VI ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO DO CONSUMIDOR I

SINARA LACERDA ANDRADE CALOCHE

JOSÉ ANTONIO DE FARIA MARTOS

ERICA ANTONIA BIANCO DE SOTO INOUE

Copyright © 2023 Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

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

CONPEDI

Conselho Nacional de Pesquisa
e Pós-Graduação em Direito Florianópolis
Santa Catarina – Brasil
www.conpedi.org.br

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 Mª. 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 Homci[1]
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, fora utilizado do 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.