

VI ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO DO CONSUMIDOR I

SINARA LACERDA ANDRADE CALOCHE

JOSÉ ANTONIO DE FARIA MARTOS

ERICA ANTONIA BIANCO DE SOTO INOUE

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

Diretoria - CONPEDI

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

Diretora Executiva - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra 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

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

Coordenadores: Érica Antônia Bianco de Soto Inoue; José Antonio de Faria Martos; Sinara Lacerda Andrade – Florianópolis; CONPEDI, 2023.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-682-6

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

Tema: Direito e Políticas Públicas na era digital

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito 3. Consumidor. VI Encontro Virtual do CONPEDI (1; 2023; Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



VI ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO DO CONSUMIDOR I

Apresentação

É com imensa satisfação que apresentamos aqui os trabalhos discutidos no Grupo de Trabalho “Direito do Consumidor e Direito e Saúde”, durante o VI ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI, realizado através de plataformas digitais, entre os dias 20 a 24 de junho de 2023, com a temática “DIREITO E POLÍTICAS PÚBLICAS NA ERA DIGITAL”, pelo Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito - CONPEDI.

O Grupo de Trabalho contou com a apresentação de diversos pôsteres, todos trazendo uma abordagem interdisciplinar para o estudo do Direito, contribuindo, portanto, para seu estudo científico.

Os trabalhos apresentados abriram caminho para uma importante discussão, oportunidade em que os pesquisadores do Direito puderam interagir, seja após a apresentação do pôster quando objeto de indagações pela coordenação dos trabalhos ou no final das exposições quando abriu-se espaço para o amplo e horizontalizado debate acadêmico entre todos.

Nesta edição o grupo contou com trabalhos que foram apresentados em bloco único, com temáticas adstritas à contemporaneidade que demandam um olhar atento para o direito das relações de consumo, mas, ainda, extrapolam tal viés, com claro impacto nos segmentos ambiental, social, econômico, político e sanitário envolvendo as figuras do Estado, do consumidor e da empresa, demandando uma análise integrada e interdisciplinar.

Os temas tratados são de extrema relevância e muito contribuem para a pesquisa científica jurídica. O pesquisador Lucas Cunha Imbiriba dos Santos apresentou “A ANÁLISE DO UTILITARISMO E DO HEDONISMO NA ABDICAÇÃO DO DIREITO À PRIVACIDADE NA INTERNET EM FACE DA CARACTERIZAÇÃO DA VULNERABILIDADE ALGORÍTMICA DO CONSUMIDOR.” A autora Gabriela Cruvinel Bruno examinou “A TEORIA DA PERDA DE UMA CHANCE: POSSIBILIDADE DE APLICAÇÃO (OU NÃO) AOS CASOS DE ERRO MÉDICO.” A dupla Caio Augusto Souza Lara e Leandro Santos Pereira questionaram o “DILEMA DA MENTE CONSUMIDORA: NEUROMARKETING E SEUS LIMITES LEGAIS” A autoras Larissa Rodrigues Farias e Eugenia Luiza Passos Pinheiro examinaram a “REGIONALWASHING: A REGIONALIZAÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS COMO FIDELIZAÇÃO DO CONSUMIDOR.” Rafael Fernandes Garcia investigou a “RESPONSABILIDADE CIVIL E VEÍCULOS AUTÔNOMOS: COMO A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL PODE TRANSTORNAR O ORDENAMENTO JURÍDICO

BRASILEIRO”. Renan Lucas Pollo questionou a “DIGITALIZAÇÃO DO SUS E A CONEXÃO DAS CONTAS GOV.BR” João Vitor Brandão Baldassin apresentou a “EUTANÁSIA: O DIREITO À MORTE EM PACIENTES NÃO TERMINAIS E UM ESTUDO COMPARATIVO COM A LEGISLAÇÃO INTERNACIONAL E SUA APLICABILIDADE NO BRASIL” Lígia Camolesi Toniolo e Maria Eduarda Tonani Rocha pesquisaram a “NEGLIGÊNCIA NO TRATO LINGUÍSTICO DE UMA PESSOA SURDA AO RECEBER ATENDIMENTOS DE SAÚDE NO BRASIL” Os autores Cezar Cardoso de Souza Neto e Romero Antônio Superbia Baptista debateram sobre “O NECESSÁRIO AMPARO JURÍDICO DA TELEMEDICINA NO BRASIL” Thaís Aranda Barrozo e Mario Cesar Lobo Junior examinaram “O TERMO DE AJUSTAMENTO DE CONDUTA EM MATÉRIA DE SAÚDE NO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE SÃO PAULO: ANÁLISE CLASSIFICATÓRIA DE SENTENÇAS PUBLICADAS NOS ANOS 2019-2020” e, por fim, os pesquisadores Caio Augusto Souza Lara e Rogério Almeida Meneghin investigaram a “PROSPECÇÃO TECNOLÓGICA SOBRE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL APLICADA AO MAPEAMENTO DE TUBERCULOSE NA POPULAÇÃO CARCERÁRIA DO BRASIL”

É possível concluir pela diversidade de temáticas e de manejos de pesquisa, que a interdisciplinaridade é signo marcante no Grupo de Trabalho de Direito econômico, empresarial, digital, inovação e empreendedorismo, demonstrando a habilidade dos pesquisadores e pesquisadoras brasileiros ao relacionar o direito com tantas outras disciplinas e áreas do conhecimento.

As pesquisas apresentadas e debatidas no presente Grupo de Trabalho, demonstram elevada qualidade e rigor científico e metodológico, sendo relevantes para a pesquisa jurídica, considerando que apresentaram temas inovadores e interdisciplinares. Fato que ressalta a importância do CONPEDI no cenário da pesquisa jurídica brasileira.

Neste contexto, a presente obra coletiva será relevante por ser um estímulo para a continuidade da pesquisa nesta linha e servirá como fonte de pesquisa, considerando a qualidade dos trabalhos que a compõe.

Assim, é com grande satisfação que apresentamos a comunidade jurídica a presente obra coletiva.

Boa Leitura!

Prof.^a M^a. Érica Antônia Bianco de Soto Inoue

Prof. Dr. José Antônio de Faria Martos

Prof.^a Dr.^a Sinara Lacerda Andrade Caloche

A ANÁLISE DO UTILITARISMO E DO HEDONISMO NA ABDICAÇÃO DO DIREITO À PRIVACIDADE NA INTERNET EM FACE DA CARACTERIZAÇÃO DA VULNERABILIDADE ALGORÍTMICA DO CONSUMIDOR

**Janaina Vieira Homci¹
Lucas Cunha Imbiriba dos Santos**

Resumo

Introdução: Diversos estudos desenvolvidos desde meados dos anos 80 voltam-se às características hedônicas e utilitárias das atitudes consumistas. Entretanto, com o avanço tecnológico no âmbito das telecomunicações e a difusão da internet, e consequente transformação do consumo analógico ao digital, é inexorável a exacerbação da condição de vulnerabilidade, em análise do contexto em discussão, principalmente face da utilização indevida de dados pessoais.

Assim, diante da caracterização supramencionada, a significação do conceito de privacidade lastreia não apenas como aquilo que concerne à vida privada. Deve ser compreendida em dimensões: a) o direito de estar só; b) resguardo a não interferência de terceiro; c) sigilo das comunicações; e d) a proteção de dados pessoais, em perspectiva individual e coletiva. Nos termos de Han, a digitalização da vida e consequente utilização de dados pessoais aduz o chamado protocolamento total da vida, onde cada clique ou passo no meio digital é registrado, rastreável, visível a terceiros alheios ao usuário. Não há espaço totalmente seguro, onde os dados de acesso e navegação não sejam processados por obscuros servidores de multinacionais da tecnologia.

Desta forma, para que tal análise seja possível, este estudo realizou, primeiramente, a apresentação de conceitos essenciais e contextos sociais, o significado de hedonismo e utilitarismo, e a condição pós-moderna, destacando, após, os novos limites hedônicos e utilitários conforme as necessidades pós-modernas do consumidor para, por último, a análise de como estas necessidades, condicionantes, responsáveis pelo agravo da vulnerabilidade algorítmica do usuário.

Ainda, serão frisados outros termos que também são de extrema importância para este trabalho, como flow e voyeurismo digital, este último, exclusivo e concebido para melhor compreensão das análises aqui expostas, que adapta uma discussão até então desconhecida quanto aos dados e à vulnerabilidade do consumidor à realidade do mundo digital.

¹ Orientador(a) do trabalho/resumo científico

Problema de Pesquisa: Tendo em vista a sociedade de hiperconsumo, e a utilização do prazer como instrumento do capital, como o hedonismo e o utilitarismo influenciam na decisão do consumidor em ceder seus dados pessoais a grandes conglomerados?

Objetivo: O objetivo de tal trabalho é a identificação mais precisa sobre as prevalências hedônicas e utilitárias na cessão de informações pessoais no meio digital, assim como, de que maneira estes dados retornam ao usuário, de forma personalizada, potencializando seu consumo. Para esta análise, foi utilizado o método hipotético-dedutivo de caráter bibliográfico.

Resultados Alcançados: Em correntes mais tradicionais, o consumo utilitário é marcado por um aspecto racional (BABIN et al. apud BRIDGES; FLORSHEIM, 2008), a busca por determinado resultado. O consumo hedônico, por sua vez, é relacionado aos aspectos emotivos, sensoriais e fantasiosos da compra (HIRSCHMAN; HOLBROOK, 1982), o prazer em si. Todavia, em uma sociedade marcada pela hipercomunicação, o digital como ponto essencial da vida dos indivíduos, o consumo em si adota outra forma, visto que, inicialmente, o mercado digital surgiu com uma perspectiva mais utilitária, voltada à compra de commodities (BENJAMIN; WIGAND, 1995), contudo, tornou-se uma forma de exploração de todo aspecto de toda experiência humana (ZUBOFF, 2021, p. 20).

Com o fim das grandes utopias que moveram o século XX, a condição do indivíduo pós-moderno passou a ser atomizada, e com o consumo baseado na forma da sociedade-moda (LIPOVETSKY; CHARLES, 2004, p. 60). Contudo, devido às transformações na forma de se consumir e nas necessidades do indivíduo pós-moderno, concluiu-se no trabalho que os limites entre hedônico e utilitário foram expandidos. As necessidades atuais, da economia de consumo, diferem das do capitalismo de produção, sendo o consumo individualizado hoje o equivalente ao consumo de massas (ZUBOFF, 2021, pp. 44-45). Este consumo individualizado é potencializado pela coleta e processamento dos dados cedidos pelo usuário, todavia, o espaço entre economia de tempo e potencialização do desempenho gerada pela necessidade é confusa.

Eventos como o flow, a sensação de distorção temporal pelo foco em certa atividade (BRIDGES; FLORSHEIM, 2008), e o termo cunhado no próprio texto, o voyeurismo digital, caracterizado pelo prazer com a contemplação dos produtos digitais, têm a capacidade de agravar a vulnerabilidade do usuário. Tal fato dá-se pois o flow, por deixar o usuário por mais tempo conectado, também auxilia na própria coleta de dados, que são processados e podem

potencializar o próprio voyeurismo digital, de natureza hedônica por excelência, pois indivíduo estará exposto àqueles produtos filtrados ao seu interesse. É justamente neste momento que a vulnerabilidade algorítmica do usuário é agravada, pois sua privacidade é constantemente deteriorada.

Em seguida, concluiu-se que a abdicação do direito à privacidade de forma utilitária é mais gravosa devido à sua inevitabilidade, contudo, computa uma menor coleta de dados, pois há o uso racional dos meios digitais. A forma hedônica de utilização destes meios é, como se espera, a maior potencializadora da coleta de dados, pois não apenas o flow se autossustenta pela coleta de dados, assim como o próprio voyeurismo digital é capaz de reter a atenção dos usuários.

Quanto à prevalência de alguma das características no processo de coleta de dados, notou-se que uma mesma atitude de consumo pode ter tanto características hedônicas quanto utilitárias em escalas diferentes (AHTOLA, 1985). Tendo em vista também que nem sempre o aspecto racional é estritamente considerado (BRIDGES; FLORSHEIM, 2008), uma atitude que simplesmente aumente o desempenho do usuário nesta realidade pós-moderna pode ser considerada utilitário, por mais que a coleta de dados para tal desempenho tenha sido feita de forma hedônica. Assim como a própria abdicação utilitária é capaz de potencializar o individualismo e a personalização do ambiente virtual do usuário.

Palavras-chave: Privacidade, Hedonismo, Utilitarismo, Consumo, Vulnerabilidade

Referências

AHTOLA, O. T. Hedonic and utilitarian aspects of consumer behavior: An attitudinal perspective. *ACR North American Advances*, v. NA-12, 1985.

BENJAMIN, R.; WIGAND, R. Electronic Markets and Virtual Value Chains

on the Information Superhighway. *MIT Sloan Management Review*, v. 36, n. 2, p. 61-72, 1995.

BRIDGES, E.; FLORSHEIM, R. Hedonic and utilitarian shopping goals: The online experience. *Journal of business research*, v. 61, n. 4, p. 309–314, 2008.

BROWN, W. *In the Ruins of Neoliberalism: the rise of antidemocratic politics in the West*. New York: Columbia University Press, 2019.