

Direito do Consumidor e Tendências da Comunicação na Cultura Pós-Moderna: Aplicativos e Hipervulnerabilidade¹

Consumer Law and Communication Trends in Postmodern Culture: Applications and Hypervulnerability

Orientando: Rodrigo Nazario Geronimo Pinto²

Orientadora: Marília Gomes Ghizzi Godoy³

Resumo

A presença dos direitos humanos retrata-se de forma decisiva na história das diferentes culturas, permeando as iniciativas políticas e sociais dos estados-nações, amparados sobretudo na Declaração Universal de Direitos Humanos de 1948. Construíram-se espaços onde se garante condições de liberdade, emancipação e cidadania. A dissertação encaminha-se para a compreensão do direito do consumidor, na seara histórica onde predomina a pós-modernidade com uma realidade fragmentada, onde os sujeitos assumem uma dimensão individual que os projeta em um mundo regido pela industrialização, domínio científico e cultural. Objetiva-se entender os riscos que atingem os consumidores principalmente no uso dos recursos de virtualidade e comunicação online, com uma avalanche de situações culturais representativas desse universo. Entende-se a cultura consumerista atual maciçamente adepta do consumo por aplicativos de celulares, sem, contudo, haver demarcações robustas em regramentos jurídico-normativos. A experiência demonstra que o consumidor está demasiadamente vulnerável nesse novo e desconhecido ambiente virtual e por tabela, desprotegido. Metodologicamente, apoia-se na documentação teórica de Hall, Giddens e Bobbio, e em uma pesquisa documental de registros ligados ao consumo online (e-commerce e delivery). Emerge uma pesquisa qualitativa de conteúdo veiculado no jornal O Estado de São Paulo no período entre 2010 e 2020, onde observou-se um grande crescimento e desenvolvimento das relações sociais em rede, por aplicativos. O material coletado, possibilitou a constatação do cotidiano do consumidor diante de três tendências de enfoque jornalísticos. Primeiro: projetou-se um destaque para a inovação e benefícios aos usuários. Segundo: a predominância do caráter econômico e financeiro investido em demasia no e-commerce. Finalmente em terceiro lugar constatou-se os prejuízos e conflitos que surgem em decorrência da aquisição virtual de produtos e serviços. Como resultado, verificou-se a extrema vulnerabilidade, também chamada

¹ Defesa: Universidade de Santo Amaro/Primeiro semestre de 2020.

² Graduado em Direito, Mestrando pelo Programa Interdisciplinar em Ciências Humanas da Universidade Santo Amaro – UNISA, São Paulo. E-mail: rodrigonazariogp@gmail.com.

³ Professora Adjunta do Mestrado em Ciências Humanas da Universidade Santo Amaro (SP). Doutora em Antropologia pela USP. E-mail: mgggodoy@yahoo.com.br.

hipervulnerabilidade que atinge os consumidores em âmbito digital na cibercultura. Exibe-se o grande desequilíbrio que as relações virtuais têm em comparação às que ocorrem no ambiente convencional. Uma lacuna legal e jurídica torna-se evidente colocando em dúvida o papel do Código de Defesa do Consumidor. A informação, elemento basilar do consumo, no atual cenário é posta em questionamento, pois apesar de demasiada, mostra-se incipiente nas experiências cotidianas com a realidade. A sociedade de hiperconsumo que se impõe aos sujeitos na utilização dos aplicativos de celulares como instrumento principal de prática comercial, desvenda-se por um desregramento e conflitos evidentes. A análise em seu conjunto com o estudo da pós-modernidade que se deriva à ascensão dos aplicativos, configura uma espécie de revolução tecnológica contínua, constante e permanente, marcada pela rapidez e fluidez dando novas roupagens à globalização.

Palavras-chave: Direitos Humanos; Cibercultura; Pós-modernidade; Direitos do consumidor; Hipervulnerabilidade.