

O consumidor idoso e a tecnologia: uma análise das práticas de mercado e seu impacto na vida desta categoria hipervulnerável.

CASSAB, Gabriela Maia¹; PEREIRA, Matheus Martins Alves²

1 – Mestranda em Direito Público e Evolução Social pela Unesa/RJ (bolsista integral pela Capes).

2 - Mestrando em Direito Público e Evolução Social pela Unesa/RJ.

RESUMO

Desde 1990, o consumidor se vê protegido pelo CDC, que protege as vulnerabilidades dos consumidores, sem discriminação. No entanto, ainda que a lei proteja diretamente e parcialmente aqueles mais frágeis na relação, não há o amparo direto ao consumidor “hipervulnerável” (SCHMITT, 2014), ou seja, os idosos, que acabam sendo tratados como todos os demais, sem qualquer respeito ou atenção às suas limitações e características, próprias da idade avançada. O cerne deste trabalho é analisar o retrocesso prático na vida de alguns consumidores, que poderão ser causados pelas novas práticas de mercado, como a obrigatoriedade do uso de tokens em celulares e aplicativos para uso de plano de saúde e caixas eletrônicos de bancos, pressupondo que estes consumidores saibam usar tal tecnologia. Um segundo ponto que a pesquisa aborda é a possibilidade, principalmente na rede bancária, de causar um retrocesso na forma de utilização do serviço, por parte deste grupo, que acabará por voltar a enfrentar as demoradas filas, especificamente por não saberem, ou não conseguirem utilizar as tecnologias que lhe são impostas.

Palavras-chave: Consumidor. Hipervulnerabilidade. Idoso. Tecnologia. Mercado.