

I CONGRESSO DE TECNOLOGIAS APLICADAS AO DIREITO

TECNOLOGIAS E AS RELAÇÕES DE CONSUMO

T255

Tecnologias e as relações de consumo [Recurso eletrônico on-line] organização I Congresso de Tecnologias Aplicadas ao Direito – Belo Horizonte;

Coordenadores: Paulo Antônio Grahl Monteiro de Castro, Leonardo Bruno Marinho Vidigal e Naiara Carolina Fernandes de Mendonça– Belo Horizonte, 2017.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-85-5505-667-3

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

Tema: O problema do acesso à justiça e a tecnologia no século XXI

1. Direito. 2. Tecnologia. 3. Relações de consumo. I. I Congresso de Tecnologias Aplicadas ao Direito (1:2018 : Belo Horizonte, BH).

CDU: 34



I CONGRESSO DE TECNOLOGIAS APLICADAS AO DIREITO

TECNOLOGIAS E AS RELAÇÕES DE CONSUMO

Apresentação

É com imensa satisfação que apresentamos os trabalhos científicos incluídos nesta publicação, que foram apresentados durante o I Congresso de Tecnologias Aplicadas ao Direito nos dias 14 e 15 de junho de 2018. As atividades ocorreram nas dependências da Escola Superior Dom Helder Câmara, em Belo Horizonte-MG, e tiveram inspiração no tema geral “O problema do acesso à justiça e a tecnologia no século XXI”.

O evento foi uma realização do Programa RECAJ-UFMG – Solução de Conflitos e Acesso à Justiça da Faculdade de Direito da UFMG em parceria com o Direito Integral da Escola Superior Dom Helder Câmara. Foram apoiadores: o Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Direito - CONPEDI, EMGE – Escola de Engenharia, a Escola Judicial do Tribunal Regional do Trabalho da 3ª Região, a Federação Nacional dos Pós-graduandos em Direito – FEPODI e o Projeto Startup Dom.

A apresentação dos trabalhos abriu caminho para uma importante discussão, em que os pesquisadores do Direito, oriundos de dez Estados diferentes da Federação, puderam interagir em torno de questões teóricas e práticas, levando-se em consideração a temática central do grupo. Foram debatidos os desafios que as linhas de pesquisa enfrentam no tocante ao estudo do Direito e sua relação com a tecnologia nas mais diversas searas jurídicas.

Na coletânea que agora vem a público, encontram-se os resultados de pesquisas desenvolvidas em diversos Programas de Pós-graduação em Direito, nos níveis de Mestrado e Doutorado, e, principalmente, pesquisas oriundas dos programas de iniciação científica, isto é, trabalhos realizados por graduandos em Direito e seus orientadores. Os trabalhos foram rigorosamente selecionados, por meio de dupla avaliação cega por pares no sistema eletrônico desenvolvido pelo CONPEDI. Desta forma, estão inseridos no universo das 350 (trezentas e cinquenta) pesquisas do evento ora publicadas, que guardam sintonia direta com este Grupo de Trabalho.

Agradecemos a todos os pesquisadores pela sua inestimável colaboração e desejamos uma ótima e proveitosa leitura!

AS INFLUÊNCIAS DOS AVANÇOS TECNOLÓGICOS E DA GLOBALIZAÇÃO NO DIREITO DO CONSUMIDOR

THE INFLUENCE OF TECHNOLOGICAL ADVANCES AND GLOBALIZATION ON CONSUMER LAW

**Nathalia Rinco Pereira
Julia Souza Vilela**

Resumo

O presente trabalho retrata a influência dos avanços tecnológicos nas relações entre consumidores, produtores e suas respectivas mudanças. Tendo em vista esse contexto, o Código de Defesa do Consumidor desenvolveu modificações a fim de atender as novas demandas populares. Não obstante será retratada a influência da globalização e da revolução técnico-científica na sociedade contemporânea, que influenciou a eclosão das estratégias do marketing. Por conseguinte, são notórias as consequências do desenvolvimento acelerado, em consonância com a fabricação de produtos cada vez mais obsoletos, que culminam no consumismo exacerbado. Portanto, é perceptível a necessidade de ressaltar os prejuízos ambientais decorrentes dessa prática.

Palavras-chave: Relações consumeristas, Novas tecnologias, Obsolescência programada

Abstract/Resumen/Résumé

The present work portrays the influence of the technological advances in the relations between consumers, producers and their respective changes. In view of this context, the Consumer Defense Code has developed modifications to meet new popular demands. Nevertheless, the influence of globalization and the technical-scientific revolution in contemporary society will be portrayed, which influenced the outbreak of marketing strategies. Consequently, the consequences of accelerated development, in consonance with the manufacture of increasingly obsolete products, culminating in exacerbated consumerism are striking. Also, it is noticeable the need to emphasize the environmental damages resulting from this practice.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Consumer relations, New technologies, Programmed obsolescence

INTRODUÇÃO

Pode-se dizer que os avanços tecnológicos e a globalização apresentam benefícios e malefícios para sociedade moderna. Nesse contexto, face ao cenário atual, é inegável que proporcionam não só desenvolvimento econômico e conforto para população, mas também condiciona os indivíduos a aceitá-la impositivamente.

Nesse ínterim, é notório que as relações consumeristas sofreram alterações, haja vista que a Revolução Técnico-científico-informacional ou Terceira Revolução Industrial entrou em vigor na segunda metade do século XX, principalmente a partir da década de 1970, quando houve uma série de descobertas e evoluções no campo tecnológico. Em virtude disso, os progressos estimulam e impulsionam obsolescência programada, que induz a criação de produtos com tempo de vida reduzido, a fim de influenciar o consumismo exacerbado.

Dessa forma, se fez necessário as adaptações no Código de Defesa do Consumidor com objetivo de proteger e as relações entre clientes e comerciantes. Ademais, essas novas relações impõem um desafio ao direito, delimitando-se em diversas problemáticas que circundam o tema.

O objetivo dessa pesquisa é informar e explicitar os fenômenos relacionados a evolução nas relações de consumo, que faz com que o comércio se modifique em produtos e serviços, ao adequar-se juridicamente para atender as demandas dos clientes.. Ainda por cima, gera impactos socioculturais ao passo que o excesso do lixo descartado incorretamente é um abalo ao meio ambiente. O método utilizado é o dedutivo, pois utiliza o raciocínio lógico para chegar a uma conclusão.

1. MUDANÇAS PERCEPTÍVEIS NO AUMENTO DE COMPRAS VIRTUAIS

Sabe-se que o marketing online é recorrente, com a finalidade de atrair novos consumidores, por meio de divulgações e parcerias com influenciadores digitais e permutas. Outrossim, as quantidades exacerbadas de ofertas culminam em consumidores exigentes no quesito qualidade, preço acessível e rapidez na entrega. Visto isso, é imprescindível analisar a concorrência e identificar pontos de melhoria além de aprender com os mesmos. O pensamento a seguir retrata esse fato:

As redes sociais e os blogs especializados têm participação expressiva, mostrando que os consumidores virtuais estão atentos à opinião de outras pessoas, tanto especialistas quanto demais consumidores virtuais que possam compartilhar experiências positivas ou negativas a respeito da compra. (SPC Brasil, 2018, p.2)

Além disso, existem ferramentas assim como SEO (Search Engine Optimization) que abrangem uma série de estratégias e otimizações que visam alcançar bons rankings orgânicos gerando tráfego e autoridade para um site ou blog. Com objetivo de destacar a corporação, promover visibilidade e conquistar consumidores a era digital é capaz de expandir os rendimentos. Não obstante, além dessa, existe a possibilidade de desenvolver o visual de um site ou blog para torná-lo atrativo e interessante, proporcionando uma interação positiva com o internauta. É importante ressaltar que as empresas tendem a ter dificuldades em investimento primitivo, diante disso, a procura dos bancos de imagem gratuitos é cada vez mais recorrente.

De acordo com site SPC Brasil, dados estatísticos revelam que 9 em cada 10 consumidores virtuais fazem pesquisa online sobre o produto antes de comprá-lo em uma loja física. Todavia, 6 em cada 10 pessoas garantem visitar lojas físicas antes de concluir uma compra na internet.

Destarte, todo esse progresso só seria possível com o aperfeiçoamento da evolução humana, no que se refere ao controle das mais variadas tecnologias vigentes em cada era. Paralelo a isso, é nítida a necessidade da adaptação social em resposta às imposições tecnológicas uma vez que nem todos têm a mesma capacidade de interação eficaz com os recursos tecnológicos. Sendo assim,

a globalização trouxe a facilidade de acesso à informação, de modo que, com a sua fluidez e velocidade nas trocas de informações, limitou a racionalidade do consumidor, pois o sujeito se vê na necessidade de resposta rápida a todo acontecimento, sendo esse o ponto principal e objetivo do marketing, ou seja, fazer com que os indivíduos comprem além do necessário à sua subsistência e sem ter a possibilidade de “raciocinar” na hora da compra, confundindo a necessidade com o desejo, abalando o que propunha como “norte” a pirâmide de Maslow (ANDRADE, 2018, p.5)

2. OS IMPACTOS DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA

Constata-se que a sociedade contemporânea, baseada nas relações capitalistas, o lucro é consequência do consumismo. Diante disso, surge a obsolescência programada que consiste em produzir produtos com tempo de vida útil determinado de forma proposital (em média 18 meses). Desse modo, tornam-se obsoleto e fazer com que as pessoas adquiram a mercadoria atualizada, mesmo que as mudanças sejam mínimas. Além disso, vale ressaltar que essa não é uma ação exclusiva de uma determinada empresa, mas uma tendência coletiva do mercado.

Seguindo este entendimento, os casos mais recorrentes ocorrem na área automobilística, eletrônica e de eletrodomésticos. Um exemplo clássico do assunto é marca Apple que lança uma nova versão de suas criações com mudanças relativamente mínimas das anteriores anualmente. Logo, este tipo de ação estimula o consumo desenfreado de produtos por aqueles que desejam adquirir os utensílios de última geração por status, uma vez que nem sempre a compra é necessária. Ainda por cima, uma parte da população torna-se ansiosa ao aguardar as novidades para serem obtidas.

Em síntese, o descarte incorreto do lixo eletrônico favorece a contaminação do solo, água e mar devido aos metais pesados e substâncias tóxicas, afetam a população aquática e animal. Ademais o estímulo da produção acarreta o gasto de energia, água e matéria-prima, além da emissão de poluentes que prejudicam o meio ambiente. É essencial mencionar que a população de modo geral não possui conhecimento da forma correta de descarte ou não têm acesso aos recintos propícios para depósito dos resíduos.

3. CORRELAÇÃO ENTRE O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E O MEIO SOCIAL.

Comenta-se com frequência acerca das modificações no Código de Defesa do Consumidor, com propósito de resguardar os fregueses que efetuam transações online. Simultaneamente, devido à dinamização do comércio eletrônico, transfigura-se duvidoso a utilização de variados sites, uma vez que uma parcela deles não oferece garantias quanto a confiabilidade, a veracidade e a boa fé dos negociantes. Assim, de acordo com o artigo O direito do consumidor e as novas tecnologias, pode-se afirmar que:

O direito do consumidor enquanto direito fundamental de prestação exige a realização do dever estatal de proteção ao cidadão-consumidor e a consequente necessidade de realização de políticas públicas de defesa do consumidor compatíveis com a realidade multidisciplinar do mercado de consumo. Se, em um primeiro momento, o Código Brasileiro de Proteção e Defesa do Consumidor – CDC estabeleceu a Política Nacional de Relações de Consumo – PNRC (CDC, arts. 4 e 5) com o objetivo, entre outros, de garantir a dignidade do consumidor e a proteção dos seus interesses econômicos, logo em seguida preocupou-se em disponibilizar meios apropriados para sua complexa execução bem como em positivá-lo como princípio consumerista (CDC, art. 4, VIII) o estudo constante das modificações do mercado de consumo. (ROCHA e TORRES, 2018)

Nesse âmbito, é possível mencionar algumas dicas para não haver prejuízo nas compras pela internet. O perito em crimes digitais, Wanderson Castilho, alerta que uma providência que deve ser tomada em uma aquisição é descobrir a procedência da loja virtual, é necessário checar se há telefone para contato ou endereço para que o comprador possa recorrer caso algo dê errado, “Já houve inúmeros casos em que se coloca um anúncio no

jornal com um telefone fictício. A pessoa executa a compra sem saber para onde está ligando e acaba enganada” (SCHIAVON, 2018). Além disso, o que grande parte dos consumidores não sabem é que a desistência do contrato, do ato da compra, é permitida de acordo com o artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor:

o consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio. (Código de Defesa do Consumidor, 2018)

Ao examinar as circunstâncias, as desigualdades sociais provenientes da escassez de recursos financeiros de uma grande parcela popular para adquirir tecnologia é uma realidade da comunidade. Dessa maneira, os abismos sociais tendem a ampliar, pois nem todos possuem oportunidade para adequar-se aos mesmos. Além disso, uma parte das pessoas não consegue enquadrar-se os recursos tecnológicos, haja vista que são de gerações distintas, dessa maneira, não vivenciaram experiências de contato direto com os recursos tecnológicos.

CONCLUSÃO

Em virtude dos fatos mencionados, é permitido refletir sobre as práticas exorbitantes de consumo, encorajados por operações comerciais que promovem a venda de produtos obsoletos e de curta duração na tentativa de movimentar o mercado e impor aos consumidores, de forma coercitiva, seus produtos. Essa evolução foi positivamente amparada após a consolidação do capitalismo no fim do século XX o que deu início ao consumismo desenfreado.

Ademais, não foi só o consumo físico que recebeu um número maior de clientes, o avanço da tecnologia propiciou mudanças significativas no mundo da internet causando uma ascensão nas lojas virtuais, que passaram a receber um grande número de acessos e elaborar formas de atrair cada vez mais. Dentro desse aspecto, a inovação da tecnologia e a grande demanda de ofertas resultam em uma maior exigência e preocupação com a qualidade dos produtos e a segurança no instante da aquisição do produto.

Diante disso, fez-se necessário que o âmbito jurídico interferisse e arquitetasse maneiras de garantir a proteção dos compradores que, na existência de vários sites de veracidade duvidosa, muitas vezes foram lesados por anúncios chamativos que ofereciam algo que não condizia com a realidade. Além das violações morais, os avanços tecnológicos realçam as desigualdades sociais, fazendo com que parte da sociedade não tenha conhecimento ou acesso a esses novos métodos de consumo e seja cada vez mais

marginalizada. Por todos esses aspectos, sabe-se que a tecnologia nos traz, além dos benefícios evidentes, vários fatores como impactos socioambientais e jurídicos para toda a sociedade.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Mateus Bonfim de. **A influência do marketing nas relações de consumo: o superendividamento da pessoa física.** Disponível em: <file:///C:/Users/USER/Downloads/882-3165-1-PB.pdf>. Acesso em: 16 abril 2018.

BRASIL, spc. **Comparativo do consumo em lojas físicas X Lojas virtuais.** Disponível em: https://www.spcbrasil.org.br/uploads/st_imprensa/spc_brasil_analise_compras_on_off_mai_20151.pdf Acesso em: 16 abril 2018.

KLEMZ, Júlia Degam. **A Tecnologia, o Consumismo e sua implicação na vida do jovem contemporâneo.** Disponível em: http://www.iar.unicamp.br/disciplinas/cs101_2009/perfil/julia/pdfs/projetopesq.pdf. Acesso em 18 abril 2018

MESQUITA, Renato. **O que é SEO: o guia completo para você entender o conceito e executar sua estratégia.** Disponível em: <https://www.google.com.br/amp/s/marketingdeconteudo.com/o-que-e-seo/amp/>. Acesso em 18 abril 2018

ROCHA, Amélia Soares da; TORRES, Ismael Braz. **O direito do consumidor e as novas tecnologias:** Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor – SINDEC. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/16955/o-direito-do-consumidor-e-as-novas-tecnologias>. Acesso em: 16 abril 2018

SCHIAVON, Fabiana. **Cuidados são outros quando a compra é feita pela web.** Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2010-mar-27/fimde-editada-direito-consumidor-vale-compras-online-cuidados-sao-outros>. Acesso em: 16 abril 2018.