois aspectos. O primeiro é de ordem técnica, ligado ao sistema de produção, o qual entende ser monopólio do fornecedor, e “quando se fala em meios de produção não se está apenas referindo aos aspectos técnicos e administrativos para fabricação e distribuição de produtos e prestação de serviços que o fornecedor detém”, mas, também, é levado em consideração o poder de decisão do fabricante, que tem a capacidade de escolher o que e de que maneira produzir, ficando o consumidor à mercê do que será colocado no mercado. O segundo aspecto está relacionado à questão econômica e à consequente capacidade do fornecedor, mesmo que encontre consumidores com boas condições econômicas, que, em determinadas situações, são superiores às de pequenos fornecedores. Contudo, não se trata de uma regra geral, mas de exceção. Como as relações de consumo e as práticas utilizadas pelos fornecedores são dinâmicas, acabam surgindo situações que colocam o consumidor em posição de vulnerabilidade, as quais não estavam explícitas quando da edição do CDC.

Em conformidade com Mário Frota (2022), professor jubilado da Universidade de Coimbra e profundo conhecedor da legislação consumerista do Brasil, o mercado vem passando por uma completa reformatação:

As mutações que a cada passo se observam no universo digital, operam uma radical reconfiguração do cenário em que decorre o dia-a-dia dos cidadãos: as inovações concorrem para que o perfil da atividade econômica se transmude. E o direito privado, como que tocado pelo seu sortilégio, se adapte e se ajuste.

Na mesma linha, em sua obra *Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade*, Moraes (2009) apresenta outras espécies de vulnerabilidade: política ou legislativa, neuropsicológica, ambiental e tributária. Quando se refere à política ou legislativa, é possível relacionar ao que Lassalle (2007, p. 10-11) classificou como: “os fatores reais de poder que atuam no seio de cada sociedade são essa força ativa e eficaz que informa todas as leis e instituições jurídicas vigentes”.

Há inflação de leis por iniciativa do Poder Legislativo, muitas vezes, apresentando regras que não correspondem à vontade da maioria e também não atendem aos elementares direitos do consumidor. Esse fenômeno não ocorre somente no Brasil, mas aqui se agrava em função das doações de campanhas feitas por grupos a políticos, para que, depois, estes possam fazer a defesa, no Legislativo ou no Executivo, dos interesses dos doadores.

A proteção do consumidor ainda é bandeira de poucos, pois, tanto no âmbito do Executivo quanto do Legislativo, um número pequeno de parlamentares se preocupa com o tema, e isso decorre da falta de capacidade da sociedade civil em se organizar para pressionar e reivindicar que seus direitos nas relações de consumo sejam concretizados, passando por políticas públicas permanentes para tratar dessas demandas.² Na compreensão de Moraes (2009, p. 156), a vulnerabilidade política ocorre “porque o consumidor ainda é bastante fraco no cenário brasileiro, mesmo reconhecendo o papel fundamental e de grande valor de instituições como o BRASILCON, a Associação do Ministério Público do Consumidor, o IDEC”.

Nos Estados Unidos e em alguns países da Europa, existem associações de defesa do consumidor mantidas pelos próprios consumidores, que não aceitam qualquer tipo de apoio financeiro que não seja dos seus associados. Já no Brasil, tal prática é restrita, em função da falta de consciência do cidadão. Apesar do esforço realizado por entidades como o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), o Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor (BRASILCON) e a Associação de Donas de Casa de Minas Gerais, não são raras as vezes em que são aprovados projetos que contrariam a própria legislação consumerista,

² “[...] aumentar a potência dos naturalmente vulneráveis somente servirá para promover o progresso do país como um todo, em que pesem alguns setores que se beneficiam do caos ainda não acreditarem nisso, continuando a atuar na produção de leis absolutamente prejudiciais para o país, evidenciando uma visão estreita, imediatista e parcial dos fenômenos econômicos e sociais” (MORAES, 2009, p. 157).

“motivo pelo qual destacamos este tipo de vulnerabilidade de forma independente, com o objetivo de ressaltar a importância de seu estudo específico e em apartado” (MORAES, 2009, p. 156).

A título de exemplo dessa fragilidade, pode-se citar a polêmica das bagagens com as empresas aéreas. A medida foi aprovada em 2017, a partir da Resolução n. 400/2016, da Agência Nacional da Aviação Civil (Anac), autorizando a cobrança do despacho de bagagens, independentemente do peso. Entre as argumentações favoráveis para a cobrança, estava a redução do preço dos bilhetes, o que viria a beneficiar os consumidores, e, ainda, que o fim da franquia “atrairia as companhias aéreas low-cost, que são aquelas empresas que operam com baixos custos e também oferecem tarifas bem mais baratas que as companhias tradicionais” (IDEC, 2022). Todavia, o passar do tempo mostrou que o fim da franquia não resultou em nenhum benefício aos passageiros e que ambas as promessas não se concretizaram. Na prática, em um período de 5 anos, as companhias aéreas tiveram uma importante fonte de renda e faturaram cerca de R\$ 3 bilhões com o serviço (SACONI 2022). Apesar das mobilizações pelo país das entidades de defesa do consumidor e de tentativas de revogar a cobrança no Congresso Nacional, a Lei n. 14.368/2022 foi sancionada com o veto presidencial ao artigo que estabelecia a gratuidade de bagagens despachadas nos voos.

É preciso voltar a atenção para outro tipo de vulnerabilidade que sofre impactos diretos da relação de consumo: a vulnerabilidade ambiental, cujos reflexos estão a cada dia mais presentes nas vidas dos cidadãos. O microsistema consumerista não ficou alheio à preocupação ambiental, eis que o artigo 4º do CDC (BRASIL, 1990), que trata da Política Nacional das Relações de Consumo, enfatiza o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito a dignidade, saúde e segurança, a proteção dos interesses econômicos, a melhoria da qualidade de vida e a transparência e a harmonia das relações de consumo.

Entende-se que a industrialização de produtos e o oferecimento de serviços precisam estar voltados para a preservação ambiental. O CDC estende a compreensão, no artigo 6º, I, que trata da proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços perigosos ou nocivos. Na verdade, o legislador consumerista andou na mesma direção da Constituição federal de 1988, quando dispôs, no art.

170,³ que entre os princípios da ordem econômica estão a proteção ao meio ambiente e a defesa do consumidor.

A relação de consumo, importa ressaltar, inicia-se no momento da concepção de um produto ou serviço e se prolonga até a mais remota das consequências advindas do seu uso, ideia esta que somente será introjetada na mente de todos nós com uma boa educação e com o sofrimento decorrente das tragédias que as lesões ao meio ambiente, infelizmente, ainda vão proporcionar ao homem, seja com a redução da camada de ozônio, com a destruição das matas ou, mais proximamente, com os simples mas vultuosos problemas de obstrução dos esgotos das cidades (MORAES, 2009, p. 190).

Constata-se que a vulnerabilidade ambiental é uma realidade da cultura do hiperconsumismo e da descartabilidade, associada com as imposições do mercado que ofertam para a sociedade produtos ou serviços, em princípio, apresentados como benéficos, mas que ocultam potenciais danosos. O surgimento da chamada consciência verde despertou nos fornecedores a atenção para mais uma possibilidade de aumentar seus lucros, já que nem sempre as informações com relação ao modo de como os produtos ou serviços são produzidos são reveladas aos consumidores de forma transparente. Nesse sentido, a vulnerabilidade ambiental pode ser reduzida com o fortalecimento da cidadania, para que os consumidores possam fazer escolhas com uma visão crítica, justa e ética, valorizando as formas de produção que respeitem as questões ambientais e minimizem os impactos que podem ser causados para a sociedade.

Miller (2012, p. 402) reforça que há anos estimulamos uns aos outros “a respeitar a Mãe Natureza, consumir menos, reciclar mais, fazer escolhas ecológicas, pensar globalmente, agir localmente, sermos menos egoístas e gananciosos, e viver simplesmente”. Os seres humanos têm facilidade para fazer discursos e dizer aos outros o que devem realizar, porém, colocar o discurso na prática, adotando novos hábitos de consumo, é sempre uma tarefa mais difícil.

Portanto, o poder está nas mãos do consumidor e deve ser exercido no momento de fazer suas escolhas. Reforça-se, outra vez, a importância da educação para o consumo, aliada com a educação ambiental. Ao invés da sociedade do descartável, caracterizada pela obsolescência programada, é preciso investir em produtos com durabilidade mais longa. Na óptica de Moraes (2009, p. 189), isso não significa que os custos dessa produção com maior vida útil tenham que

³ “Art. 170. A ordem econômica fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: [...] V - defesa do consumidor;

VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação; (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 42 de 2003)” (BRASIL, 1988).

necessariamente ser repassados ao consumidor, já que “os prejuízos causados ao meio ambiente, por causa de produtos daninhos, certamente serão muito superiores ao aumento de preço no mercado, estando a resolução deste aparente conflito na correta educação e demonstração da realidade”.

A partir da compreensão das espécies de vulnerabilidade e tendo claro que se constitui presunção legal absoluta, essas podem variar o modo como são constatadas na relação de cada consumidor, “em face das suas características pessoais e suas condições econômicas, sociais ou intelectuais” (MORAES, 2009, p. 189). É preciso proteger as categorias que possuem a vulnerabilidade agravada em decorrência de sua situação de fragilidade, nessa condição, estão inseridos crianças e idosos, que necessitam de uma proteção especial.

Frustagli (2018, p. 35-36) afirma que, diante da complexa realidade social em que se desenvolve o direito do consumidor, torna-se evidente a existência de grupos que exibem níveis de vulnerabilidade agravada:

[...] por condiciones peculiares inherentes a la persona concreta o bien la especial situación en la cual se encuentran. Los operadores jurídicos se han referido a esos colectivos sociales empleando diferente terminología, así se habla de “subconsumidor”, consumidor particularmente frágil, “consumidores vulnerables” o hipervulnerables.

Com esse entendimento, o Ministro do Superior Tribunal de Justiça, Antonio Herman V. Benjamin, classificou, no Recurso Especial n. 586.316/MG, em julgado de 17 de abril de 2007, como hipervulneráveis, por entender que o Estado Social não pode se importar somente com vulneráveis, mas, fundamentalmente, com os hipervulneráveis, aqueles que mais sofrem com a chamada massificação do consumo, ocorrendo, com isso, a consequente “pasteurização” das diferenças que caracterizam e enriquecem a sociedade moderna (BRASIL, 2007).

A hipervulnerabilidade também tem respaldo constitucional, abrangendo cidadãos como pessoas com deficiências, idosos, crianças e adolescentes. Fica evidente que, em se tratando dessas categorias de consumidores, é preciso que a determinação constitucional ao Estado de proteger o consumidor seja estendida de forma reforçada, visto que se está diante de um fato concreto, em que as vítimas têm a sua situação de desigualdade duplamente agravada, justificando uma proteção diferenciada (MARQUES; MIRAGEM, 2012, p. 189).

3 FERRAMENTAS DIGITAIS E OS RISCOS DE FRAUDES E GOLPES

Em relação aos consumidores considerados hipervulneráveis, cresce no Brasil a preocupação com os idosos. Conforme pesquisa da Agência IBGE (2022), entre 2012 e 2022, o número de pessoas com mais de 60 anos saltou de 11,3% para 14,7%. Em números absolutos, o grupo etário passou de 22,3 milhões para 31,2 milhões, crescendo 39,8% no período. Como reflexo do aumento dessa população e, conseqüentemente, da sua expectativa de vida, o mercado percebeu a possibilidade de ampliar seus negócios, oferecendo novos produtos e serviços.

A longevidade humana veio acompanhada do crescimento exponencial de novas tecnologias, que, cada vez mais, substituem o atendimento presencial pelos meios eletrônicos, a exemplo de sites, aplicativos, *chatbots*, que nem sempre têm a sua forma de funcionamento entendida pela população de idosos, que não possui a mesma facilidade de adaptação das gerações mais jovens. O avanço da inteligência artificial, por exemplo, faz com que o consumidor idoso tenha que se comunicar com máquinas, o que torna esse contato ainda mais complexo. Acostumados com a relação pessoal, na qual se estabelece a empatia e a confiança, esse consumidor hipervulnerável, muitas vezes, não consegue fazer a distinção entre o atendimento feito por um ser humano e o realizado através da ferramenta artificial.

Essa situação é confirmada pela pesquisa encomendada pela Federação Brasileira de Bancos (Febraban), ao Instituto de Pesquisas Sociais, Políticas e Econômicas (Ipespe), que entrevistou 3.000 pessoas de todo o país, no período de 29 de agosto a 6 de setembro de 2022. O levantamento revelou que, de cada “10 idosos que utilizam a internet, sete não se sentem seguros no mundo digital. Os principais sentimentos citados pelas pessoas com 60 anos ou mais, quando estão lidando com as redes sociais ou ferramentas digitais, é o medo e a insegurança” (OBSERVATÓRIO..., 2022).

Tal pesquisa comprovou que o isolamento social imposto durante a pandemia acelerou o acesso dos mais velhos às novas tecnologias da informação e comunicação (TICs). Para o público de 60 anos ou mais, “a internet foi a saída para se manterem conectados com familiares e amigos, informar-se, ter atendimento médico, pagar contas, pesquisar sobre preços e produtos, consumir”. Isso obrigou que as empresas rapidamente aprimorassem seus canais digitais, para atender às demandas desse público. Contudo, também foi nos últimos dois anos que o número de golpes e fraudes contra os idosos praticados através da internet aumentou consideravelmente. “Esta foi a percepção de 78% dos entrevistados na pesquisa encomendada pela Febraban” (OBSERVATÓRIO..., 2022).

Na pesquisa sobre os golpes praticados, 32% dos entrevistados apontam que os tipos mais frequentes são: (i) alguém se passando por conhecido e solicitando dinheiro; (ii) clonagem de cartão de crédito, com 30% das menções; (iii) golpe do crédito consignado; (iv) fraude de alguém que pede dados por telefone, com 11%; e (v) golpe de lojas virtuais, com 7%. Essas possibilidades de fraude ocorrem, na maioria das vezes, em função da boa-fé das vítimas, que acreditam estar tratando com pessoas sérias e que verdadeiramente representam as empresas pelas quais se apresentam. Isso demonstra a necessidade da inclusão digital do público com 60 anos ou mais, para que ele não fique à margem das modernas TICs e, com isso, tenha aumentada a sua vulnerabilidade com relação a comunicação, produtos e serviços.

Segundo Schmitt (2014, p. 218), “na ótica do consumidor idoso, tratá-lo como hipervulnerável significa compreender que a sua idade potencializa sua fragilidade como consumidor”. Schmitt (2014, p. 227) também destaca que:

Uma série de fatores contribui para demonstrar que um indivíduo é vulnerável, isto é, encontra-se em estágio de avançada fragilidade. Alguém pode se encontrar em situação de vulnerabilidade em razão econômica ou por conta de um insuficiente nível de instrução, por doenças com reflexos motores, entre outras possibilidades. Não são raros os indivíduos que, somados aos idosos, têm sua vontade tolhida frente à prática do fornecedor, em razão de sua fragilidade acentuada, reforçando a necessidade de proteção dos hipervulneráveis.

Para além da fragilidade do idoso em entender as novas tecnologias de informação e comunicação, outro ponto que merece ser observado nesta dinâmica do mercado de consumo diz respeito a publicidade. Apesar do Código de Defesa do Consumidor possuir regras claras com relação a publicidade enganosa e abusiva, elas não tem sido suficientes para fazer com que os consumidores não sejam vítimas de golpes.

A publicidade que passou em grande parte ser direcionada para as redes sociais, possui uma dinâmica e uma linguagem que, na maioria das vezes, não é compreendida pelos idosos. Chaise (2001, p.18) orienta que a publicidade tradicional, veiculada em rádio, televisão e jornal, via de regra, conta com a participação de três sujeitos, cada um, com sua função específica, sempre em busca de um resultado que chame a atenção do público.

“o anunciante – pessoa ou empresa interessada em promover a venda de seus produtos ou serviços; a agência de publicidade - pessoa ou empresa que, por conta de seu cliente (anunciante), cria e produz o anúncio; e o veículo- pessoa ou empresa que coloca à disposição do anunciante um meio (canal) para transmissão da mensagem”.

Nessa conceituação, fica evidente os cuidados que se deve ter com a criação da publicidade por cada um desses sujeitos, que, além de seguirem o Código de Defesa do Consumidor, precisam também observar a conduta ética estabelecida pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar). Não raras vezes o Conar, que é um órgão privado é demandado por consumidores, fornecedores e órgão de proteção ao consumidor, para abrir investigações contra possíveis práticas abusivas ou conduta que contrariam a ética publicitária.

No espaço digital a publicidade nem sempre é criada por uma agência ou fica explícita ao consumidor que se trata de anúncio com a intenção de comercializar produtos e serviços. A dinâmica do digital proporciona uma veiculação que pode ficar poucas horas ao alcance do público, mas que em virtude desta agilidade, pode ser vista por milhões de pessoas que compartilham a oferta.

Outra figura que aparece em destaque, com grande potencial de convencimento são os influenciadores digitais. Eles surgem nas redes vendendo os mais variados tipos de produtos e serviços, sem necessariamente, seguirem as regras do mercado publicitário. No que se direciona ao público idoso, as ofertas dizem respeito principalmente a medicamentos e crédito fácil.

Com relação a medicamentos, quase sempre são ofertados produtos que não possuem uma comprovação científica de seus resultados, e que utilizados sem um acompanhamento médico podem trazer sérios prejuízos aos usuários ou até mesmo colocar em risco a vida destas pessoas. No que diz respeito ao crédito fácil, tornou-se o grande responsável pela situação de superendividamento de milhões de famílias no Brasil. São consumidores que não recebem informações precisas com relação a operação que estão realizando. Faltam explicações referentes a taxa de juros, tarifas praticadas, quantidade de parcelas e a compreensão do percentual de rendimento que será comprometendo.

A fragilidade do público de 60 anos ou mais, também se relaciona com a oferta de produtos com preços praticados abaixo do valor do mercado. Esses anúncios que chamam a atenção de pessoas com capacidade crítica, capazes de fazer comparações e perceber que pode ser golpe, muitas vezes não é identificado pelos idosos. No desejo de realizar a operação e agindo de boa-fé, acabam sendo vítimas de situações onde o produto contratado não é enviado

para o endereço do consumidor. São os maus fornecedores que se utilizam de sites virtuais falsos para praticarem crimes contra os consumidores vulneráveis.

Essas situações que passaram a fazer parte do mundo virtual, demonstram que a educação digital está conectada com a educação para o consumo, prevista pelo Código de Defesa do Consumidor, mas que sua implantação permanece sendo um desafio para a sociedade e principalmente para os órgãos de defesa do consumidor.

Como já mencionado, a vulnerabilidade do consumidor é considerada presumida no CDC. Se agravada pela condição de hipervulnerabilidade, determina um tratamento especial e requer que se trabalhe com mais intensidade a educação para o consumo desse grupo. Os idosos precisam estar preparados para lidar e entender a nova realidade do mercado, bem como é necessário que estejam alertas aos riscos de golpes e fraudes, que são cada vez mais sofisticados pelas quadrilhas. Essa constatação requer que a inclusão digital das pessoas com 60 anos ou mais seja conduzida de forma permanente. E isso demanda um olhar atento do poder público, envolvendo vários atores, tais como secretarias de educação, assistência social e órgãos de defesa do consumidor, que necessitam desenvolver ações integradas, fazendo com que o tema faça parte das suas agendas e seja concretizado através de políticas públicas.

As políticas públicas são entendidas como princípios norteadores das ações do poder público, como:

[...] regras e procedimentos para as relações entre o poder público e a sociedade, mediações entre os atores da sociedade e do Estado. São, nesse caso, políticas explicitadas, sistematizadas ou formuladas em documentos (leis, programas, linhas de financiamento) que orientam ações que normalmente envolvem aplicações de recursos públicos (TEIXEIRA, 2002, p. 1).

Na complexa sociedade contemporânea, em meio a tantas necessidades, múltiplos interesses e escassos recursos, não é uma tarefa simples ingressar na agenda das políticas públicas, quer seja no plano federal, estadual ou municipal. É necessária a construção de uma articulação por parte da sociedade civil organizada capaz de sensibilizar os gestores para compreender o impacto social desta demanda.

João Pedro Schmidt (2018, p 132), alerta que para a construção da agenda das políticas públicas, surgem sempre diversos interessados que vão usar estratégias para verem seus interesses contemplados.

“É comum nas democracias à presença de empreendedores de políticas (lobistas, políticos eleitos, funcionários de carreira, jornalistas, representantes de movimentos e organizações) que trabalham para que alguns temas sejam incluídos na agenda e para que certas alternativas de solução tenham mais atenção que outras;”

A implantação de uma política pública de inclusão digital voltada aos hipervulneráveis demanda uma constante avaliação, para que as ações possam apresentar resultados à sociedade e justificar a aplicação dos recursos públicos. A consolidação do trabalho contribui para reduzir as desigualdades e evita os conflitos, que, dessa forma, deixam de ingressar no Poder Judiciário. Ressalta-se a necessidade de uma articulação intersetorial de órgãos públicos, comunidade e entidades civis, a fim de mobilizar e sensibilizar a parcela da população que necessita da inclusão digital. Esses sujeitos precisam ser desafiados a participar das ações oferecidas pelo poder público e, com isso, melhorar o seu convívio com as novas TICs.

5 Conclusões

O presente trabalho fez uma análise das espécies de vulnerabilidade nas quais o consumidor pode ser inserido. Para além da fática, da jurídica, da econômica e da informacional, surgem outras que também necessitam do olhar atento da sociedade. Dentre elas, há a vulnerabilidade digital, constatada entre indivíduos com 60 anos ou mais, considerados os hipervulneráveis.

Essa população vem crescendo no Brasil e, por ter a sua situação agravada, precisa da ação dos órgãos públicos e da defesa do consumidor na construção de políticas públicas permanentes, para que não seja vítima de golpes e fraudes e para que tenha mais segurança ao fazer as operações necessárias na sua rotina de consumo de produtos e serviços. Assim como o mercado e as novas TICs estão em evolução a todo o momento, não se pode descuidar do acesso e das condições de compreensão para aqueles que, muitas vezes, não possuem a mesma facilidade das novas gerações, que já nasceram com o mundo digital.

O entendimento é que a educação para o consumo, prevista no Código de Defesa do Consumidor, deixe de ser apenas uma previsão legal, sendo transformada em política pública, em um grande esforço de reduzir as desigualdades e, assim, construir uma sociedade mais

solidária, capaz de olhar de forma especial para os hipervulneráveis. E que, nesse contexto da educação para o consumo, seja destinado um espaço especial para a educação digital.

Especialistas vinculados a área da educação entendem a necessidade de se construir uma pedagogia digital, capaz de transformar o contato dos idosos com as novas formas de comunicação mais seguras e saudáveis.

Referências

AGÊNCIA BRASIL. **Cerca de 70% dos idosos não se sentem seguros na internet, diz estudo**. Publicado em 23/09/2022, por Lucas Pordeus Leon, repórter da Rádio Nacional – Brasília. Atualizado em 24/09/2022. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/geral/audio/2022-09/70-dos-idosos-nao-se-sentem-seguros-na-internet-diz-pesquisa>. Acesso em: 03 ago. 2023.

AGÊNCIA IBGE. **População cresce, mas número de pessoas com menos de 30 anos cai 5,4% de 2012 a 2021**. Publicado em 22/07/2022. Atualizado em 22/07/2022. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/34438-populacao-cresce-mas-numero-de-pessoas-com-menos-de-30-anos-cai-5-4-de-2012-a-2021>. Acesso em: 31 jul. 2023.

BRASIL. [Constituição (1988)]. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF: Presidência da República, 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm. Acesso em: 26 jul. 2023.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, DF: Senado Federal, 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm. Acesso em: 26 jul. 2023.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial nº 586.316 - MG (2003/0161208-5)**. Relator Ministro Herman Benjamin. Brasília, DF, 2007. Disponível em: https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ITA&sequencial=683195&num_registro=200301612085&data=20090319&formato=PDF. Acesso em: 02 ago. 2023.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Presidente Bolsonaro veta bagagens gratuitas em voos**. Agência Câmara de Notícias, 15/06/2022. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/887298-presidente-bolsonaro-veta-bagagem-gratuita-em-voos>. Acesso em: 30 jul. 2023.

CHAISE, Valéria Falcão. **A publicidade em face do código de defesa do consumidor**. São Paulo: Saravia, 2001.

FARIA, Agnes. **As transformações nos hábitos de consumo dos brasileiros durante a pandemia de Covid-19**. Consumidor Moderno, 17 de abril de 2023. Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2023/04/17/transformacoes-habitos-de-consumo-dos-brasileiros-covid-19/>. Acesso em: 02 ago. 2023.

FROTA, Mario. **O perfil do consumidor na sociedade digital**. Procon/RS, Opinião 109. Publicação: 24/03/2022. Disponível em: <https://procon.rs.gov.br/o-perfil-do-consumidor-na-sociedade-digital>. Acesso em: 04 ago. 2022.

FRUSTAGLI, Sandra A. La Tutela del Consumidor hipervulnerable em el Derecho Argentino. *In*: HERNANDEZ, Carlos A.; FRUSTAGLI, Sandra A.; BAROCELLI, Sabastián Sergio (org.). **Revista de Derecho del consumidor**. Ciudad Autonoma de Buenos Aires: IJ Editores, 2018. p.31-48

IDEC. INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Fim da cobrança de bagagem em voos só depende do governo**. Publicado em: 26/05/2022. Disponível em: <https://idec.org.br/noticia/fim-da-cobranca-de-bagagem-em-voos-so-depende-do-governo>. Acesso em: 28 jun. 2023.

LASSALLE, Ferdinand. **A essência da constituição**. 7. ed. Rio de Janeiro: Lumem Juris, 2007.

MARQUES, Claudia Lima. Introdução ao Direito do Consumidor. *In*: BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

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

MILLER, Geoffrey. **Darwin vai às compras**. Sexo, evolução e consumo. Rio de Janeiro: Best Seller, 2012.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**: 4.ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de Defesa do Consumidor**: o princípio da vulnerabilidade. 3. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

OBSERVATÓRIO Febraban 2022. A inclusão digital dos idosos. Ipespe; Febraban, 2022. Disponível em: <https://cmsarquivos.febraban.org.br/Arquivos/documentos/PDF/RELAT%C3%93RIO%20OBSERVAT%C3%93RIO%20FEBRABAN%20GERAL%20-%20INCLUS%C3%83O%20DIGITAL%20DOS%20IDOSOS%20-%20SET%202022-1.pdf>. Acesso em: 04 ago. 2023.

SACONI, Alexandre. **Em 5 anos, empresas aéreas faturaram R\$ 3 bilhões com cobrança por bagagens**. Colaboração para o UOL, em São Paulo, 29/04/2022. Disponível em:

<https://economia.uol.com.br/todos-a-bordo/2022/04/29/bagagem-despacho-lucro-aereas-bilhoes-faturamento.htm>. Acesso em: 27 jul. 2023.

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

SCHMIDT, João Pedro. Para estudar políticas públicas: aspectos conceituais, metodológicos e abordagem teóricas. *Revista do Direito, Santa Cruz do Sul*, v. 3, n.56, set-dez de 2018. P. 132.

TEIXEIRA, E. C, O papel das políticas públicas no desenvolvimento local e na transformação da realidade. Salvador: AATR, v.200.

VASCONCELOS, Rosália. **Brasileiros tiveram um prejuízo de R\$ 551 milhões com golpes online; proteja-se**. Colaboração para Tilt, do Recife. 07/02/2023. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2023/02/07/medo-de-comprar-online-veja-os-golpes-recentes-mais-aplicados.htm>. Acesso em: 25 jul. 2023.