XIII ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI URUGUAI – MONTEVIDÉU

DIREITO E RELAÇÕES DE CONSUMO

FERNANDO DE BRITO ALVES

RUBENS BEÇAK

Copyright © 2024 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 - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - FMU – São Paulo
Diretor Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC – Santa Catarina
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 - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

Representante Discente: Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

Conselho Fiscal:
Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão
Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais
Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFERSA - Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Fernando Passos – UNIARA - São Paulo
Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo
Secretarias
Relações Institucionais:
Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná
Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia
Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal
Comunicação:
Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina
Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe
Relações Internacionais para o Continente Americano:
Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão
Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM – São Paulo
Relações Internacionais para os demais Continentes:
Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará
Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul
Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI – Santa Catarina
Eventos:
Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - FDF - São Paulo
Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina
Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

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

D597
DIREITO E RELAÇÕES DE CONSUMO
[Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI
Coordenadores: Fernando De Brito Alves, Rubens Beçak – Florianópolis: CONPEDI, 2024.
Inclui bibliografia
ISBN: 978-85-5505-965-0
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: ESTADO DE DERECHO, INVESTIGACIÓN JURÍDICA E INNOVACIÓN
1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – 2. Direito. 3. Relações de consumo. XIII ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI URUGUAI – MONTEVIDÉU (2: 2024 : Florianópolis, Brasil).
CDU: 34



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

XIII ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI URUGUAI – MONTEVIDÉU

DIREITO E RELAÇÕES DE CONSUMO

Apresentação

O CONPEDI realizou o XIII Encontro Internacional entre os dias 18, 19 e 20 de setembro de 2024, na encantadora cidade de Montevideo, Uruguai, cujo tema central foi o tema central será "Estado de Derecho, Investigación Jurídica e Innovación", e sediado pela Universidad de La República Uruguay, por meio da Facultad de Derecho.

O objetivo desse encontro internacional foi fortalecer a integração da pesquisa jurídica nacional com os países da América Latina. Uma oportunidade única para uma rica troca de experiências entre pesquisadores de diferentes países, promovendo a cooperação acadêmica e jurídica em toda a região.

A internacionalização dos programas de pós-graduação ocorre por meio de diversas estratégias que vão desde a mobilidade docente e discente, organização de eventos internacionais, publicações conjuntas entre outras, e incluem a participação em eventos internacionais de relevância para a área do Direito. A visibilização da pesquisa nacional por pesquisadores estrangeiros além de facilitar o compartilhamento de soluções jurídicas para problemas homólogos, pode induzir o impacto da produção nacional e a melhoria da qualidade dos programas.

Nesse contexto o Grupo de Trabalho sobre Direito e Relações de Consumo I contou com a exposição de 13 artigos, que podem ser agrupados em quatro eixos temáticos distintos: i) temas transversais de direito do consumidor, que abordou questões atuais das relações de consumo nos seus aspectos de regulação, relações transnacionais, e responsabilidade pela reparação de danos; ii) o tema da inteligência artificial e a vulnerabilidade do consumidor, que abordou questões relacionadas a dignidade da pessoa humana, proteção da pessoa idosa, superendividamento entre outros; iii) o tema do direito consumidor na era digital, o impacto da inteligência artificial nas relações de consumo, o direito à informação; iv) e por fim o tema da obsolescência programada e a violação aos direitos do consumidor.

Verificou-se que os trabalhos apresentados guardaram estrita pertinência temática com o tema geral do evento e abordou questões relevantes para a compreensão do direito do consumidor e das relações de consumo contemporâneas.

Nesse contexto convidamos a todos para a leitura dos textos.

Montevideo, primavera de 2024.

Prof. Dr. Fernando de Brito Alves

Universidade Estadual do Norte do Paraná

Prof. Dr. Rubens Beçak

Universidade de São Paulo

O HIPERCONSUMO NA SOCIEDADE MODERNA: SHARENTING NAS REDES SOCIAIS

HYPERCONSUMPTION IN MODERN SOCIETY: SHARENTING ON SOCIAL NETWORKS

Letícia Frankenberger de Souza [1]
Priscila Zeni De Sa [2]
Ivone Fernandes Morcilo Lixa [3]

Resumo

A contemporaneidade, desenha um retrato intrigante das dinâmicas sociais permeadas por um estado constante de exaustão. Em meio a esse contexto, emergem dois fenômenos notáveis que caracterizam a era digital: o sharenting, e o hiperconsumo. Esses dois fenômenos culminam no que é o tema de pesquisa em análise: a interligação entre a sociedade contemporânea, conforme descrita por Byung-Chul Han em "A Sociedade do Cansaço", e os dois fenômenos emergentes. Em meio a esse contexto da era digital é que surge o problema de pesquisa: qual a influência nos padrões de comportamento gerada pela intersecção entre cansaço, o sharenting e o hiperconsumo? A hipótese levantada é que da análise culminará na identificação de pontos de interseção entre o cansaço, o sharenting e o hiperconsumo, compreendendo como esses fenômenos se alimentam mutuamente, formando um ciclo complexo que influencia os padrões de comportamento e as aspirações individuais na contemporaneidade. O objetivo geral está em demonstrar o que é cansaço, sharenting e hiperconsumo e as complexas interações entre os elementos entrelaçam-se, moldando a experiência humana no século XXI.

Palavras-chave: Sociedade do cansaço, Hiperconsumo, Sharenting, Consumismo, Mídias sociais

Abstract/Resumen/Résumé

Contemporary times paint an intriguing portrait of social dynamics permeated by a constant state of exhaustion. In this context, two notable phenomena emerge that characterize the digital era: sharenting and hyperconsumption. These two phenomena culminate in what is the research theme under analysis: the interconnection between contemporary society, as

[1] Mestranda do PPGD/FURB. Bolsista de pesquisa CAPES. e-mail institucional: leticiafrankenberger@furb.br .

[2] Doutora em Direito pela Unisinos. Líder do Grupo de pesquisa PLURIDIMENSIONALIDADE DO DIREITO PRIVADO CONTEMPORÂNEO. Líder desde 2021 da REDE AGENDAS do Direito Civil Constitucional. E-mail institucional: priscilasa@furb.br .

[3] Doutora em Derechos Humanos y Desarrollo – Universidad Pablo de Olavide (2008). Professora visitante do Programa de Mestrado em Direitos Humanos na UASLP/México. Pesquisadora GT-Clacso.

described by Byung-Chul Han in "The Fatigue Society", and the two emerging phenomena. In the midst of this context of the digital era, the research problem arises: what is the influence on behavior patterns generated by the intersection between fatigue, sharenting and hyperconsumption? The hypothesis raised is that the analysis will culminate in the identification of points of intersection between tiredness, sharing and hyperconsumption, understanding how these phenomena feed each other, forming a complex cycle that influences behavior patterns and individual aspirations in contemporary times. The general objective is to demonstrate what fatigue, sharenting and hyperconsumption are and the complex interactions between the elements intertwine, shaping the human experience in the 21st century.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Tiredness society, Hyperconsumption, Sharenting, Consumerism, Social media

INTRODUÇÃO

A entrada para o século XXI é marcada por profundas e irreversíveis mudanças nas relações sociopolíticas, culturais e econômicas com a emergência do ciber espaço o qual, sem uso de violência explícita, exerce um tipo de poder inédito que condiciona vontades pela via da automação composta por dispositivos, elementos e espaços "inteligentes" ligados em rede, caracterizando o que chama Shoshana Zuboff de "capitalismo da vigilância" (2021).

Segundo a referida autora, o capitalismo da vigilância é uma nova forma do capitalismo no qual os capitalistas e seus agentes de mercado empenham-se na busca permanente de modificar comportamentos transformando-os em matéria-prima gratuita.

Nesse novo espaço de relações de dominação as chamadas big techs – grandes corporações do ramo da tecnologia digital movimentam setores estratégicos de controle de aplicativos e serviços em nuvem, produtos e acúmulo de dados, à exemplo da Amazon, Apple, Microsoft e Facebook, dentre outras – caracterizando um tipo de monopolização e apropriação do tempo de trabalho, dos desejos, ideias e comportamentos humanos que jamais foram vistas na história. Como chama a atenção Faustino e Lippold (2023) as inovações avançam e exploram as capacidades humanas para além de capacidades naturais.

Assim, inovações como o metaverso são espaços não apenas de disputa de mercado de entretenimento virtual, mas o controle de nichos de mercado (Faustino e Lippold, 2023, p.77). Disputa que extrapola o campo econômico transferindo-se também para o econômico, ideológico e político.

É nesse contexto contemporâneo que se desenha um retrato intrigante das dinâmicas sociais permeadas por um estado constante de exaustão.

Em meio a esse contexto, emergem dois fenômenos notáveis que caracterizam a era digital: o *sharenting*, uma prática incessante de compartilhamento nas redes sociais, e o hiperconsumo, uma voraz busca por acumulação material, tais fenômenos culminam no tema de pesquisa em análise a interligação entre a sociedade contemporânea, conforme descrita por Byung-Chul Han em "A Sociedade do Cansaço".

Nesse contexto da era digital é que surge o problema de pesquisa: qual a influência nos padrões de comportamento gerada pela intersecção entre cansaço, o *sharenting* e o hiperconsumo?

A hipótese levantada é que da análise culminará na identificação de pontos de interseção entre o cansaço, o *sharenting* e o hiperconsumo, compreendendo como esses

fenômenos se alimentam mutuamente, formando um ciclo complexo que influencia os padrões de comportamento e as aspirações individuais na contemporaneidade.

O objetivo geral está em demonstrar o que é cansaço, *sharenting* e hiperconsumo e as complexas interações entre os elementos entrelaçam-se, moldando a experiência humana no século XXI.

Os objetivos específicos estão em: a) examinar as raízes do cansaço na sociedade atual e como ele influencia a busca incessante por produtividade; b) investigar as práticas de consumo intensivo e suas implicações ambientais; c) discutir os motivos subjacentes ao constante compartilhamento de informações pessoais e experiências nas redes sociais, e suas repercussões na saúde mental; e d) analisar a intersecção entre sociedade do cansaço, hiperconsumo e *sharenting*.

Como método de abordagem será utilizado o método dedutivo. Para a pesquisa será seguido o método Monográfico. Técnicas de Pesquisa: Documental e bibliográfica.

A justificativa de pesquisa reside em que ao desvendar essa intricada teia de relações, será proporcionada uma compreensão mais profunda das forças que moldam a sociedade atual, lançando luz sobre as implicações sociais, psicológicas e ambientais dessa interconexão entre cansaço, *sharenting* e hiperconsumo.

Inicialmente será analisado o cansaço crônico, que está longe de ser um fenômeno isolado, e está enraizado na busca incessante por produtividade e realizações na sociedade contemporânea.

Este cansaço, por sua vez, encontra pontos de convergência com o shareting, onde a validação social e a construção da identidade digital se tornam estratégias de enfrentamento.

O hiperconsumo, por sua vez, é alimentado por essa dinâmica, criando um ciclo onde o materialismo e a acumulação tornam-se meios de escape e validação.

A busca por validação online pode intensificar o desejo por consumo desenfreado, contribuindo para uma cultura de descarte e acelerando a degradação ambiental.

Além disso, a pressão constante por produtividade pode levar a níveis preocupantes de exaustão, impactando negativamente a saúde mental.

Ainda é analisado a interseção entre sociedade do cansaço, sharenting e hiperconsumo, analisando as interinfluências entre cada fenômeno.

2. SOCIEDADE MODERNA NA SOCIEDADE DO CANSAÇO

Byung-Chul Han, em sua obra "A Sociedade do Cansaço", delineia um panorama intrigante da contemporaneidade, revelando uma sociedade saturada por um cansaço profundo e persistente que inibe a capacidade de decisão (2017, p. 75).

Essa exaustão não é apenas física, mas também psicológica, caracterizada por uma pressão incessante por produtividade e realização (Han, 2017, p. 70).

O cerne deste capítulo é desvendar as dinâmicas do cansaço descritas por Han e sua influência na formação da sociedade atual.

Han argumenta que, ao contrário da sociedade disciplinar anterior, onde a repressão era central, vivemos agora em uma sociedade de desempenho, onde a pressão para produzir é internalizada (Han, 2017, p. 23).

Essa sociedade disciplinar é demonstrada com clareza através da ideia do *panapiction* através de uma perspectiva intrigante para compreender as dinâmicas disciplinares que contribuem para a sociedade do cansaço.

Ocorre uma mudança de perspectiva em que a sociedade entra numa esfera de vigilância permanente, essa atmosfera causa nos indivíduos uma sensação de que alguém exerce sobre eles um poder e que, enquanto exerce esse poder, tem a possibilidade tanto de vigiar quanto de constituir, sobre aqueles que vigia, a respeito deles, um saber (Foucault, 2003, p. 88).

Através dessa cultura contemporânea, impulsionada pela incessante busca pela produtividade, é efetivamente criado um ambiente propício para o cansaço em que o sujeito de desempenho causa sua auto exploração em busca de resultados mais efetivos, não necessitando mais de um *panapcition* de vigilância e produção (Han, 2017, p. 96-97).

A constante demanda por resultados tangíveis, muitas vezes exacerbada pelas tecnologias digitais, intensifica a pressão sobre os indivíduos, levando a uma exaustão que transcende o físico (Han, 2017, p. 91).

Han sugere que o cansaço está ligado à sociedade contemporânea, formando um ponto crucial para entender as raízes dos fenômenos subsequentes, como o shareting e o hiperconsumo na medida em que nos fazemos de importantes nas redes sociais através da produção de informações e do consumo de informações transformando tudo numa loja comercial de informações, uma economia *sharing* com uma validade cada vez menor (Han, 2017, p. 126-127).

Tal sociedade do cansaço em evolução da sociedade disciplinar, já não ocorre pelo isolamento do *panapction* e sim pela transformação do isolamento em comunicação, em dados a serem compartilhados (Han, 2022, p. 09).

Han ainda defende que:

> Transparência e informação têm o mesmo significado. A sociedade da informação é a sociedade da transparência. [...]. não são as pessoas que são realmente livres, mas as informações. O paradoxo da sociedade de informação é as pessoas estão aprisionadas nas informações (2022, p. 14).

A partir do capitalismo de vigilância, diretamente ligando ao capitalismo de informação, que passa a enxergar uma possibilidade de estabelecer domínio através da informação divulgada pelo consumidor (Zuboff, 2021, p. 72).

Pelo capitalismo de vigilância o mundo digital cria uma necessidade de vida, e ao atender tais necessidades obtém se dados comportamentais em função do lucro alheio. De forma que uma necessidade de acumulação se liga ao capitalismo dominante na sociedade (Zuboff, 2021, p. 73).

Desse modo a sociedade de informação incentiva a produção de informações nas redes sociais, gerando uma necessidade de produção extrema desenvolvendo cada vez até o apogeu da sociedade do cansaço.

Assim é visível a compreensão mais profunda das complexas dinâmicas do cansaço, e uma base sólida para explorar a interseção entre o cansaço, o *sharenting* e o hiperconsumo.

Este mergulho na sociedade do cansaço gera contextos valiosos para desvendar os mecanismos que moldam a experiência humana na contemporaneidade.

Desse modo, a sociedade de informação demonstra que em junççãao com o capitalismo de vigilância obtém informações e dados de comportamento dos usuários para criar uma necessidade de acúmulo de bens materiais, que obrigam a pessoa a ser chefe de si mesma para realizar os desejos almejados influenciados pelo marketing do capitalismo.

3. HIPERCONSUMO E AS REDES SOCIAIS

O hiperconsumo se destaca como um fenômeno intrínseco à sociedade contemporânea, caracterizado por uma busca incessante por bens materiais e uma mentalidade de acumulação constante, com foco na procura num objetivo centralizado no consumidor (Lipovetsky, 2007, p. 12-13).

O hiperconsumo refere-se à prática de consumir de maneira intensiva, muitas vezes além das necessidades básicas, impulsionada por uma cultura de materialismo e busca incessante por novas experiências (Lipovetsky, 2007, p. 20).

Com a transformação que a sociedade contemporânea atravessou em decorrência dos debates acerca das instituições privadas de base, que surge uma sociedade de hiperconsumo, em face de uma construção de marca e de sociedade de consumo, que gera uma massificação de consumo e democratização dos desejos, para no fim através de um consumo globalizado tornar um objetivo a satisfação pessoal que nunca será alcançada na sociedade do consumo, assim culminando na sociedade do hiperconsumo (Fachin, 2015, p. 108-109).

Tal massificação de democratização ao acesso de bens mercantis, demonstra a dinâmica de produtos duráveis e não duráveis e o desejo de consumo criado pelo marketing (Lipovetsky, 2007, p. 28).

A partir de uma compreensão da sociedade do espetáculo em que através de uma dominação da sociedade derivada da economia é a degradação do ser para o ter (Debord, 2017, p. 41-42).

Debord (2017, p. 162) expõe que:

> O espetáculo é a ideologia por excelência, porque expõe e manifesta em sua plenitude a essência de todo sistema ideológico: o empobrecimento, a sujeição e a negação da vida real. O espetáculo é, materialmente, "a expressão da separação e do afastamento entre o homem e o homem".

As redes sociais demonstram ter grande importância de influência no hiperconsumo, rede social deriva de um conceito de rede (*network*) que é um sistema de elos e nodos, numa estrutura sem fronteiras em torno de valores e interesses compartilhados (Marteleto, 2001, p. 72).

Mudando para as mídias sociais que geram um consumo de informações em que se cria a necessidade de adequação e um incentivo ao consumo, pelo espetáculo, e pelas aparências.

Através de uma ressignificação da pessoa é que se almeja o desenvolvimento humano e não mais o patrimônio, que encontra contraponto no hiperconsumo que tem objetivo o desejo a ser criado na pessoa (Fachin, 2015, p. 58-59).

O consumismo tem a visão de que deve incentivar as pessoas a se agradarem por meio do hiperconsumo criando a visão dos produtos e serviços como itens positivos (Harari, 2015, p. 358).

A sociedade contemporânea, inundada por uma variedade de produtos, incentiva o consumo desenfreado sem uma necessária ajuda do comerciante, em busca de uma constante renovação de bens e é ampliada pela compra compulsiva e a rápida obsolescência programada, através da compra pelo nome ou marca (Lipovetsky, 2007, p. 29-30).

Nessas feições de sociedade de hiperconsumo é que o consumidor é movido pelo temor do envelhecimento das sensações busca se renovar o que sente ou o que almeja sentir, gerando principalmente no público jovem uma construção de identidade no que está estampado na publicidade televisada na família plástica (Fachin, 2015, 157).

Por essa lógica, a economia capitalista moderna tende a aumentar a produção constantemente se quiser sobreviver. Ocorre que só produzir não é suficiente existe a necessidade da compra dos produtos, essa necessidade de comprar é a ética das indústrias o famoso consumismo (Harari, 2015, p. 357).

O consumismo é compreendido nas sociedades ocidentais capitalistas como um ato de consumir pelo status, sem necessidade de modo a invadir a própria noção de dignidade, e "está diretamente imbricado no imaginário e na construção da identidade: passa-se a ser o que se compra, usa, como produto em si e marca do produtor daquilo que se adquire e expõe" (Engelmann, Fornasier, 2013, p. 03).

Através da automação das máquinas se abriu um campo maior de vigilância pelos capitalistas, de modo a incentivar, persuadir, sintonizar e arrebanhar comportamento em busca de resultados lucrativos em que passaram a conhecer e prever nosso comportamento, desse modo moldando o comportamento em escala para comprar o que estão vendendo automatizando o pensamento em larga escala (Zuboff, 2021, p. 23).

Com a vigilância comercial que foi aprimorada pelo *google* e o advento da internet que se tornou essencial na sociedade e tornamo-nos dependentes está no cerne do projeto do capitalismo de vigilância tornando ineficaz uma luta contra as audazes incursões do sistema (Zuboff, 2021, p. 26).

Em decorrência de uma sociedade de hiperconsumo, é que o direito necessita empreender uma expedição em busca de uma precaução e prevenção do superendividamento para alçar uma possibilidade através "do direito diante *do consumo que o consumo consome*" (Fachin, 2015, p. 122).

O hiperconsumo contribui para tensões sociais e desigualdades. Tal busca por status social incentivada pela sociedade capitalista intensifica as disparidades econômicas, criando divisões na sociedade.

O capitalismo de vigilância tem grande influência no comportamento humano em larga escala, um exemplo desse fenômeno é o aplicativo *Pokémon Go* que através de mapas do Google de modo a produzir "fontes contínuas de superávit comportamental; e provendo dados

novos para elaborar o mapeamento do espaço interior, exterior, público e privado" (Zuboff, 2012, p. 374-375).

O hiperconsumo, por sua vez, é alimentado por essa dinâmica, criando um ciclo onde o materialismo e a acumulação tornam-se meios de escape e validação.

O capitalismo de vigilância, a partir do jogo *Pokémon Go* demonstra que tem a capacidade de operar em conjunto no mundo real e no mundo virtual, podendo moldar o comportamento do indivíduo na ação presente e passando a prever o comportamento futuro (Zuboff, 2021, p. 381).

Em função de novos anúncios e visuais é que se encontra "o coração da publicidade trabalham os próprios princípios da moda: a originalidade a qualquer preço, a mudança permanente, o efêmero" demonstrando que a informação rápida ganha forma não ficando muito tempo parado dormindo no ponto, evitando ser invisível (Lipovetsky, 2014, p. 255).

Pela inexorável logica do capitalismo, no momento em a informação é digitalizada deixam de existir as fronteiras entre as redes sociais, em que a produção digital e distribuição de informações é polivalente. Em que todo o consumo de bens de mídias é quase inteiramente online exigindo uma distribuição dos bens em suas versões digitais, e o físico caindo em desuso (Carr, 2011, p. 98).

Observamos como a busca por validação online pode intensificar o desejo por consumo desenfreado, contribuindo para uma cultura de descarte e acelerando a degradação ambiental. Além disso, a pressão constante por produtividade pode levar a níveis preocupantes de exaustão, impactando negativamente a saúde mental.

4. SHARETING

No ambiente digital, o shareting emerge como um fenômeno intrínseco à sociedade contemporânea, moldando a maneira como indivíduos compartilham experiências e constroem suas identidades online.

O *shareting* vem da junção dos dois termos em inglês *share* (compartilhar) e *parenting* (paternidade), de modo que o *sharenting* tem como significado de compartilhamento e de criação de conteúdo "nas mídias digitais por mães, pais ou cuidadores a partir do comportamento ou imagens de seus filhos, de maneira habitual e excessiva" (Instituto ALANA, 2021).

O termo "*sharenting*" refere-se à prática constante de compartilhar detalhes da vida cotidiana, conquistas, desafios e até mesmo momentos íntimos nas plataformas de mídias sociais (Lichter, 2012).

Por ser um fenômeno que surgiu na contemporaneidade o *sharenting* tem características claras do direito de liberdade de expressão que pode ser realizado pelos pais (Eberlin, 2017, p. 270).

Quando tal exposição tem traços de exagero de informações das crianças, tem a necessidade de adotar medidas para controlar o comportamento dos pais em relação à privacidade das crianças (Eberlin, 2017, p. 270).

Essa necessidade de compartilhamento ficou mais popular à medida que a internet se tornou popular, em decorrência de sua essencialidade para o seu "trabalho, escola ou vida social, e, frequentemente, para todos os três" (Carr, 2011, p. 18).

Uma das maiores influências atuais na construção da identidade digital é o *sharenting* tendo em vista que os indivíduos selecionam e compartilham partes específicas de suas vidas, moldam ativamente a percepção que os outros têm deles.

Essa construção de identidade digital, muitas vezes, está atrelada à busca por aprovação e aceitação.

Hoje em dia nos produzimos para nos destacarmos nas redes sociais para nos fazermos de importantes para uma produção mais acelerada de informações, pois só tem sentido quando vistas e expostas nos transformando em mercadorias (Han, 2017, p. 125-126).

Ao nos moldarmos com mercadorias nos aprofundamos no hipercapitalismo e no hiperconsumismo, cada vez nos aproximando de ser produto das relações comerciais (Han, 2017, p. 127).

Com o advento da internet o funcionamento do cérebro passou a ser mudado, um dos maiores fatores é a dificuldade de concentração por mais que alguns minutos, com uma maior incidência de distração e de necessidade de informações mais rápidas, de forma a sempre querer mais a necessidade de estar conectado (Carr, 2011, p. 24).

O *sharenting* ajuda a criar uma marca de excelência social no mundo real e uma necessidade de seguir o que se faz, e de adotar as mudanças de vida de elite, através de uma moda de face superficial (Lipovetsky, 2014, p. 44).

As mensagens subliminares que podem surgir nas redes sociais quando programas com cautela não deixam dúvida de que ao transpor a tela dos dispositivos e adentrando a vida diária

de centenas de milhares de usuários ingênuos previsivelmente acionou qualidades específicas de expressão emocional (Zuboff, 2021, p. 363).

O espetáculo através dos artifícios de personalidade criativa, criam uma imagem surpreendente que incentiva o consumo pela quebra da perfeição pelo prazer e liberdade individual (Lipovetsky, 2014, p. 176).

Tal fenômeno foi ficando cada vez mais comum em redes sociais, através de vídeos curtos no *instagram*, *facebook* e pelo próprio surgimento do *tiktok*, em que a informação é nova a cada minuto.

Nessas redes a busca por validação através de likes, comentários e compartilhamentos cria uma pressão psicológica significativa, a qual contribui para ansiedade, depressão e sentimentos de inadequação.

Em decorrência das novas tecnologias, estas que governam a "produção e o consumo, que guiam os comportamentos das pessoas e que moldam suas percepções", que "o futuro do conhecimento e da cultura não mais está nos livros ou jornais, está nos arquivos digitais disparados no nosso meio universal à velocidade da luz" (Carr, 2011, p. 98).

Pela fragmentação de conteúdo disponibilizado nas redes sociais é evidenciado os padrões de consumo incentivados pele internet de oferecer mais escolhas e uma livre aquisição de conteúdo (Carr, 2011, p. 102-103).

Através de uma sociedade de vigilância e de um sistema auto panóptico o sharenting, tem sua forma mais definida em função da necessidade criada de se divulgar, de ter o sentimento de estar sendo observado pela sociedade, de ter sua vida como exemplo e molde a ser seguido.

Assim nos é permitido compreender suas raízes do *sharenting* na era digital, suas motivações e impactos, e estabelecer as bases para a análise da interseção entre o shareting, o cansaço e o hiperconsumo.

5. INTERSEÇÃO ENTRE CANSAÇO, SHARETING E HIPERCONSUMO

Ao cruzar as fronteiras dos capítulos anteriores, este segmento busca identificar os pontos de convergência entre o cansaço crônico, o *sharenting* constante e o hiperconsumo desenfreado.

Essa interseção revela como esses fenômenos se influenciam mutuamente, criando uma teia complexa que molda os comportamentos e aspirações individuais na contemporaneidade.

Em virtude da pressão constante por produtividade, esta pode impulsionar o desejo de validação e sucesso social, intensificando o compartilhamento online e a busca por experiências materialistas.

Através de uma economia do compartilhamento (*sharing economy*) é que a uberização do trabalho ganha forma e se junta ao *Just in time* da força de trabalho e cria uma supervalorização e dominação econômica sobre as classes mais fracas em determinados territórios e países (Faustino e Lippold, 2023, p. 74).

As informações são transformadas em ativos econômicos e são reproduzidas pelas corporações que armazenam os dados e padrões sociais com objetivo de mercantiza-las. Dessa forma, ganha corpo uma ciborguização objetificada da experiência e da sensação de realidade no universo digital (Faustino e Lippold, 2023, p. 77).

O cansaço crônico decorre de uma busca por satisfação pessoal através do *sharenting* e do hiperconsumo, em decorrência dessa interseção é que os reflexos na saúde mental, a pressão por produtividade, a busca por validação online e o consumo desenfreado contribuem diretamente para os desafios psicológicos enfrentados pelos indivíduos na sociedade contemporânea.

O capitalismo de vigilância cria a necessidade do hiperconsumo de informações e através dos seus agentes de mercado transforma os comportamentos humanos em matéria-prima gratuita de dados (Zuboff, 2021).

O novo panóptico é composto de nós mesmos e se torna muito mais poderoso, pois através do smartphone e da tecnologia mobile em consequência de ser empresário de si, o almejar ser seu próprio chefe (Faustino e Lippold, 2023, p. 155).

Como Zuboff (2021, p. 554) preleciona “O capitalismo de vigilância, como sugeri, depende, em vez disso, da exploração e do controle da natureza humana. O mercado nos reduz ao nosso comportamento, transformado em outra mercadoria fictícia e embalada para o consumo dos outros”.

A sociedade de vigilância cria a necessidade de seguir uma moda que atravessem regras, mas que tenha espaço para as manifestações pessoais “é preciso ser como os outros e não inteiramente como eles” (Lipovetsky, 2014, p. 59).

Ocorre que o intrínseco que “está na raiz do consumo é a rivalidade dos homens, o amor-próprio que os leva a querer comparar-se vantajosamente aos outros e prevalecer sobre eles” (Lipovetsky, 2014, p. 75).

A moda vestuário é a primeira manifestação do consumo homogêneo de massa que ultrapassa as fronteiras, e se liga aos ciclos das coleções sazonais, criando a necessidade de compra da última moda, do que é o desfile mais recente, que padroniza comportamentos de consumo até a atualidade (Lipovetsky, 2014, p. 102).

Quando a internet absorve uma mídia, molda a sua imagem, pois são reformatadas e reposicionadas nas distribuições online realizadas pelas mídias tradicionais eletrônicas, através dos hiperlinks de conteúdo quebrando o conteúdo em porções buscáveis curtas moldando a forma que utilizamos, experimentamos e compreendemos o conteúdo divulgado (Carr, 2011, p. 98-99).

Através da conscientização, a educação e mudanças nas normas sociais é que podemos contribuir para um equilíbrio mais saudável entre o cansaço, o shareting e o hiperconsumo.

As big techs como a Google, lucram diretamente baseadas na velocidade do consumo de informações que obtém na internet pelos sites e links que clicamos, possibilitando a coleta de dados para suprir a necessidade com anúncios e seu “sistema de propaganda, além disso, é explicitamente projetado para descobrir quais mensagens têm a maior probabilidade de captar a nossa atenção e então colocar essas mensagens no nosso campo de visão”. (Carr, 2011, p. 168).

O contexto revela as complexas relações entre o cansaço crônico, o sharenting e o hiperconsumo, lançando luz sobre como esses fenômenos coexistem e se retroalimentam na sociedade contemporânea.

Essa análise profunda proporciona uma compreensão abrangente das forças que moldam as experiências individuais e coletivas neste cenário complexo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao encerrar esta análise sobre a interseção entre o cansaço crônico, o *sharenting* e o hiperconsumo na sociedade contemporânea, emerge uma compreensão complexa das forças que moldam as experiências humanas no século XXI. Os padrões de comportamento delineados por Byung-Chul Han em "A Sociedade do Cansaço" tornam-se entrelaçados de maneira intrincada com os fenômenos emergentes de compartilhamento constante e consumo desenfreado.

Em meio ao contexto da era digital é que surgiu o problema de pesquisa: qual a influência nos padrões de comportamento gerada pela intersecção entre cansaço, o *sharenting* e o hiperconsumo?

A hipótese levantada é que da análise culminará na identificação de pontos de interseção entre o cansaço, o *sharenting* e o hiperconsumo, compreendendo como esses fenômenos se alimentam mutuamente, formando um ciclo complexo que influencia os padrões de comportamento e as aspirações individuais na contemporaneidade.

Com a pesquisa elaborada restou a hipótese provada.

Revisitando as análises, identificamos que o cansaço crônico, longe de ser um fenômeno isolado, está profundamente enraizado na busca incessante por produtividade e realizações na sociedade contemporânea.

Está sociedade contemporânea em ligação com o capitalismo de vigilância, cria padrões de vida e de moda a serem seguidos e almejados por todos que querem estar dentro dos padrões com o seu toque pessoal.

Este cansaço, por sua vez, encontra pontos de convergência com o *sharenting*, onde a validação social e a construção da identidade digital se tornam estratégias de enfrentamento.

O hiperconsumo, por sua vez, é alimentado por essa dinâmica, criando um ciclo onde o materialismo e a acumulação tornam-se meios de escape e validação.

A moda criada pelo sharenting dentro das redes sociais e de influencia do capitalismo de vigilância, cria objetivos de hiperconsumo a serem divulgados online quando conquistados, num fluxo intenso de informações e de chegar num padrão que muda constantemente.

Observamos como a busca por validação online pode intensificar o desejo por consumo desenfreado, contribuindo para uma cultura de descarte e acelerando a degradação ambiental. Além disso, a pressão constante por produtividade pode levar a níveis preocupantes de exaustão, impactando negativamente a saúde mental.

O consumo é agravado pela produtividade que é exigida para alcançar o objetivo desejado, que esta na última moda.

A pesquisa tem importância atual ao trabalhar com problemas e que estão a caras e cores ao vivo nas redes sociais em que os influenciadores esbanjam padrões de vida numa sociedade de consumo e vigilância, apresentando personagens de sucesso e com sonhos realizados.

Ao contemplar esses achados, é imperativo considerar mudanças significativas. A conscientização sobre as interconexões entre cansaço, *sharenting* e hiperconsumo é o primeiro passo para uma sociedade mais saudável e equilibrada.

A educação, tanto nas esferas individual quanto coletiva, pode ser uma ferramenta poderosa para promover escolhas mais conscientes e sustentáveis.

Este estudo não é apenas um exercício acadêmico, mas um chamado à ação. Encorajamos a reflexão individual e coletiva sobre nossas práticas diárias, incentivando uma abordagem mais equilibrada em relação ao trabalho, compartilhamento e consumo.

A sociedade do cansaço, quando confrontada de maneira consciente, pode evoluir para uma sociedade mais sustentável, saudável e conectada.

Concluímos que a interseção entre o cansaço, o *sharenting* e o hiperconsumo é um campo fértil para a compreensão das dinâmicas contemporâneas. Neste cenário complexo, a busca por um equilíbrio saudável entre produtividade, interação digital e consumo consciente é crucial para forjar um futuro mais sustentável e compassivo.

Este estudo, ao lançar luz sobre essas interações, visa contribuir para uma sociedade mais consciente e resiliente diante dos desafios da era moderna.

Com o estudo realizado fica evidenciado como o capitalismo de vigilância tem destaque na atual sociedade em que nossos dados estão enraizados nas redes sociais, e que o consumo é altamente influenciado pelo que se é divulgado com base nos dados obtidos pelas big techs.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARR, Nicholas. A geração superficial: o que a internet está fazendo com os nossos cérebros. Tradução de Mônica Gagliotti Fortunato Friaça. Rio de Janeiro: Agir, 2011.

DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. trad. Estela dos Santos Abreu. pról. Christian Ferrer. - 2 ed. - Rio de Janeiro: Contraponto, 2017.

EBERLIN, Fernando Büscher von Teschenhausen. Sharenting, liberdade de expressão e privacidade de crianças no ambiente digital: o papel dos provedores de aplicação no cenário jurídico brasileiro. Rev. Bras. Polít. Públicas, Brasília, v. 7, nº 3, 2017 p. 255-273.

ENGELMANN, Wilson. FORNASIER, Mateus de Oliveira. Superendividamento e dignidade: um enfoque hermenêutico do instrumental técnico de exacerbação do hiperconsumo no sociedade contemporânea à luz do direito do consumidor brasileiro. Revista de Direito do Consumidor, vol. 88/2013, p. 259-290, jul -ago, 2013.

FACHIN, Luiz Edson. Direito civil: sentidos, transformações e fim. Rio de Janeiro: Renovar, 2015.

FAUSTINO, Deivison; LIPPOLD, Walter. Colonialismo Digital – por uma crítica Hacker-Fanoniana. São Paulo: Bointempo, 2023.

FOUCAULT, Michel. A verdade e as formas jurídicas. 3ª Ed. Tradução: Roberto Cabral de Melo Machado e Eduardo Jardim Morais. Rio de Janeiro: Nau Ed., 2003.

HAN, Byung-Chul. Infocracia: digitalização e a crise da democracia. Trad. Gabriel S. Philipson. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2022.

HAN, Byung-Chul. Sociedade do Cansaço. Trad. Enio Paulo Giachini. 2ª Ed. ampliada. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2017.

HARARI, Yuval Noah. Sapiens: uma breve história da humanidade. Tradução de Janaina Marcoantonio. 1. ed. – Porto Alegre, RS: L&PM, 2015.

INSTITUTO ALANA. Glossário - Shareting. Disponível em: https://alana.org.br/glossario/sharenting/. Acesso em 20 de mai. de 2024.

LICHTER, Alisson. Oversharenting: Parents Juggle Their Kids' Lives Online. The Wall Street Journal. Disponível em: https://www.wsj.com/articles/BL-JB-15164. Acesso em 27 de mai. de 2024.

LIPOVETSKY, Gilles. A felicidade paradoxal: ensaio sociedade de hiperconsumo. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia de Bolso, 2014.

MARTELETO, Regina Maria. Analise de redes sociais – aplicação nos estudos de transferência da informação. Ci. Inf., Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, jan./abr. 2001.

ZUBOFF, Shoshana. A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Tradução de George Schlesinger. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.