

I ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

LITON LANES PILAU SOBRINHO

MARIANA RIBEIRO SANTIAGO

ROBERTO SENISE LISBOA

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte deste anal 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

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG – Goiás

Vice-presidente Sudeste - Prof. Dr. César Augusto de Castro Fiuza - UFMG/PUCMG – Minas Gerais

Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS – Sergipe

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa – Pará

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos – Rio Grande do Sul

Secretário Executivo - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini - Unimar/Uninove – São Paulo

Representante Discente – FEPODI

Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie – São Paulo

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM – Rio de Janeiro

Prof. Dr. Aires José Rover - UFSC – Santa Catarina

Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP – São Paulo

Prof. Dr. Marcus Firmino Santiago da Silva - UDF – Distrito Federal (suplente)

Prof. Dr. Ilton Garcia da Costa - UENP – São Paulo (suplente)

Secretarias:

Relações Institucionais

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM – Santa Catarina

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR – Ceará

Prof. Dr. José Barroso Filho - UPIS/ENAJUM – Distrito Federal

Relações Internacionais para o Continente Americano

Prof. Dr. Fernando Antônio de Carvalho Dantas - UFG – Goiás

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA – Bahia

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA – Maranhão

Relações Internacionais para os demais Continentes

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba – Paraná

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP – São Paulo

Profa. Dra. Maria Aurea Baroni Cecato - Unipê/UFPB – Paraíba

Eventos:

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch (UFSM – Rio Grande do Sul)

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho (Unifor – Ceará)

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta (Fumec – Minas Gerais)

Comunicação:

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro (UNOESC – Santa Catarina)

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho (UPF/Univali – Rio Grande do Sul)

Dr. Caio Augusto Souza Lara (ESDHC – Minas Gerais)

Membro Nato – Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP – Pernambuco

D597

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Liton Lanes Pilau Sobrinho; Mariana Ribeiro Santiago ; Roberto Senise Lisboa – Florianópolis: CONPEDI, 2020.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-036-7

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

Tema: Constituição, cidades e crise

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Assistência. 3. Isonomia. I Encontro Virtual do CONPEDI (1: 2020 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



I ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Apresentação

É com grande satisfação que introduzimos o grande público na presente obra coletiva, composta por artigos criteriosamente selecionados, para apresentação e debates no Grupo de Trabalho intitulado “Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo”, durante o I Evento Virtual do CONPEDI, ocorrido entre 23 e 30 de junho de 2020, sobre o tema “Constituição, Cidades e Crise”.

Os aludidos trabalhos, de incontestável relevância para a pesquisa em direito no Brasil, demonstram notável rigor técnico, sensibilidade e originalidade, em reflexões sobre o tema das relações de consumo. De fato, não se pode olvidar que as questões da contemporaneidade implicam num olhar atento para a matéria, mas, ainda, extrapolam tal viés, com claro impacto nos segmentos ambiental, social e econômico, envolvendo as figuras do Estado, do consumidor e da empresa, demandando uma análise integrada e interdisciplinar.

Os temas tratados nesta obra mergulham na eficácia dos negócios jurídicos da internet, no consumidor no ambiente virtual, na problemática do superendividamento, nos contratos eletrônicos no mercado secundário, na relação entre consumo e imigração, na rotulagem frontal de alimentos, na responsabilidade civil, nos casos de hipervulnerabilidade do consumidor, nas especificidades do arrependimento na compra de passagem aérea, nas exigências sobre a performance do Poder Judiciário, na desconsideração da personalidade jurídica no âmbito das relações de consumo, na análise econômica do desvio produtivo, no consumo colaborativo, nos desafios impostos ao consumidor em tempos de pandemia etc.

Em sua abordagem, nota-se que os autores utilizaram referenciais teóricos refinados sobre a sociedade de consumo, sociedade de risco, sociedade da informação, sociedade do cansaço, globalização, dialogo das fontes etc., o que realça o aspecto acadêmico do evento.

Nesse prisma, a presente obra coletiva, de inegável valor científico, demonstra uma visão lúcida e avançada sobre questões do direito das relações de consumo, suas problemáticas e sutilezas, pelo que certamente logrará êxito junto à comunidade acadêmica. Boa leitura!

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho (Universidade do Vale do Itajaí / Universidade de Passo Fundo)

Profa. Dra. Mariana Ribeiro Santiago (Universidade de Marília)

Prof. Dr. Roberto Senise Lisboa (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo)

Nota técnica: Os artigos do Grupo de Trabalho Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo apresentados no I Encontro Virtual do CONPEDI e que não constam nestes Anais, foram selecionados para publicação na Plataforma Index Law Journals (<https://www.indexlaw.org/>), conforme previsto no item 8.1 do edital do Evento, e podem ser encontrados na Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo. Equipe Editorial Index Law Journal - publicacao@conpedi.org.br.

O HOMEM NO AMBIENTE VIRTUAL: ATRIBUIÇÃO DE SENTIDO PARA O CONSUMO E RELACIONAMENTOS LÍQUIDOS

MAN IN THE VIRTUAL ENVIRONMENT: ASSIGNMENT OF MEANING FOR CONSUMPTION AND LIQUID RELATIONSHIPS

André Pedroso Kasemirski ¹

Rodolfo Ignácio Aliceda ²

Tarcisio Teixeira ³

Resumo

O ambiente virtual é uma das múltiplas dimensões do homem. Assim, problematiza-se o comportamento do homem pós-moderno na internet, buscando atribuir sentido para as relações de consumo de bens e relacionamentos líquidos no ambiente virtual. Deste modo, por intermédio do método dedutivo, toma-se como hipótese o sentimento de ambivalência do homem no ambiente virtual, haja vista que na sociedade de consumo tudo é descartável, desde os bens materiais, até as próprias pessoas e relacionamentos, os quais na “era dos aplicativos” e da obsolescência programada não são feitos para durar.

Palavras-chave: Internet, Homem, Ambiente virtual, Consumo, Relacionamentos líquidos

Abstract/Resumen/Résumé

The virtual environment is one of the multiple dimensions of man. Thus, the behavior of postmodern man on the internet is problematized, seeking to attribute meaning to the consumption relations of goods and liquid relationships in the virtual environment. In this way, through the deductive method, the feeling of ambivalence of man in the virtual environment is taken as a hypothesis, given that in the consumer society everything is disposable, from material goods, to people and relationships themselves, which in “Application age” and scheduled obsolescence are not meant to last.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Internet, Man, Virtual environment, Consumption, Liquid relationships

¹ Mestrando em Direito Negocial pela Universidade Estadual de Londrina – UEL, vinculado ao projeto Internet: Aspectos Jurídicos. Pesquisador e bolsista CAPES. Advogado. Pós-graduado em Direito Empresarial pela UEL

² Mestrando em Direito Negocial pela Universidade Estadual de Londrina - PR. rodolfo_aliceda@hotmail.com. Vinculado à linha de pesquisa Relações Negociais no Direito Privado. Projeto: Internet e Aspectos Jurídicos.

³ Doutor e Mestre em Direito Empresarial pela Faculdade de Direito da USP - Largo São Francisco. Pós-graduado/Especialista em Direito Empresarial pela Escola Paulista da Magistratura - EPM. Professor da UEL.

1. INTRODUÇÃO

A questão sobre o que é homem e qual seu papel neste mundo já foi discutida e debatida por inúmeros filósofos, sendo uma questão que não possui uma resposta satisfatória para todos os indivíduos e, tão pouco, que possa ser realmente respondida, tendo em vista as inúmeras características e facetas da natureza humana.

Para alguns filósofos e estudiosos sobre o tema, o ser humano pode ser explicado dentro de suas múltiplas dimensões, que abarcam o tempo em que se vive, o modo como se vive, e todas as características implícitas e explícitas do homem, incluindo, também, o local em que este homem está inserido.

Em cada dimensão que o homem é analisado há uma forma de buscar a resposta sobre o que é o ser humano e a busca por um sentido, pela compreensão, havendo a resposta biológica, religiosa, filosófica, social, jurídica, política, dentre outras diversas respostas que variam conforme a dimensão que é analisada.

O que se tem em comum sobre todas as explicações sobre o homem, é que em todas as dimensões busca-se um sentido para os atos, fatos e situações que circundam o humano.

Quando se analisa o indivíduo tendo como ponto de dimensão o local em que ele está inserido, este, com a modernidade ou pós-modernidade, não deve ser analisado apenas como um ponto geográfico, físico, material. Hoje pode ser visto de forma diversa, sendo possível a existência do local virtual, da internet.

Com a ascensão da internet e seu uso por diversas camadas da sociedade, o homem hoje pode ser explicado, dentro da já referida multiplicidade de dimensões, como o ser que age, vive, interage e utiliza (na mais abrangente expressão do vernáculo) a internet.

Estar na internet torna o homem um ser social, inserido na realidade virtual na qual ele pode ser comerciante, consumidor, ter um relacionamento amoroso, ser um personagem de algum jogo, entre inúmeros outros papéis que a internet pode proporcionar, o que demonstra que o “homem virtual” busca por algum sentido com o uso do meio digital, sendo mais uma dimensões onde a compreensão e a busca de sentido devem ser analisadas.

Desta forma, com o surgimento da internet e seu uso perante todo e qualquer internauta, fez com que emergissem questionamentos sobre qual sentido ou compreensões o ser humano vislumbra quando utiliza da internet e, dentro da busca do sentido, qual o papel jurídico deste internauta no uso da internet.

O presente artigo tem como finalidade descrever o comportamento do homem no ambiente virtual, buscando atribuir sentido para atos, fatos e situações que vivencia quando usa da internet, inserido no local virtual e, diante desta busca, implicações jurídicas.

Para realização das escritas utilizou-se do método dedutivo de pesquisa, onde foi racionalizado dados trazidos por pesquisas bibliográficas para alcançar o resultado de responder qual sentido busca o homem inserido no mundo virtual e suas implicações jurídicas.

2. O HOMEM EM BUSCA DE SENTIDO: A DIMENSÃO DO HOMEM NA PERSPECTIVA DO LOCAL ONDE ESTÁ INSERIDO

A busca pela compreensão e sentido das coisas que circundam o humano sempre foi uma característica do “ser”.

O ser humano é um “ser racional” e, pela racionalidade que possui, historicamente, busca compreender e interpretar a realidade que o circunda, buscando um sentido para os atos, fatos e situações que o permeiam, utilizando dos resultados que obtêm para criar coisas e evoluir no conhecimento.

Eduardo C.B. Bittar e Guilherme Assis de Almeida (2015, p. 73), quando escrevem sobre os pré-socráticos, atribuem a eles“ [...] à preocupação cosmológica comum a todos, à busca de uma explicação para o despertar do pensamento voltado para a compreensão do universo e do mundo natural, das coisas como existentes e de suas respectivas origens [...]” Assim, denota-se que desde o período dos pré-socráticos há a busca de compreensão sobre o que circunda o homem.

Na célebre frase “A única coisa que eu sei é precisamente que nada sei”, atribuída a Sócrates, segundo Paulo Nader (2018, p. 144), demonstra-se que o homem nasce sem saber nada e está sempre buscando saber, entender e, cada vez que entende, descobre que nada sabe.

É desta busca de sentido do homem que surgem as ciências naturais e culturais, evoluídas da filosofia.

A interpretação, compreensão, busca de sentido, é matéria de suma importância para a ciência natural e ciência cultural. Glauco Barreira Magalhães Filho (2015, p. 3), já no início de sua obra, escreve que interpretar as ciências da natureza teria por objeto explicações por ato cognitivo, estabelecendo a relação entre a causa eficiente e o efeito correspondente. Já, para as ciências culturais, o ato cognitivo peculiar seria a compreensão, que “através da qual

se apreenderia o modo de o espírito humano se projetar (ou se objetivar) na realidade externa”.

E é nesta busca, tanto pela causa e efeito correspondente na ciência da natureza, quanto pela compreensão da ciência cultural, é que o homem se diferencia de outros seres vivos.

Aliás, no direito, considerada uma ciência cultural, a busca pela compreensão realiza-se através da hermenêutica, onde busca-se o sentido para a norma, tendo como finalidade sua interpretação, que, como descreve Glauco Magalhães Filho (2015, p. 3), inicia-se com filósofos alemães como Schleiermacher, Dilthey e Rickert, que “definiram a existência de uma nova modalidade de ciência, cujo objeto seria portador de substrato e sentido”.

Sentido, na acepção gramatical, encontrada no dicionário português Michaels (s.d. n.p.), pode ser entendido, além de outros significados, como “[...] Percebido pelos sentidos; pressentido; Faculdade de sentir, de compreender, de apreciar; senso; Ponto de vista; maneira de ver e considerar; aspecto, face, lado. Razão de ser; cabimento, lógica. A consciência da realidade e das coisas; a própria razão [...]”.

O ato de interpretar, utilizando da razão, na busca de um sentido, é o ato de o homem utilizar sua faculdade de sentir, compreender e de apreciar os atos, fatos e situações, conforme entende-se da interpretação gramatical da palavra.

Está qualidade do humano, em buscar sentido para o que o circunda faz surgir, implicitamente, a busca de compreender o próprio homem, posto ser do homem que é provinda a compreensão.

Sérgio Alves Gomes (2011, p.67) trás em suas escritas que, na busca de entender o homem, em seus aspectos ontológicos e fenomenológicos, “[...]assume-se a ideia de que interpretar corresponde a compreender. E este como um construir contínuo de sentidos capazes de orientar a vida e a convivência humana segundo valores cuja vivência seja compartilhada equitativamente”.

Assim, percebe-se que a busca de compreender o homem tem como finalidade a orientação na convivência, agregando valores que o humano vai acumulando ao longo de sua trajetória, para que se forme a compreensão do que é o homem.

Ocorre que, por mais natural a tarefa do humano almejar a compreensão sobre as coisas, quando se trata de compreender a si próprio, buscando sentido para sua existência, está tarefa se mostra complexa e histórica, posto ser tema antigo da filosofia, da religião, da biologia, da sociologia e de inúmeros outros ramos do conhecimento que tentam, nas suas áreas, explicar o homem e a compreensão.

Miguel Reale (2010, p. 207) escreve sobre a intrigante busca de sentido do homem, pela sua capacidade de outorgar sentidos aos atos e as coisas, e que não é redutível a uma explicação biológica, psicológica, física ou anatômica do que é o homem, havendo algo que sempre inova e supera, que, para o autor, é a capacidade de síntese:

O homem não é uma simples entidade psicofísica ou biológica, redutível a um conjunto de fatos explicáveis pela Psicologia, pela Física, pela Anatomia, pela Biologia. No homem existe algo que representa uma possibilidade de inovação e de superamento. A natureza sempre se repete, segundo a fórmula de todos conhecida, segundo a qual tudo se transforma e nada se cria. Mas o homem representa algo que é um acréscimo à natureza, a sua capacidade de síntese, tanto no ato instaurador de novos objetos do conhecimento, como no ato constitutivo de novas formas de vida. O que denominamos poder nomotético do espírito consiste em sua faculdade de outorgar sentido aos atos e às coisas, faculdade essa de natureza simbolizante, a começar pela instauração radical da linguagem.

Sérgio Alves Gomes (2011, p. 62-63) escreve que quando se pergunta o que é o homem, não se está buscando uma resposta simples para um enigma desafiador que a tempos é tema da filosofia, a principal finalidade deste questionamento é verificar caminhos para levar o pensamento à temática proposta. Acrescenta que quando há o questionamento sobre o que é o homem, espera-se que muito seja revelado percebido e compreendido, com a finalidade que se respeite o ser humano, e completa:

[...] Percebem-se em sua presença física, a ocupar espaço no mundo, suas expressões psicológicas, reveladoras de sentimentos, sua capacidade para pensar, querer, sentir, fazer, transformar-se, superar-se e, assim, mudar a realidade em que mesmo consiste. A mesma questão convida não apenas a isso. Ele não está em todos os lugares do universo. Situa-se no contexto de um planeta que também precisa ser reconhecido e respeitado como único habitat- de que se tem conhecimento até o presente – adequado à vida, não apenas do homem, mas de todos os seres animais e vegetais que habitam a Terra. (GOMES, 2011, p.63)

Diante da exposição do autor, resta claro que o homem pode ser compreendido dentro de parâmetros físicos, espaciais, psíquicos, sentimentais, racionais, de seu querer, sentir, transformar-se, fazer e, tão importante quanto, é possível buscar o entendimento do homem pautado no local onde ele vive.

Sérgio Alves Gomes (2011, p. 65), continua suas explicações sobre a pergunta do que é o homem, afirmando que, além de outras variadas formas de observar o humano, há convivência com seus iguais e a busca pela sua humanidade, afirmando que “ ‘[...] o que é o

homem – e notar que o esforço em busca de uma resposta possibilita não ‘a’ solução definitiva, acabada, suficiente, mas revela aspectos do humano. E tal revelação evidencia as múltiplas dimensões e potencialidades presentes em cada ser humano [...]”.

Posto as diversas dimensões e potencialidades do homem, o local é uma que possui especial importância, sendo certo que se o homem existe, ele existe em algum ponto geográfico localizado, até onde há conhecimento, no planeta terra.

Local pode ser entendido, gramaticalmente, segundo Dicionário Michaels (s.d. n.p.) como “Relativo ou pertencente a um determinado lugar; localista; Que é peculiar de um lugar ou de uma região; Área ou região não especificada; Espaço considerado conforme suas características próprias ou funções específicas;”

Uma das formas de demonstrar a importância do local geográfico para compreender o humano, está na importância que o direito atribui ao espaço físico quando, por exemplo, regula divisões políticas entre países, ou quando atribuiu nacionalidade aos indivíduos pelo *jus solis*.

Aliás, o local, juntamente com o tempo, é elemento de existência do negócio jurídico e, em sua maior aplicação, do contrato, posto a importância que o local possui para entendimento de como os negócios são celebrados em determinada localidade. Antônio Junqueira de Azevedo (2002, p. 33-34), sobre o lugar como um elemento geral intrínseco ao negócio jurídico:

Se o fato jurídico é um fato do mundo real sobre o qual a norma jurídica incide, torna-se de intuitiva evidência que não há fato jurídico sem data e sem lugar. A localização geográfica onde o homem se desenvolve, portanto, é uma das formas de compreender o que é o homem. O que tem confundido esse assunto é a circunstância de que não é muito comum o legislador estabelecer um requisito para os elementos tempo e lugar do negócio jurídico; segue-se daí que, na hipótese normativa do fato jurídico (isto é, no seu “suporte fático”), os elementos tempo e lugar ficam, em geral, apenas implícitos. [...] Entretanto, a importância de ambos esses elementos é, ainda assim, não pequena; mesmo quando não há qualquer requisito a seu respeito, eles servem inegavelmente para a exata identificação do negócio; isto é evidente diante do costume jurídico notório de se datar e colocar o lugar de feitura em todos os documentos.

Ainda, antes de haver o negócio jurídico, há um fato do mundo concreto, com tempo e lugar, que só se torna jurídico quando “o direito atribui relevância jurídica”, conforme descreve Emilio Betti (2008 p. 22). O referido escritor continua sua explicação sobre o fato do mundo concreto se tornando jurídico (fato jurídico), mencionado que o direito, quando atribui normatividade aos fatos, ele prevê de maneira abstrata hipóteses que acontece no mundo real,

classificadas por tipos, orientadas segundo diretivas de uma valoração jurídica. (BETTI, 2008, p.20-21). O local é, portanto, ponto intrínseco para entender os fatos, atos e situações.

Estes exemplos, de como a localidade é importante para firmar contratos, reconhecer nacionalidade e divisões territoriais, demonstra que o local, como dimensão do humano, é uma das formas de buscar compreender o homem e, conseqüentemente, dar sentido para atos, fatos e situações, servindo, portanto, como parâmetro para interpretação.

3. A ERA DOS APLICATIVOS E A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA DOS AMORES LÍQUIDOS: A INTERNET COMO LOCAL CRIADO PELO HOMEM ONDE SE BUSCA SENTIDO

Após a demonstração no capítulo anterior de que o local é uma das dimensões para compreender o homem e sua busca de sentido e de compreensão, sobre os fatos, atos e situações que o permeiam, há que se focar no local diverso do físico, o local virtual.

Tarcicio Teixeira (2018, p. 27-28) apresenta em suas escritas a origem da internet, que seria data de 1969, após anos de desenvolvimento dos computadores, quando o Departamento de Defesa Norte Americano criou um sistema que ligava pontos militares permitindo a transmissão de documentos e informações. Com sua evolução ao longo dos anos, onde inclui-se universidades na troca de informação via computadores, no ano de 1993, houve a abertura do uso da internet pela população em geral, utilizando-se da linha telefônica.

Assim, criou-se a internet, ou rede mundial de computadores, onde há a conexão de todos os computadores do mundo.

Atualmente vive-se em uma sociedade que não se imagina sem a internet, onde aparelhos comuns estão ligados à rede mundial de computadores. Newton de Lucca (2008, p. 26) trás em sua pesquisa que “ [...]é inquestionável admitir o surgimento de uma nova era para a humanidade, caracterizada pelo advento das novas tecnologias de informação, fala-se, assim, recorrentemente, na chamada Sociedade de Informação ou Sociedade Digital.”

Tarefas comuns são feitas com o uso da internet, como compras, vendas, leitura, assistir filmes, manter relacionamentos e, principalmente, busca-se informação no mundo virtual.

Assim, denota-se que a internet é um local virtual, diferente do local físico, onde fatos, atos e situações da vida humana estão acontecendo o tempo todo.

Como já descrito no capítulo anterior, o homem busca sentido em tudo que faz e como a internet é um local criado pelo homem, há nitidamente uma busca de sentido nos fatos, atos e situações que ocorrem dentro deste local.

Ao refletir sobre o ambiente virtual, na contemporaneidade líquida, é possível identificar no homem uma sobreposição do pensamento individualista sobre o coletivo. É verdade que não se trata de fenômeno recente, haja vista que a compreensão do homem como centro do universo foi posta nos primórdios do antropocentrismo, a qual foi inclusive acompanhada de outros marcos históricos, como o Renascimento, o Iluminismo e a Revolução Francesa.

Deste modo, em um universo cada vez mais individualista, do qual inicialmente não se atribui julgamento de valor, os relacionamentos são nutridos de ambiguidades, como aponta Bauman, na obra *Amores Líquidos*, (2004, p. 8). Assim, oscilam entre o sonho e o pesadelo, não sendo possível, a priori, determinar quando um se transformara em outro.

Quando se pensa em modernidade líquida, contemporaneidade ou ainda pós-modernidade, sob a ótica de Bauman, tem como contraposição a modernidade sólida ou ainda simplesmente modernidade, em que havia uma crença na ciência, ou ainda de que o conhecimento e as relações fossem sólidos e evoluíssem.

O uso da palavra “moderno” teve sua origem já no século V, como aponta Teresa Cristina Esmeralda Bezerra (2012, p. 178), ao interpretar Habermas. O conceito era utilizado para diferenciar um presente histórico considerado “cristão”, de um passado romano “pagão”. A partir daí, passou a traduzir uma ideia de descontinuidade proposital do novo diante do antigo.

Assim, antes mesmo de Bauman criar o conceito de modernidade líquida, Marx e Engels já concebiam a modernidade como o processo histórico que destruía todas as instituições de outra época, como a família, a comunidade tradicional e a religião (DA SILVA, 2017, p. 4). Nesse sentido, antes mesmo de valorar se a destruição “criativa” é positiva ou negativa, na medida em que desenraizava o velho para trazer o novo, compreende-se que o objetivo desta era questionar cada ponto da vida. Outrossim, ainda sob um viés iluminista descarta-se a irracionalidade preocupando-se em recolocar o homem no projeto racional da vida.

Neste cenário líquido da vida moderna, os relacionamentos, como aponta Bauman, são os representantes mais comuns, agudos e perturbadores do sentido de ambivalência. Esta ambivalência é compreendida como a existência de dois valores de sentidos opostos ou ainda

a existência simultânea, e com a mesma intensidade, de dois sentimentos ou duas ideias com relação a uma mesma coisa e que se opõem mutuamente, (2004, p. 8).

Pode-se compreender que o sentimento de ambivalência do homem pós-moderno é ainda mais impulsionado e incendiado no ambiente virtual, haja vista a gama de informações disponíveis alcance deste, através de um único “clique”, ou ainda, de forma mais ampla, de apenas um “sinal” específico ou não.

Ao diferenciar um “clique” de um “sinal”, é imperioso reconhecer os efeitos da inteligência artificial (IA), compreendida como a ciência de construção de máquinas que fazem coisas que requereriam inteligência humana ou ainda, o estudo que busca simular processos inteligentes em máquinas ou que tenta fazer com que os computadores realizem tarefas em que as pessoas são melhores em executar (ROVER, 2001, p. 59).

Paralelamente, o termo *Big data*, em tradução literal, significa “grandes dados”, diz respeito à quantidade de dados que a internet possui por segundo, fazendo com que as unidades de medida *gigabyte*, não comportem mais os dados coletados, se falando atualmente em unidades de medida de *petabyte*, *exabyte* (ALCANTARA, 2017, n.p. l. 1.115).

Isto posto, inicialmente era necessário que o homem no ambiente virtual, de fato emergisse sua vontade através de um “clique”, para que a informação pretendida aparecesse, porém com os avanços tecnológicos, em especial da IA e a da *big data*, o paradigma mudou. Ora, por intermédio do perfil virtual, disponibilizado nas redes sociais, ou ainda do histórico de buscas do navegador o sinal está posto, e partir de então as informações começarão a chegar ao homem, independente do consentimento expresso.

Ricardo Luis Lorenzetti (2004, p. 24-26) trás em suas escritas características da internet, como um local que é aberto para qualquer um poder acessar; interativo, já que o usuário gera dados, navega e estabelece relações; internacional, transcendendo barreira nacionais; tem uma configuração auto-referente, ou seja, não possui uma autoridade central; gera suas próprias regras e costumes; local onde acelera-se o tempo; permite comunicação em tempo real e desterritorialização das relações jurídicas; diminui custo de transações.

Posto todas essas características, há de notar que se trata de um local com peculiaridades próprias, capaz de criar novas visões sobre situações comuns, como a compra e venda de produtos, relacionamentos e busca de informação.

O autor Eric Hobsbawm em sua obra “A Era dos Extremos”, busca compreender e indicar marcos teóricos de fatos ocorridos no século XX, em especial as duas grandes guerras, assim como o colapso da URSS. É verdade que o autor não pretende colocar um ponto final ao período histórico, tratando-o como encerrado, até porque não é possível saber o que virá a

seguir (1995, p. 15). Assim, não é possível observar os fatos e relações sob uma ótica sólida, estática e puramente moderna. Logo, com a expressão “tudo o que é sólido se desmancha no ar”, Marx vai anunciar o sentido da modernidade como experiência de dessacralização da natureza, das relações e instituições sociais, onde tudo é profanado, e o homem, visto como ser histórico e social é, então, entregue a si mesmo para imprimir sua marca no mundo, criando uma nova ordem, por meio do pensamento e da ação social e política (BEZERRA, 2012, p. 180).

A mudança social do estado sólido para o líquido, segundo Bauman tem como marco década de 1960, haja vista as mudanças ocorridas (DA SILVA, 2017, p. 3), dentre elas as ocorridas no seio familiar e no trabalho.

Nesse sentido, na segunda metade do século XX a família passou por modificações acentuadas, da qual teve com papel preponderante a questão de gênero e a condição feminina, visto que até então a sexualidade do casal era vivenciada de forma ampla e estimulada pelo homem, porém o mesmo não ocorria para com as mulheres. Gradativamente, a condição da mulher, foi sendo alterada, podendo citar o direito ao voto, a diminuição do índice de analfabetismo e o surgimento da pílula anticoncepcional (HINTZ, 2001, p. 3).

Diante desse cenário de transformações os avanços tecnológicos passaram a fazer parte do cotidiano dos relacionamentos humanos. Assim, os aparelhos eletrônicos (computadores e celulares), dentre outros conectados, dos quais se utiliza a expressão “internet das coisas”, contribuem para desafiar e modificar os relacionamentos. Logo, exige-se que o homem reformule seus significados e valores, o tempo despendido no convívio e nos relacionamentos, seja físico ou virtual (HINTZ, 2001, p. 5).

Logo, é raso compreender os relacionamentos contemporâneos ou pós-modernos, como aqueles que estão abertos a laços afetivos. Pelo contrário, seguindo a regra de Heidegger, conforme aponta Bauman, as coisas só se revelam à consciência por meio das frustrações que provocam, desaparecendo, fracassando, comportando-se de forma inadequada (BAUMAN, 2004, p. 9).

Compreender o exposto é entender porque muitas relações amorosas não têm sido consideradas plenas e satisfatórias. Nesse mar, se inserem dentre outros motores, um verdadeiro “boom do aconselhamento”. Não há dúvidas que se trata de um assunto de difícil complexidade, motivo pelo qual até compreensível a busca por auxílio, visto que a agitação, a procura de um melhor caminho, a escolha entre a atração e a repulsão, a esperança e os temores, causam verdadeira paralisia e a incapacidade de agir.

Muito se espera, dos ditos “especialistas” é a solução do problema, como se fosse uma equação matemática, ir não ir, fazer ou não fazer, quando trata-se muitas vezes de comer o bolo e ao mesmo tempo conservá-lo. Assim, pretende-se desfrutar das doces delícias de um relacionamento evitando simultaneamente, seus momentos mais amargos, (BAUMAN, 2004, p. 10).

Se por um lado Eric Hobsbawn se utilizou da expressão “era dos extremos”, na pós-contemporaneidade anunciada por Bauman pode-se pensar em uma verdadeira “era dos aplicativos”, na qual o homem está conectado e em rede, exercendo atividades que antes realizava apenas fisicamente.

Por intermédio dos aplicativos de celulares “Apps” é possível se exercitar, pedir comidas, rezar, interagir com amigos, se relacionar amorosamente e inclusive beber água.

Assim, existem aplicativos que indicam quais as atividades físicas que o homem deve realizar controlando inclusive o tempo e velocidade e até mesmo os batimentos cardíacos, como o “*Home Workout: Gym Fitness Everyday*”. A própria conexão espiritual do homem passou a ser realizada por intermédio dos aplicativos, o qual é capaz além de fornecer textos e reflexões, como o “Orações Católicas – Liturgia Diária – Santo do Dia”, pode também indicar para qual lado se encontra “Meca”, como o “*Islam: Qibla*”.

Chega-se ao absurdo do homem utilizar aplicativos para lembra-lo de consumir água, indicando a quantidade necessária por dia, como ocorre com o aplicativo “Tomar água”. Ora, com os relacionamentos amorosos não ocorre de forma diferente, vez que o homem alimenta sua vaidade através de “*matches*” e “*likes*”, criando muitas vezes um mar de expectativas e frustrações.

É verdade que culpa pela “reificação” do homem e a “fetichização” das coisas não pode ser atribuída apenas a internet, haja vista que está é fruto dos hábitos homem. Logo, o problema não é a internet em si, mas como forma como é utilizada pelo homem. Assim, o consumismo desenfreado de objetos e relações é uma tentativa frustrada de se atingir a “*eudaimonia*”.

Na sociedade de consumo tudo é descartável, desde os bens materiais até as próprias pessoas, pois, os relacionamentos são mais frágeis, menos duráveis, inclusive, nem são feitos para durar.

A vontade dos indivíduos que se relacionam já é programada, ou de certa forma a condicionada a compreender que existe um prazo de validade para o relacionamento. O que de certa forma evita que sejam criadas expectativas, porém não afasta a ansiedade, pelo

contrário, na medida em que os laços tendem a se tornar mais sólidos o medo de eventuais frustrações, ou de se “amarrar” toma conta, fazendo com que a pessoa sofra por antecipação.

Nesse sentido, o conceito de obsolescência programada aplicado ao mercado de consumo, compreendida como a decisão do produtor de propositadamente desenvolver, fabricar, um produto para consumo de forma que se torne obsoleto ou não-funcional pode ser aplicado também aos relacionamentos líquidos, haja vista que o homem previamente ao se relacionar, já atribui um prazo de validade para o respectivo relacionamento, muitas vezes aguardando um novo indivíduo ou ainda “de olho no mercado”.

Para ilustrar isso, recorre-se à mitologia (DA SILVA, p. 2017, p. 66):

Tântalo, filho de Zeus era um ser humano que havia ousado desafiar a sabedoria divina, ao adquirir e compartilhar um conhecimento proibido à humanidade. Então, recebeu a punição divina de ficar eternamente mergulhado num regato e quando tivesse sede e tentasse beber a água, esta desaparecia. Quando ficasse com fome e fosse pegar algumas frutas que estavam amarradas numa coroa em sua cabeça, o vento as levaria para longe.

A mensagem do mito é que a felicidade se encontra na inocência. Quando perderem a inocência, os seres humanos não serão mais felizes. Não se satisfarão com o que já têm sempre buscando mais e cada vez menos satisfeitos quando conseguirem os seus desejos, pois quando os realizarem, o seu apetite não ficará satisfeito e procurarão outros objetos de apreço para buscar (FRAGOSO, 2011, p. 115).

Nesse sentido, na modernidade líquida, pensa-se ainda que as relações são como automóveis e que devem passar por revisões regulares, para que continuem funcionando bem. Nessa medida, relacionar-se para muitos é uma armadilha, pois ao se comprometerem, ainda que com entusiasmo, lembra-se que estarão fechando as portas para novas oportunidades românticas, as quais podem ser mais satisfatórias para o “consumo” (BAUMAN, 2004, P. 10).

Outrossim, para a compreensão dos relacionamentos virtuais da pós-modernidade (BAUMAN, 2004, n.p. l. 104-109), pode-se recorrer à visão dos antigos:

Se lhes perguntassem, os habitantes de Leônia, uma das cidades invisíveis de Ítalo Calvino, diriam que sua paixão é “desfrutar coisas novas e diferentes”: De fato. A cada manhã eles “vestem roupas novas em folha, tiram latas fechadas do mais recente modelo de geladeira, ouvindo jingles recém-lançados na estação de rádio mais quente do momento”. Mas a cada manhã “as sobras da Leônia de ontem aguardam pelo caminhão de lixo” e cabe indagar se a verdadeira paixão dos leonianos na verdade não seria “o prazer de expelir, descartar, limpar-se de uma impureza recorrente”. Caso contrário, por que os varredores de rua seriam “recebidos como anjos” mesmo que sua missão fosse “cercada de um silêncio respeitoso” (o que é compreensível: “ninguém quer voltar a pensar em coisas que já foram rejeitadas”)?

Assim questiona-se será que os habitantes da pós-modernidade líquida são exatamente como os de Leônia, preocupados com uma coisa, porém falando de outra.

4. NOVAS ATRIBUIÇÕES JURÍDICAS SURGIDAS COM O USO DA INTERNET

Compreendido no capítulo anterior as implicações do ambiente virtual na pós-modernidade, especialmente na forma como o homem utiliza a internet e os aplicativos para consumir e se relacionar, há se questionar as consequências jurídicas decorrentes destes comportamentos.

É verdade que com a globalização, a internet tem se tornado cada vez mais acessível, assim como o consumo no ambiente virtual vem deixando de ser tabu. Neste cenário, o homem no ambiente virtual é um ser dotado de desejos e procura supri-los ao adquirir produtos e serviços pela internet, dentre outras formas.

Nesse sentido o contrato eletrônico é instrumento frequente para a realização de negócios jurídicos no ambiente virtual, ao passo que o homem ora é consumidor, ora fornecedor.

Insculpido neste papel, ao homem que compra e vende pela internet, aplica-se as relações de consumo, com normas dispostas no Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990).

Independentemente de o homem estar inserido no ambiente virtual, “consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”, conforme art. 2º do C.D.C., enquanto que fornecedor é “toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, bem como entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção e comercialização de produtos ou prestação de serviços”, conforme art. 3º do C.D.C.

Entre os principais direitos do consumidor no ambiente virtual, importante destacar o direito ao arrependimento. Segundo Cláudia Lima Marques, (2002, p. 703) o direito de arrependimento foi instituído para proteger a declaração de vontade do consumidor, para que essa possa ser decidida e refletida com calma, de forma a resguardá-la das técnicas agressivas de vendas a domicílio.

Assim, o art. 49 do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8078 de 11 de setembro de 1990) prevê que “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”.

Nesse sentido, ainda que exista o conceito de estabelecimento comercial virtual, a norma consumerista se refere ao estabelecimento comercial físico. Logo, é garantido o direito de arrependimento ao consumidor que realiza tanto a compra de produtos ou serviços seja pela internet ou pelo telefone.

Cavaliere Filho (2008, p. 135) entende que o direito de arrependimento se trata, portanto, de “um direito potestativo do consumidor, que pode ser manifestado sem qualquer justificativa, ao qual o fornecedor está submisso”.

Quando se pensa nas obrigações do fornecedor na internet, incumbe expor que este não está isento das obrigações inerentes ao dever de informação nas publicidades que disponibiliza no ambiente virtual.

Por outro lado, são direitos básicos do consumidor a informação clara e adequada dos produtos e serviços, devendo conter nas artes disponibilizadas na internet, seja nas páginas ou aplicativos a especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem, conforme art. 6, inciso III do CDC.

Isto posto, na visão de Paulo Luiz Netto Lobo (1986, p. 130):

O direito à informação e o respectivo dever de informar têm raiz histórica na boa-fé, mas adquiriram autonomia própria, ante a tendência crescente do Estado Social de proteção ou tutela jurídica dos figurantes vulneráveis das relações jurídicas obrigacionais. Indo além da equivalência jurídica meramente formal, o direito presume a vulnerabilidade jurídica daqueles que a experiência indicou como mais frequentemente lesados pelo poder negocial dominante, tais como o trabalhador, o inquilino, o consumidor, o aderente. Nessas situações de vulnerabilidade, torna-se mais exigente o dever de informar daquele que se encontra em situação favorável no domínio das informações, de modo a compensar a deficiência do outro. O dever de informar é exigível antes, durante e após a relação jurídica obrigacional.

Ademais, quando se pensa no direito à informação, cumpre salientar que este não é irrestrito, principalmente porque muitas vezes não versa sobre um produto ou serviço, mas de informações pessoais dos usuários da rede, refletindo de forma direta na privacidade destes no ambiente virtual.

De acordo com Tulio Lima Vianna (2006, n.p.), a privacidade decorre a tutela de três diferentes interesses jurídicos: o direito de não ser monitorado, o direito de não ser registrado e o direito de não ser reconhecido. Nesse sentido, a Constituição Federal atribui como direito fundamental a inviabilidade da intimidade, da vida privada da honra e da imagem das pessoas, conforme art. 5, inciso V.

Nesse panorama, um assunto muito discutido atualmente, inicialmente na Europa, a qual foi precursora, diz respeito à proteção do direito à privacidade no ambiente virtual, eis que as informações ali inseridas, (redes sociais e sites), podem ser utilizados indevidamente por hackers ou empresas, para fins comerciais, de modo a identificar o perfil do indivíduo, suas preferências de consumo, preferências políticas, sexuais, entre outros, tudo isso sem o seu consentimento, motivo pelo qual o Parlamento Europeu e o Conselho da União Europeia editaram a diretiva 95/46/CE, sobre a proteção de dados pessoais, o que posteriormente veio a se solidificar com a GDPR – *General Data Protection Regulation* (EU 679/2016).

No Brasil, a Lei 12.965/2014 que regulou o chamado “Marco Civil da Internet”, estabeleceu princípios, garantias, direitos e deveres dos usuários, atendendo a uma obrigação do Estado de disciplinar os direitos comunicativos na era digital, sem que houvesse, por outro lado, violação de direitos humanos pelo Poder Público. Não é a toa que a Lei 12.965/2014 estabelece entre seus fundamentos os direitos humanos e o exercício da cidadania, art. 2, inciso II.

Dentro deste cenário e visando maior proteção aos dados pessoais do homem no ambiente virtual a Lei Geral de Proteção de Dados nº. 13.709/18 surgiu no Brasil como um novo marco legal, tanto para os titulares dos dados pessoais, quanto para as às instituições que realizam o tratamento de dados, tendo como regra de ouro o “consentimento”.

Antes mesmo da nova legislação, que ainda não se encontra em vigor, Pietro Perlingieri (2007, p. 240) já apontava certa preocupação sobre a temática:

As aplicações mais relevantes referem-se aos bancos de dados, em especial modo onde os dados não são somente recolhidos, mas também elaborados de maneira a combinando mais informações, selecionando-as com base nos critérios ou exigências diversas produz, uma informação- resultado suscetível de ser colocada no mercado para os usos mais variados possíveis, veja-se a importância para as empresas especializadas em vendas por correspondência, das carteiras da clientela selecionadas com base no rendimento ou nas preferências. EM relação a tais procedimentos, apresenta-se uma vasta série de problemas, ligados, sobretudo, à tutela da privacidade (*riservatezza*). Entre os aspectos de maior relevância recorda-se, o direito do sujeito de conhecer se informações a que ele se relacionam estão recolhidas em um arquivo eletrônico, a possibilidade de retificar informações inexatas ou de fazer cancelar informações reservadas, a necessidade de disciplinar a modalidade de acesso aos arquivos, a presença, em alguns casos, da obrigação de não utilizar as informações para finalidades diversa daquelas que justificam o seu recolhimento, a eventual proibição de comercializar as informações, a obrigação, quando for consentido extrair e publicar documentos do arquivo, de fazer resultar tal proveniência; a disciplina da responsabilidade no caso em que a informação arquivada resulte inexata ou incompleta.

Outra implicação frequente trazida pelo homem no ambiente virtual decorre da forma com que se relaciona, trazendo novos elementos e problemáticas para o direito de

família, seja para comprovar a existência ou inexistência de um namoro qualificado ou união estável.

Destarte, união estável não se confunde com o namoro qualificado, vez que para este inexistente regulamentação e *animus* de constituir família, nem se confunde com o casamento, ainda que tenha havido uma equiparação das entidades familiares.

Outrossim, a união estável se forma quando presentes os requisitos previstos em lei, especificamente os do artigo 1.723 do Código Civil brasileiro, podendo ser conceituada como: “a relação não eventual, pública e duradoura, entre o homem e a mulher, com o objetivo de constituir família”, conforme também aponta Maria Berenice Dias (2013, p. 179).

É verdade que o Superior Tribunal de Justiça por meio do informativo de jurisprudência 556, item 2, de 04.03.2015, consolidou entendimento que é prescindível a coabitação para a caracterização da união estável.

Por outro lado, há de se questionar se seria possível o reconhecimento de união estável, quando as partes mantêm exclusivamente ou preponderantemente relacionamento virtual. Neste cenário, as informações virtuais muitas vezes poderão dar os contornos necessários para o reconhecimento ou não, como por exemplo, o “*status*” nas redes sociais, se “solteiros”, “em relacionamento sério” ou “em união estável”. Igualmente, o “objetivo de constituir família”, também poderá ser demonstrado com declarações feitas nas redes sociais, tornando público o desejo de passar a vida juntos ou ter filhos. Por fim, a disponibilização de fotografias nas redes sociais também poderá repercutir no quesito “convivência pública”.

Ora, a intenção dos presentes questionamentos não é esgotar a temática, mas demonstrar as implicações da internet na vida do homem, o qual busca atribuir sentido e buscar a felicidade no ambiente virtual.

5. CONCLUSÕES

Com base em todo o exposto é possível constatar que o ser humano pode ser explicado dentro de suas múltiplas dimensões, as quais abarcam o tempo em que se vive, o modo como se vive e todas as demais características do homem. Dessa forma, a internet ou ainda o ambiente virtual se insere como mais uma dimensão na qual o homem busca atribuir sentido.

Destarte, o homem, como um ser hermeneuta, busca atribuir sentido tanto para os objetos, quando para si mesmo, buscando explicações e os porquês de sua existência, qual sua

função em sociedade e quais os caminhos para se buscar a eudaimonia, compreendida como felicidade.

Assim, o homem reconhece que interpretar corresponde a compreender. Deste modo, ao se questionar “o que é o homem” não se busca uma resposta simples, mas trata-se um enigma desafiador em que se espera que muito seja revelado, percebido e compreendido com a indagação.

Nesse sentido, compreende-se que a internet é um local criado pelo homem, o qual busca atribuir sentido para tudo que ocorre no interior da rede. O consumo no ambiente virtual é frequente, seja de objetos ou até mesmo de pessoas, se sobrepondo um universo cada vez mais individualista, ainda que se pretenda atribuir um julgamento de valor.

Outrossim, diante do cenário pós-moderno, em que tudo é fluido, identifica no homem inserido no ambiente virtual o sentimento de ambivalência, a qual é compreendida como a existência de dois valores de sentidos opostos ou ainda dois sentimentos que se opõem mutuamente.

Dessa forma, na sociedade de consumo tudo é descartável, desde os bens materiais até as próprias pessoas, visto que os frágeis relacionamentos não são feitos para durar. Trata-se, assim, da “era dos aplicativos”, em que o homem por intermédio dos “apps” busca satisfazer seus impulsos, adquirindo novas roupas, novos alimentos, novos relacionamentos.

Identifica-se no homem a ideia de obsolescência programada de suas próprias vontades, seja no consumo de produtos quanto de relacionamentos, haja vista que nada é feito para durar, de forma que sob pena de se tornar obsoleto, atribui-se prazo de validade.

Nesse sentido, a partir do comportamento humano que pretende desfrutar de tudo “novo”, cria-se a cultura do lixo, em que o velho é descartado, assim reflete se o prazer do homem inserido no ambiente virtual é a atração do “novo” ou o prazer do descarte, de limpar-se de uma impureza recorrente.

Na sequencia, ao refletir sobre as implicações do ambiente virtual na pós-modernidade restam consequências jurídicas para o comportamento do homem, conclui-se que o homem na “era dos aplicativos” é tanto consumidor, quanto fornecedor. Assim quando vende ou adquire produtos na internet devem estar ciente que deve observar as normas consumeristas do Código de Defesa do Consumidor, se atentando para o direito de informação no ambiente virtual e ainda para o direito de arrependimento.

Ademais, diante do consumo e dos relacionamentos virtuais a proteção ao direito à privacidade tem se tornado tema recorrente, vez que empresas e hackers, visando fins

econômicos, se utilizam dos dados pessoais dos internautas sem o respectivo consentimento, emergindo então a recente legislação GDPR e LGPD.

Por fim, não se pode esquecer-se das implicações do ambiente virtual no direito de famílias, em que se discute a existência exclusiva ou preponderante de namoros qualificados e uniões estáveis no ambiente virtual, em que os requisitos “convivência pública” e “animo de constituir família” podem ser demonstrados por intermédio das redes sociais.

São estes, de maneira sucinta, algumas das implicações jurídicas do ato do homem utilizar da internet para busca de sentido.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALCANTARA, Larissa Kakizaki de. **Big Data e Internet das Coisas: Desafios da Privacidade e da Proteção de dados no Direito Digital**. São Paulo. 2017.

AZEVEDO, Antônio Junqueira de. **Negócio jurídico: existência validade e eficácia**. 4ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor Líquido: sobre a fragilidade das relações humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

_____, **Amor Líquido: sobre a fragilidade das relações humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004. E-book. Edição do Kindle.

_____, **Tempos Líquidos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BETTI, Emilio. **Teoria Geral do Negócio Jurídico**. Tradução: Servanda Editora. Campinas: Servanda, 2008.

BEZERRA, Teresa Cristina Esmeralda. **Modernidade e pós-modernidade: Uma abordagem preliminar**. Textos e debates, v. 2, n. 13, 2012. Disponível em: <<https://revista.ufr.br/index.php/textosedebates/article/download/892/737>> Acesso em: 17 jan. 2020.

BITTAR, Eduardo C.B.; ALMEIDA, Guilherme Assis de. **Curso de Filosofia do Direito**. 11º Ed. São Paulo: Atlas, 2015.

BRASIL, Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Brasília: Congresso Nacional, 1990

_____. Lei nº 10.406 de 10 de janeiro de 2002. **Código Civil**. Brasília: Congresso Nacional, 2002.

_____. Lei 12.965 de 23 de abril de 2014. **Marco Civil da Internet**. Brasília: Congresso Nacional, 2014.

_____. Lei nº. 13.709 de 14 de agosto de 2018. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais**. Brasília: Congresso Nacional, 2018

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Direito do Consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008.

DA SILVA, Roselia Furman Carneiro; PEREIRA, Claudia Cristina; LUCASKI, Fernando Cesar Vellozo. **Análise da obra: Modernidade Líquida de Zygmunt Bauman**. Percurso, v. 2, n. 21, p. 62-68, 2017. Disponível em: <
<http://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/percurso/article/viewFile/2591/371371383>>.
Acesso em: 17 jan. 2020.

DE LUCCA, Newton. **Aspectos Atuais da Proteção aos Consumidores no Âmbito dos Contratos Informáticos e Telemáticos**. In DE LUCCA, Newton; SIMÃO, Adalberto Filho;(coords.) Direito & Internet Vol II. – Aspectos Jurídicos Relevantes - São Paulo: Quartier Latin, 2008.

FRAGOSO, Tiago de Oliveira. Modernidade líquida e liberdade consumidora: **o pensamento crítico de Zygmunt Bauman**. Revista Perspectivas Sociais. Pelotas, Ano 1, N. 1, p. 109-124, março/2011

GOMES, Sérgio Alves. **Hermenêutica Constitucional**. 3ª reimp. Curitiba: Juruá, 2011.

HINTZ, Helena Centeno. **Novos tempos, novas famílias?** Da modernidade à pós-modernidade. Pensando famílias, v. 3, n. 1, p. 8-19, 2001. Disponível em: <
https://www.researchgate.net/profile/Helena_Hintz/publication/320919866_Novos_tempos_novas_familias_Da_modernidade_a_pos-modernidade/data/5a0261ccaca2720df3ca982b/PF3HelenaHintzNovostemposnovasfamilias.pdf>. Acesso em: 17 jan. 2020.

HOBSBAWM, Eric J. Era dos Extremos: **o breve século XX 1914-1991**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

LÔBO, Paulo Luiz Netto. **O contrato: exigências e concepções atuais**. São Paulo: Saraiva, 1986.

LORENZETTI, Ricardo Luis. **Comércio Eletrônico**. Tradução de Fabiano Manke; notas de Claudia Lima Marques. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

MAGALHÃES FILHO, Glauco Barreira. **Curso de hermenêutica Jurídica**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2015.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 4º ed. rev., atual. e ampl, incluindo mais de 1.000 decisões jurisprudenciais. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2002.

Michael Dicionário de língua portuguesa. Significado de sentido. **Site dicionário brasileiro de língua portuguesa** Disponível em <
<http://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=Sentido> > Acesso em: 09 jan. 2020

_____, Significado de local. **Site dicionário brasileiro de língua portuguesa**. Disponível em < <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/LOCAL/>> Acesso em: 13 jan. 2020

NADER, Paulo. **Filosofia do Direito**. 26ª Ed. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2018.

PERLINGIERI, Pietro. Perfis do direito civil: **introdução ao direito civil constitucional**. Trad. Maria Cristina de Cicco. 3ª ed. Rio de Janeiro, Renovar, 2007.

REALE, Miguel. **Filosofia do Direito**. 20ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

ROVER, Aires José. Informática no Direito: **Inteligência Artificial**. 1. Ed. Curitiba: Jaruá, 2001.

TEIXEIRA, Tarcicio. **Curso de Direito e Processo Eletrônico: Doutrina Prática e Jurisprudência**. 4ª ed. Atua. e ampl. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

VIANNA, Túlio Lima. Transparência pública, opacidade privada: **o Direito como instrumento de limitação do poder na sociedade de controle**. Tese (Doutorado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade Federal do Paraná, Curitiba. 2006.