

III ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

MARIANA RIBEIRO SANTIAGO

SINARA LACERDA ANDRADE CALOCHE

ROBERTO CORREIA DA SILVA GOMES CALDAS

CLAUDIA LIMA MARQUES

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

Diretora Executiva - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini - UNIVEM/FMU - São Paulo

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

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

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

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Representante Discente:

Prof. Dra. Sinara Lacerda Andrade - UNIMAR/FEPODI - São Paulo

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - ESDHC - Minas Gerais

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

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - Ceará

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Daniela Marques De Moraes - UNB - Distrito Federal

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM - São Paulo

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie - São Paulo

Comunicação:

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - Paraíba

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro - UNOESC - Santa Catarina

Relações Internacionais para o Continente Americano:

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

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

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

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Prof. Dr. José Barroso Filho - ENAJUM

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - São Paulo

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

Eventos:

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - Minas Gerais

Profa. Dra. Cinthia Obladen de Almendra Freitas - PUC - Paraná

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - Mato Grosso do Sul

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

D597

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

Coordenadores: Claudia Lima Marques; Mariana Ribeiro Santiago; Roberto Correia da Silva Gomes Caldas

Sinara Lacerda Andrade Caloche – Florianópolis: CONPEDI, 2021.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-322-1

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

Tema: Saúde: segurança humana para a democracia

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Globalização. 3. Relações de consumo. III Encontro Virtual do CONPEDI (1: 2021 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



III ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Apresentação

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

É com imensa 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 III ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI, realizado por meio de plataformas digitais, entre os dias 23 a 28 de junho de 2021, com a temática “SAÚDE: SEGURANÇA HUMANA PARA A DEMOCRACIA”.

Os aludidos trabalhos, de incontestável relevância para a pesquisa jurídica no Brasil, demonstram notável rigor técnico, sensibilidade e originalidade, com reflexões sobre as relações de consumo, abordando temas relevantíssimos no que concerne a: hipervulnerabilidade do consumidor; desdobramentos do mercado digital; direito do consumidor e pandemia SARS-COV-2; proteção de dados; relação de consumo na sociedade da informação; publicidade infantil; consumo e relações de poder, direito do consumidor na telemedicina; globalização e comércio internacional; capitalismo de vigilância e privacidade; comércio eletrônico e isolamento social; meio ambiente e sociedade de risco; superendividamento; termo de consentimento e relação médico-paciente; ações civis públicas e planos de saúde e, por fim, rotulagem nutricional sob a perspectiva dos direitos à informação, da personalidade e fundamentais.

Evidente que questões da contemporaneidade implicam um olhar atento para o direito das relações de consumo, mas, ainda, extrapolam tal viés, com claro impacto nos segmentos ambiental, social, econômico, político e sanitário, envolvendo as figuras do Estado, do consumidor e da empresa, demandando uma análise integrada e interdisciplinar. De tal modo, os temas tratados são de extremo valor e muito contribuem para a pesquisa científica jurídica.

Nesta obra, os autores Mariana Silva Porfírio, Jonatas Miguel de Matos e Tereza Serrate de Campos dedicaram-se à análise da “HIPERVULNERABILIDADE DO REFUGIADO NA CONDIÇÃO DE CONSUMIDOR”. Com uma temática inovadora, os autores Leonardo Rabeti Venâncio, Marcos Vinícius de Jesus Miotto e Daniel Barile da Silveira investigaram “A INEVITABILIDADE DE UPGRADE DO CDC À NOVA PERSPECTIVA DO

MERCADO DIGITAL”. O autor Archimedes Serra Pedreira Franco debruçou-se sobre “A NECESSÁRIA ROTULAGEM DOS ALIMENTOS TRANSGÊNICOS COMO UM PRESSUPOSTO DA GARANTIA DO DIREITO À INFORMAÇÃO”. O objeto de pesquisa do autor Vitor Greijal Sardas foi “A PANDEMIA SARS-COV-2 E SEUS IMPACTOS NO DIREITO DO CONSUMIDOR”. A temática escolhida pelos autores Duarte Moura e Danúbia Patrícia De Paiva foi “A PROTEÇÃO DOS DADOS PESSOAIS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO”. A autora Danúbia Patrícia de Paiva investigou “AS DIFICULDADES DE SE GARANTIR UMA ESCOLHA RACIONAL E CONSCIENTE DO CONSUMIDOR NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO”. A autora Jaqueline Bezerra da Silva discorreu sobre “AS NORMAS E REGULAMENTAÇÕES DE PROTEÇÃO À PUBLICIDADE DIRIGIDA AO PÚBLICO INFANTIL NO DIREITO BRASILEIRO: ANÁLISE DO LEADING CASE “É A HORA DO SHREK” (RESP 1.588.56/SP).” As autoras Antonia Georgelia Carvalho Frota e Renata Albuquerque Lima examinaram o instigante universo das “RELAÇÕES DE PODER E A VIDA HUMANA TRANSFORMADA EM OBJETO DE CONSUMO”. A dupla de autores Franco Scortegagna e Hellen Sudbrack trataram da relação entre o “CONSUMIDOR: (IN)EFICIÊNCIA NA CONCRETIZAÇÃO DE DIREITOS”. Os autores Cristina Anita Schumann Lerenio Terzidis e Devanildo de Amorim Souza trouxeram luz à temática da “SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO: DO COMÉRCIO TRADICIONAL AO E-COMERCE E À RELAÇÃO CONSUMERISTA”. Os autores Pamilhan Araújo Fortaleza da Silva, Augusto Martinez Perez Filho e Edmundo Alves De Oliveira inquiriram os desdobramentos do “DIREITO DO CONSUMIDOR NA TELEMEDICINA À LUZ DA GESTÃO DE CONFLITOS”. Já as autoras Monique de Medeiros Fidelis e Michelle de Medeiros Fidélis investigaram o universo da “FAIR TRADE E OS EFEITOS NEGATIVOS DA GLOBALIZAÇÃO: UM BREVE RELATO SOBRE OS DESAFIOS ENFRENTADOS NO ÂMBITO DO COMÉRCIO INTERNACIONAL”. As pesquisadoras Suzy Elizabeth Cavalcante Koury e Lis Arrais Oliveira indagaram sobre as consequências de “O CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA E A MODULAÇÃO DO COMPORTAMENTO HUMANO: HÁ LIBERDADE DE ESCOLHA DO CONSUMIDOR NO ESPAÇO VIRTUAL?” Os autores James Silva Zagato e Jean de Melo Vaz analisaram “O INCREMENTO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO DECORRENTE DA NECESSIDADE DE ISOLAMENTO SOCIAL E A IMPORTÂNCIA DO SISTEMA JURÍDICO NORMATIVO DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR”. Sob uma perspectiva ambiental, a pesquisadora Joana D’Arc Dias Martins experienciou “O MEIO AMBIENTE NO CONTEXTO DA SOCIEDADE DE RISCO: DANOS PROVOCADOS PELO HIPERCONSUMO E A EFICIÊNCIA DA TRIBUTAÇÃO ECOLÓGICAMENTE DIRIGIDA”. Os autores Paulo Sergio Velten Pereira e Clayrtha Raissa Nascimento Goncalves elegeram a temática do “SUPERENDIVIDAMENTO NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO”. Inseridos no contexto da pandemia, os pesquisadores Paula Susana de Carvalho Viana e Fabrício

Vasconcelos de Oliveira investigaram “O TERMO DE CONSENTIMENTO INFORMADO NA CIRURGIA PLÁSTICA ESTÉTICA: UMA FERRAMENTA ESSENCIAL NA PROTEÇÃO DE DIREITOS NA RELAÇÃO MÉDICO-PACIENTE”. Ainda sob o mesmo contexto social, os autores Andréa Dyane Nogueira Mendes e Fabrício Vasconcelos de Oliveira pesquisaram a “PANDEMIA E DIREITO DO CONSUMIDOR: ANÁLISE DAS AÇÕES CIVIS PÚBLICAS CONTRA OS PLANOS DE SAÚDE E COOPERATIVAS EM BELÉM”. A pesquisadora Náina Ariana Souza Tumelero debruçou seus esforços na observação da “PERFILIZAÇÃO E COLETA DE DADOS COMPORTAMENTAIS: AS POLÍTICAS DE PRIVACIDADE DA GOOGLE PELA ÓTICA CONSUMERISTA NO CAPITALISMO DA VIGILÂNCIA”. Sob uma temática atemporal, as autoras Ana Luiza Colzani e Thais Costa de Magalhães exploraram a “PUBLICIDADE, DESENVOLVIMENTO E HIPERVULNERABILIDADE INFANTIL” e, encerrando os debates do nosso Grupo de Trabalho, os autores, Marina Weiss Gonçalves e Oscar Ivan Prux estruturaram a temática da “ROTULAGEM NUTRICIONAL DE ALIMENTOS E SUA RELAÇÃO COM OS DIREITOS DA PERSONALIDADE E COM OS DIREITOS FUNDAMENTAIS”.

Em suas abordagens, observa-se que os autores e autoras utilizaram referenciais teóricos refinados sobre sociedade de consumo, sociedade de risco, sociedade da informação, sociedade em rede, globalização e capitalismo de vigilância, o que realça o aspecto acadêmico e técnico do evento e o comprometimento dos pesquisadores e pesquisadoras com a valorização da pesquisa científica jurídica nacional.

Nesse prisma, a presente obra coletiva, de inegável valor científico, demonstra tecnicidade, por meio de uma visão lúcida e avançada sobre questões do direito das relações de consumo, suas problemáticas, sutilezas e importância para a defesa de uma sociedade mais igualitária e justa às futuras gerações, pelo que certamente logrará êxito junto à comunidade acadêmica.

Boa leitura!

Profª Drª Claudia Lima Marques

Profª Drª Mariana Ribeiro Santiago

Prof. Dr. Roberto Correia da Silva Gomes Caldas

Profª Drª. Sinara Lacerda Andrade Caloche

**O INCREMENTO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO DECORRENTE DA
NECESSIDADE DE ISOLAMENTO SOCIAL E A IMPORTÂNCIA DO SISTEMA
JURÍDICO NORMATIVO DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR**

**THE INCREASE IN E-COMMERCE RESULTING FROM THE NECESSITY OF
SOCIAL ISOLATION AND THE IMPORTANCE OF THE NORMATIVE LEGAL
SYSTEM OF CONSUMER PROTECTION**

**James Silva Zagato
Jean de Melo Vaz**

Resumo

O presente artigo propõe a analisar e discutir a importância e o crescimento vertiginoso do comércio eletrônico como decorrência dos efeitos da pandemia gerada pelo COVID-19 notadamente da necessidade de isolamento social, a reforçar a importância do sistema jurídico normativo de proteção ao consumidor frente a estas demandas atuais. Aplica-se o método jurídico-sociológico e o raciocínio dedutivo em uma revisão bibliográfica e documental, com o escopo de analisar a realidade social de consumo e de risco, com suas problemáticas, a requerer e reafirmar a necessidade e a pertinência do sistema jurídico normativo protetivo de defesa do consumidor.

Palavras-chave: Isolamento social, Consumo, Comércio eletrônico, Direito do consumidor, Proteção

Abstract/Resumen/Résumé

This article analyzes and discusses the importance and the vertiginous growth of e-commerce as a result of the effects of the pandemic by COVID-19, notably the necessary social isolation, reinforcing the importance of the normative legal system of consumer protection in the face of these current demands. The legal-sociological method and the deductive approach is applied in a bibliographic and documental review, with the scope of analyzing the social reality of consumption and risk, with its problems, to require and reaffirm the necessity and pertinence of the normative legal system of consumer protection.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Social isolation. consumption, E-commerce, Consumer law, Protection

1. Introdução

A nova realidade social que surgiu após o alastramento da COVID-19 em todo o mundo a partir do final de 2019, em Wuhan, província da China, alterou a realidade social e o comportamento humano em níveis importantes e em âmbito global.

Níveis alarmantes de contágio e de mortalidade pela doença em todo o mundo impuseram a decretação de um alarme de pandemia mundial que demandou duríssimas medidas sanitárias de segurança para contenção em todos os níveis governamentais, com restrições severas e antipopulares.

Paralelamente, as recomendações dos órgãos gerais e locais de saúde em todos os níveis governamentais realizaram pesquisas conjuntas e multidisciplinares, e implementaram protocolos e medidas preventivas para assegurar a incolumidade das pessoas em geral.

Essas medidas incluíram o isolamento social e o fechamento dos prédios físicos dos estabelecimentos comerciais e empresariais como algumas das soluções viáveis para conter o contágio pelo vírus e proteger o bem maior, que é a vida humana, carreando consigo reflexos negativos na economia que podem culminar com o empobrecimento da população mundial.

Neste cenário, a prática comercial em ambiente virtual conhecida como comércio eletrônico ou e-commerce, passou a ser praticamente a principal e mais importante alternativa para assegurar a incolumidade das pessoas e, ao mesmo tempo, viabilizar em níveis minimamente suficientes e satisfatórios o comércio, a troca de titularidade, posse ou fruição dos bens e serviços com valor econômico ou não, que caracterizam a sociedade pós-moderna.

Estes fenômenos da vida humana em sociedade são tão intensamente presentes no cotidiano, que (2008, p. 19) e Beck (1986; 2010, p. 28) chegaram a identificá-la como a sociedade do consumo e do risco, respectivamente.

A presença desses elementos, consumo e risco, cresceram juntamente e em paralelo com a viabilização do comércio eletrônico através das redes e da internet, e aumentaram substancialmente com a imposição das restrições decorrentes da pandemia, notadamente com a necessidade de isolamento social.

Esses acontecimentos parecem confirmar as teses de Bauman (2008, p. 19) e Beck (1986; 2010, p. 28), permitindo que o presente artigo fizesse uma análise desses fenômenos sociológicos para demonstrar a necessidade e a pertinência da existência e da aplicação do

sistema jurídico normativo de proteção do consumidor como instrumento para equilibrar a vida em sociedade, proteger bens jurídicos, estabelecer bases aceitáveis de efetivação de negócios no comércio entre as partes contratantes, reafirmando importantes princípios e conceitos do Direito do Consumidor como fator de validação e estruturação nas relações de consumo e da organização social.

O presente artigo, portanto, discute a temática do Direito, globalização e relações de consumo no cenário da pandemia COVID-19, com suas implicações jurídico-sociológicas, de forma objetiva, sucinta e direta, sendo que de forma introdutória, delimita-se a problemática enfrentada como sendo a realidade social da pandemia e da imposição das medidas sanitárias restritivas, principalmente o isolamento social e o fechamento dos estabelecimentos físicos comerciais e empresariais que sufocaram a atividade econômica e comercial de forma substancial no mundo todo.

O artigo desenvolve-se recortando a importância do comércio eletrônico enquanto prática comercial do mundo pós-moderno, suas demandas no seio social, e seu impacto nos hábitos dos consumidores, prosseguindo para analisar o incremento do comércio eletrônico e a utilização do ambiente virtual como resposta para a problemática apresentada, situação esta bastante evidente sob o prisma fático.

A pesquisa também destaca a necessidade e a pertinência da existência e aplicação de um sistema jurídico normativo de defesa do consumidor para controlar os riscos inerentes à utilização massiva do ambiente virtual nas relações sociais dada a sua característica inerente de despersonalização do contrato, bem como, para equilibrar as relações contratuais, negociais e comerciais entre as partes, reafirmando a importância desse sistema e de seu constante aperfeiçoamento na prevenção e reparação de danos, objetivando o resguardo de direitos fundamentais da pessoa humana, tanto na esfera individual quanto coletivamente.

2. A importância do comércio eletrônico

O comércio é uma atividade social que remonta à Antiguidade, decorrente da impossibilidade dos indivíduos de saciar todas as suas necessidades e a conseqüente aproximação uns dos outros para efetivar a troca de todo o excedente obtido e acumulado mediante o emprego de sua força de trabalho.

Em linhas bastantes reducionistas, essa espécie de relacionamento ou atividade social é composta geralmente pelo trio formado por consumidores, fornecedores e o produto.

A intensificação dessas atividades comerciais ocorreu paralelamente ao próprio aumento populacional mundial, com o incremento das necessidades de todos e das consequentes trocas, que se desenvolveram, evoluindo de meras trocas para vendas.

Perfazendo um salto e um recorte histórico, a revolução industrial enquanto fenômeno histórico social é um marco dos mais importantes, como bem destacou SENISE LISBOA (2007, p.114) ao esclarecer que:

“Desde o século XVIII e até nossos dias, dentre as inúmeras revoluções socioeconômicas, uma se tornou incontestavelmente um ‘divisor de águas’ na vida privada, enquanto que uma outra já vem sendo amplamente divulgada, em face da introdução das novas tecnologias. São elas: A Revolução Industrial e a Revolução Informacional”.

Ainda nessa senda, o saudoso professor destaca que a revolução industrial buscou alcançar o desenvolvimento da produção de bens corpóreos, ao passo que a revolução informacional que se seguiu o fez com relação aos bens incorpóreos (2007, p. 118).

BARRETO JÚNIOR (2007, p.61) evidencia que alterações na estrutura social e movimentos de mudança cultural, política e econômica provocam transformações também nas estruturas jurídicas.

O direito de propriedade era o mais importante para a sociedade, pois determinava o senhorio e o direito de uso, gozo e fruição dos bens de capital, da produção e dos bens corpóreos, evoluindo para os bens incorpóreos, e ao cabo, para a informação enquanto objeto negociável e com significância econômica a afluir riquezas para os seus possuidores, perfazem um cenário atual que dá concretude ao formato preponderante do comércio na sociedade informacional: o comércio eletrônico ou *e-commerce*.

Antes de entrar no mérito para melhor conceituar o comércio eletrônico ou *e-commerce*, é oportuno destacar que historicamente, as relações negociais e comerciais eram tuteladas juridicamente pelo Código Civil e pelo extinto Código Comercial, uma vez que as relações de consumo eram entendidas como uma manifestação da relação obrigacional comum, um contrato como qualquer outro, sem distinguir as partes em fornecedor e consumidor.

O abismo existente entre os possuidores dos bens de capital, da produção, identificados como fornecedores, em relação à outra parte contratante, o consumidor, passou e ser notado e

a demandar um tratamento legal mais específico, que melhor equalizasse a relação contratual de consumo.

Assim, dentre muitas definições, o comércio eletrônico pode ser compreendido como “toda a atividade consumerista que usa da troca de informação e dados por meio do espaço virtual propiciado pela internet” (FERREIRA, V. H. do A; JENSEN, V. de S; 2012).

Maria Eugênia Finkelstein (2011, p. 25), por sua vez, entende “que o comércio eletrônico nada mais é do que uma modalidade de compra a distância, na qual são recebidas e transmitidas informações por meio eletrônico”.

MARQUES (2003, p. 47-48) detalha mais a respeito da conceituação do comércio eletrônico, especificando que “Autores alemães denominam o comércio eletrônico de ‘colocação eletrônica à distância’ de produtos e serviços (*elektronische Fernabsatz*), de ‘negócio eletrônico’ (*elektronische Geschaeftsverkehr*), ou de negócios através da Internet (*Geschaefts-verkehr überdas Internet*). A doutrina brasileira prefere denominá-los ‘contratos eletrônicos’, ‘contratos por computador’.

O comércio eletrônico é também uma nova modalidade de comunicação, que aproxima o consumidor da oferta de bens e serviços de forma remota. A transação à distância possibilita imprimir mais agilidade na atividade comercial, com maior velocidade para os atos mercantis e redução de custos administrativos, valendo ainda destacar como característica marcante a ausência de fronteiras geográficas.

O comércio eletrônico, portanto, reúne todos esses elementos históricos, culturais, sociais, jurídicos e econômicos, perfazendo-se em uma roupagem atualizada do contrato que pode ser entabulado entre as partes, geralmente uma avença de compra e venda, mas sem excluir outras modalidades, utilizando-se das redes de comunicação e das transmissões por computador, ou seja, do ambiente virtual, e sem a presença física simultânea das partes contratantes.

Estes contratos eletrônicos deveriam preservar, ao menos em tese, seus principais elementos constitutivos, tais como a consensualidade, o aceite, a tradição da coisa (entrega ou *delivery*). Ocorrem com muita frequência tanto entre empresários (*business-to-business* ou *B2B*) como também entre fornecedores e consumidores (*business-to-consumer* ou *B2C*).

O fato é que a utilização da internet passou a ser cultural, de modo que desde as necessidades mais básicas como alimentação, hodiernamente, são efetuadas através de aplicativos e do ambiente virtual.

A popularização da internet e de equipamentos que viabilizam sua utilização, tais como *smartphones* e *tablets*, é verificada até mesmo entre o público infantil, em larga escala.

Inúmeras transações comerciais pelo ambiente virtual ocorrem simultaneamente, todos os dias e em todas as faixas de horários, desde a compra e venda de alimentos para um almoço ou um simples lanche, até a compra de um jogo infantil para ser usufruído no *smartphone* por uma criança.

A internet e o ambiente virtual se confundem com o presente e o futuro da vida em sociedade. Neste sentido, demonstra-se apropriado o posicionamento de Tarcísio Teixeira (2015, p. 19):

O comércio eletrônico ou e-commerce representa parte do presente e do futuro do comércio. Existem várias oportunidades de negócio espalhadas pela internet, além de muitas que são criadas em todo momento. É bem provável que uma pesquisa de preços na internet traga não só o menor preço, como também melhores opções de bens. E, apesar do gargalo representado pelo “analfabetismo digital” de uma grande parcela da população, o e-commerce já desponta junto a uma geração que nasceu com o computador “no colo” ou “nas mãos”. O crescimento do número de internautas na última década é espantoso.

De um lado, um volume imenso de transações e contratações eletrônicas são realizadas, e de outro, os riscos inerentes destas operações também demandam a tutela jurídica protetiva da parte vulnerável e hipossuficiente, o consumidor.

O comércio eletrônico é, portanto, uma realidade social, comportamental, jurídica, cultural, histórica, que se entremeia com a sociedade. Gera empregos, renda, riquezas, status, visibilidade, praticidade, dentre muitos outros benefícios.

Sua prática e toda a gama de reflexos que o circundam são de inafastável importância, tanto que a sociedade poder ser caracterizada sociologicamente como uma sociedade de consumidores.

3. O incremento do comércio eletrônico durante o isolamento social causado pela pandemia da COVID-19

A partir de dezembro de 2019, na província de Wuhan, na China, passou a ser noticiado o alastramento do contágio por um vírus da família *Coronaviridae* que passou a ser identificado

como Sars Cov-2 por ser o agente patogênico responsável por causar uma síndrome respiratória aguda grave.

A doença se espalhou a nível global rapidamente, ficando conhecida como COVID-19 (Corona Virus Disease 2019).

Altos índices de contágio e taxas assustadoras de mortalidade pela doença deixaram o mundo atônito, e demandaram medidas imediatas de contenção daquilo que a esta altura já era uma pandemia.

A Organização Mundial da Saúde – OMS emitiu Declaração de Emergência em Saúde Pública de Importância Internacional em 30 de janeiro de 2020, e em 11 de março de 2020, alarme de pandemia, recomendando medidas de isolamento social como uma das principais formas de conter ou evitar o contágio pelo *coronavirus*.

A situação parece materializar a tese de Beck (2010, p. 26-28), quando afirmou que:

Os riscos do desenvolvimento industrial são certamente tão antigos quanto ele mesmo. A pauperização de grande parte da população — o “risco da pobreza” — prendeu a respiração do século XIX. “Riscos de qualificação” e “riscos à saúde” já são há muito tema de processos de racionalização e de conflitos sociais, salvaguardas (e pesquisas) a eles relacionados [...] os riscos civilizatórios são um *barril de necessidades sem fundo*, interminável, infinito, autoproduzível [...] Torna-se exemplarmente claro, nesse caso, do que realmente se trata a disputa definitiva em torno dos riscos: não apenas dos problemas de saúde resultantes para a natureza e o ser humano, mas dos *efeitos colaterais sociais, econômicos e políticos desses efeitos colaterais*-, perdas de mercado, depreciação do capital, controles burocráticos das decisões empresariais, abertura de novos mercados, custos astronômicos, procedimentos judiciais, perda de prestígio. Emerge assim na sociedade de risco, em pequenos e em grandes saltos — em alarmes de níveis intoleráveis de poluição, em casos de acidentes tóxicos etc. —, o *potencial político das catástrofes*. Sua prevenção e seu manejo podem acabar envolvendo uma *reorganização do poder e da responsabilidade*. A sociedade de risco é uma sociedade *catastrófica*. Nela, o estado de exceção ameaça converter-se em normalidade.

Exatamente como assinalado por Beck, ao mencionar que “o *estado de exceção* [...] passaria a *converter-se em normalidade*”, vemos as duras restrições excepcionais decorrentes da pandemia serem intituladas como “o novo normal” a ser assimilado pelas pessoas.

No Brasil, A Lei Federal 13.979 de 6 de fevereiro de 2020 (Brasil, 2020) traz algumas definições e medidas a serem tomadas no enfrentamento da pandemia e que guardam pertinência como o objeto de estudo do presente artigo. São elas as definições de isolamento e quarentena.

O referido texto normativo diz:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre as medidas que poderão ser adotadas para enfrentamento da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do coronavírus responsável pelo surto de 2019.

§ 1º As medidas estabelecidas nesta Lei objetivam a proteção da coletividade.

Art. 2º Para fins do disposto nesta Lei, considera-se:

I - isolamento: separação de pessoas doentes ou contaminadas, ou de bagagens, meios de transporte, mercadorias ou encomendas postais afetadas, de outros, de maneira a evitar a contaminação ou a propagação do coronavírus; e

II - quarentena: restrição de atividades ou separação de pessoas suspeitas de contaminação das pessoas que não estejam doentes, ou de bagagens, contêineres, animais, meios de transporte ou mercadorias suspeitos de contaminação, de maneira a evitar a possível contaminação ou a propagação do coronavírus.

O distanciamento social, por sua vez, é uma medida que tem por escopo a redução das interações sociais, dada a possibilidade da existência de pessoas infectadas, ainda não identificadas e, portanto, não isoladas, transmitindo o vírus de forma exponencial ainda que de maneira acidental ou inconsciente.

Logo, o distanciamento social pressupõe o fechamento de estabelecimentos comerciais e empresariais, seus prédios físicos e locais de trabalho, e a suspensão de eventos para evitar a aglomeração de pessoas.

Podemos ainda definir o *Lockdown*, como sendo uma modalidade extrema de distanciamento social que determina a contenção comunitária ou bloqueio, mediante uma intervenção rigorosa aplicada a toda uma comunidade, cidade ou região através da proibição de que as pessoas saiam dos seus domicílios – exceto para a aquisição de suprimentos básicos ou a ida a serviços de urgência – com o objetivo de reduzir drasticamente o contato social.

Os governos regionais e locais também acataram tais recomendações e providenciaram a expedição de Decretos em suas respectivas competências para implementar as medidas de contenção à propagação do vírus.

A título exemplificativo, O Estado de São Paulo adotou medida de quarentena, em razão de ser o epicentro da pandemia no país. O Decreto Estadual 64.881, de 22 de março de 2020, assinado pelo governador João Doria, especifica que a “medida de quarentena no Estado de São Paulo, consiste em restrição de atividades de maneira a evitar a possível contaminação ou propagação do coronavírus”.

A quarentena suspendeu atividades de comércio, shoppings, eventos, atividades culturais, esportivas e recreativas. Foram mantidos somente estabelecimentos como

supermercados, farmácias, padarias, clínicas, postos e serviços de logística na qualidade de serviços essenciais.

Semelhantes posturas e medidas restritivas foram adotadas nos Estados do Rio de Janeiro (Decreto Estadual 47.006 de 27 de março), Ceará (Decreto Estadual 33.519 de 19 de março de 2020), Minas Gerais (Decreto Estadual 47.886 de 15 de março de 2020) e no Distrito Federal (Decreto distrital 40.583 de 01 de abril de 2020), dentre outros.

Diante desse cenário incomum e excepcional, milhões de consumidores se viram trancafiados em suas residências, sob restrições de toda a ordem que lhe dificultam até mesmo a obtenção de alimentos, remédios, dentre outros itens básicos de primeira necessidade.

A saída encontrada foi a utilização em escala ainda maior do comércio eletrônico como ferramenta a garantir o isolamento social das pessoas, evitando-se aglomerações e a propagação do contágio pela COVID-19 o tanto quanto possível, sem prejuízo da obtenção dos produtos e serviços de consumo necessários.

Plataformas compartilhadas como *IFood*, *Rappi*, *Uber*, dentre muitas outras, tiveram um incremento excepcional em sua demanda e utilização, sendo inclusive estimulado pelos agentes governamentais a utilização destas vias, como forma de evitar a aglomeração de pessoas em restaurantes, bares, locais de recreação ou prática esportiva, dentre outros.

Pesquisas que avaliaram 32 mercados internacionais verificaram um crescimento no comércio eletrônico de pelo menos dois dígitos em 2020, com destaque para a América Latina, que apresentou um crescimento surpreendente de (36,7%), mesmo com índices de queda nas vendas gerais no varejo (3,4%). O comércio eletrônico de varejo da Argentina cresceu surpreendentes (79,0%) em 2020, número este que somente foi aproximado por Cingapura, que alcançou (71,1%) de crescimento no comércio eletrônico.

Particularmente no Brasil, o comércio eletrônico chegou a outro patamar em 2020. Dados da Mastercard e da Americas Market Intelligence (AMI) indicam que, nesse ano, 46% dos brasileiros aumentaram as compras online e 7% compraram na internet pela primeira vez — tudo isso em decorrência do isolamento social.

Somente no primeiro semestre de 2020, o e-commerce no Brasil teve um aumento de 47% em seu faturamento, conforme informações da Ebit|Nielsen, com a inclusão de plataformas de supermercados online e de itens para o home office. Outra pesquisa da Ebit|Nielsen mostrou que, na penúltima semana de março, o varejo self-service (que inclui os mercados) cresceu 96%.

As consequências fáticas e jurídicas do comércio eletrônico foram multiplicadas pelo incremento observado, visto que sua utilização é vista como mais uma forma de garantir a aplicação das medidas restritivas sanitárias de combate ao coronavírus, de evitar aglomerações e promover o isolamento social para evitar o contágio, motivos pelos quais o comércio eletrônico se tornou a via principal, com notável preponderância, de utilização pelos consumidores de modo geral.

O comércio eletrônico promove relações de emprego, relações contratuais, econômicas, de direito e de exercício da propriedade mediante o uso, a fruição e a disposição de bens materiais e imateriais, bem como, a tradição, entrega ou *delivery* de um volume imenso de produtos e serviços prestados ao consumidor contratante, dentre muitas outras realidades jurídicas verificáveis, que demandam a existência e a aplicabilidade de todo um sistema normativo jurídico para controlar, equilibrar e adequar o comércio eletrônico em toda a sua operação.

O grande fluxo econômico carreado pelo consumo no comércio eletrônico também enseja, de outro lado, a incidência de riscos, com eventuais ocorrências de defeitos do negócio jurídico propriamente dito, de problemas relacionados à entrega dos produtos e serviços, a correta identificação e correspondência destes em contraste com o *marketing* aplicado, enfim, um universo de situações fáticas a atrair a aplicação do Direito em seu papel de elemento de pacificação social, de harmonizador e garantidor de um mínimo de dignidade humana aos indivíduos, tanto aqueles diretamente envolvidos no comércio eletrônico, como também a própria sociedade em uma abordagem difusa e coletiva de consumo.

Fazem-se necessárias tecnologias de segurança nas operações de comércio eletrônico, para que sejam mitigados ou eliminados os riscos de fraudes e outras situações indesejadas, a par de toda uma gama de realidades fáticas e jurídicas que são igualmente necessárias para aplicar princípios balizadores das relações negociais e contratuais ocorridas entre consumidor e fornecedor ou prestador de serviços.

Assim como a evolução da sociedade no transcorrer da História fez com que as relações de consumo acompanhassem esse processo evolutivo, destacando-se das relações contratuais civis puras, e se consolidando como relações de consumo propriamente ditas, verificou-se necessário e pertinente para ser aplicada aos casos concretos um sistema normativo de proteção ao consumidor, dadas as características intrínsecas destas relações sociais de consumo.

Questões como a vulnerabilidade do consumidor em face dos detentores do poderio econômico, a necessidade de instrumentos processuais que melhor resguardem os direitos do consumidor, tudo isto devidamente contextualizado com o Pacto Social outorgado em 1988 e suas premissas, objetivos e fundamentos, são de suma importância, a merecer uma análise que finda em reafirmar esta necessidade.

Não é demais lembrar que o advento da Lei 8.078 de 1990 que trouxe a sistemática do Código de Defesa do Consumidor Brasileiro se deu num momento em que, no país, a internet comercial sequer tinha aderido ao que, poucos anos depois, se transformaria no inimaginável universo da sociedade informacional.

As transformações decorrentes do barateamento dos microprocessadores a partir da década de 1970 que permitiria poucas décadas após o surgimento do novo contexto tecnológico que transformaria a sociedade de consumo, e, não apenas esta, mas, todo o modelo do contexto social, inclusive com o advento da globalização, fizeram com que muitas legislações atreladas àquela época se tornassem obsoletas, ultrapassadas e incapazes de acompanhar a velocidade das mudanças dos fatos sociais ainda na última década do século XX. Mas, este não foi o caso do denominado Código de Defesa do Consumidor.

Nas palavras do saudoso mestre Roberto Senise Lisboa (2009, pag. 7):

Não se limita a sociedade da informação, pois, ao computador ou a um direito informático, já que estende-se a qualquer meio de comunicação, presencial ou não. Assim, por exemplo: a televisão a cabo, por antena ou via satélite; o telebanking, o teleshopping e o teleworking; o rádio e o telefone.

Assistir à televisão, falar ao telefone, movimentar a conta no terminal bancário e, pela internet, verificar multas de trânsito, comprar discos, trocar mensagens com o outro lado do planeta, pesquisar e estudar são hoje atividades cotidianas, no mundo inteiro e no Brasil. Rapidamente nos adaptamos a essas novidades e passamos – em geral, sem uma percepção clara nem maiores questionamentos – a viver na Sociedade da Informação, uma nova era em que a informação flui a velocidades e em quantidades há apenas poucos anos inimagináveis, assumindo valores sociais e econômicos fundamentais.

A reflexão feita pelo ilustre autor, leva-nos à reflexão de ser verdade que à época de criação do referido texto normativo, pouco se cogitava na migração plena das relações sociais para as complexas operações vinculadas à Sociedade da Informação nos primeiros anos do Século XXI realizadas por algoritmos em processos de aprendizado profundo das altas tecnologias e máquinas computacionais (*deep learning*) com a utilização de Big Data, algoritmos de análises ou mesmo controle de tecnologias, que permitiriam a modificação total da forma de consumo como a vemos à época da escrita do presente artigo.

Como já aludido no discorrer deste artigo, a sociedade pós-contemporânea ganhou contornos ainda mais relevantes quando, no ano de 2020, o ritmo da vida moderna tomou proporções mais céleres pela instauração de uma crise mundial vinculada à saúde pública e decorrente da propagação da COVID-19. Neste momento, o escopo de ampliação da Sociedade da Informação, que já era exponencial, atingiu o seu ápice em escala e velocidade potencializada pela migração em massa de pessoas, processos, atividades e transcendência das operações em fluxos multidirecionais no universo do mundo hiperconectado potencializando a transformação digital por meio da disponibilização de recursos e infraestrutura de tecnologia da informação na tentativa de proporcionar amparo e suporte com o objetivo de permitir o enfrentamento de um mundo globalizado e que, somente não entrou em colapso ou estagnação justamente pelos atributos que lhe pertence, resultados da sociedade 4.0 que, ainda em processo de adaptação se vê diante de um cenário transformador não teve outra alternativa à não ser modificar a forma do próprio convívio social, das atividades cotidianas e da forma como o consumidor adquire desde os produtos mais básicos para sua subsistência até o trivial vinculado ao conforto da vida moderna.

Neste contexto, e, diante de uma evolução calcada no principal recurso da atual sociedade, qual seja, o poder informacional, o consumidor, enquanto sujeito de direito viu diante de seus próprios olhos a magnitude do maravilhoso novo mundo envolto em tecnologia e utópicas promessas das facilidades benéficas e propostas irrecusáveis, independentemente, da ampliação do patamar da denominada assimetria informacional à qual o consumidor está submetido.

Isto posto, é de suma importância realçar o quanto, ainda que na década de 1990, a sistemática do Código de Defesa do Consumidor trouxe as premissas salutares e os pilares basilares de uma legislação que perpetuaria por décadas, e, ainda que diante de uma modificação de cenário tecnológico e social não perderia a sua eficácia.

Assim, se, à época de sua promulgação e primeiros anos de vigência a legislação consumerista iniciava uma verdadeira modelagem de cultura de respeito aos princípios básicos de proteção ao consumidor bem como ao zelo quanto à vinculação de uma política de consumo que nasceria para garantir a diminuição da distância até então existente entre o consumidor e a cadeia de fornecedores, fabricantes, revendedores que passariam à ter maior aderência ao conjunto de regras e princípios que serviriam como parâmetros para o alcance do propósito da referida norma, o consumidor que frente à aceleração do cenário de transformação digital viu-se, em razão da pandemia gerada pela COVID 19, migrar quase que em sua totalidade para o

universo digital passa à ganhar outros parâmetros que, conjuntamente à outras normas vinculadas já à realidade da sociedade informacional passam à convergir com o Código de Defesa do Consumidor.

A vinculação de práticas diretamente ligadas à tutela da privacidade do consumidor na internet, a segurança deste consumidor, mormente em razão também do aumento das práticas delituosas que acompanharam o processo de migração forçada para o ambiente virtual, eis que, a observação de tantas leis que, desde o advento do Código de Defesa do Consumidor surgiram, tais como, o próprio Código Civil Brasileiro, o Marco Civil, Decreto-Lei do *Ecommerce* e, por derradeiro, a recente Lei Geral de Proteção de Dados são fatores jurídicos que possibilitaram o diálogo entre a transição do consumidor de um cenário anteriormente analógico, para vincularem-se ao denominado cenário virtual onde tudo se transforma em *bits* e *bytes* cadenciando a numeração binária que corresponde aos anseios da sociedade no cenário pandêmico.

O que não se pode esquecer, entretanto, é que, independentemente da velocidade das transformações impostas pela migração abrupta de parte de uma sociedade que ainda encontrava-se gradualmente imergindo para o mundo virtual é a norma cogente que vincula os elementos desta sociedade, sujeito de direito, sob o âmbito de proteção legislativa, não apenas na esfera infraconstitucional mas no escopo da própria Constituinte de 1988. Neste sentido, LISBOA (2009, pag. 20) ao retratar a proteção do consumidor como direito fundamental:

A constitucionalização das relações jurídicas concretizada no direito brasileiro por imperativo dos arts. 1.o ao 5.o, da CF/88, aplicáveis a qualquer vínculo interpessoal estabelecido por força da lei ou do acordo de vontades, viabilizou a revalorização da pessoa no direito privado, propugnando-se por sua dignidade como princípio fundamental (art. 1.o, III, da CF/88).

A adoção principiológica do que estabelece a Carta Magna brasileira é perfeitamente compatível, devendo-se proceder à despatrimonialização do direito privado e a revalorização da pessoa como o cerne do direito. Com isso, reconhece-se tanto a função social da empresa, com a sua liberdade de iniciativa nos mercados interno e externo (art. 170, IV, da CF), assim como os direitos dos consumidores, quer sob o prisma de direitos e garantias fundamentais individuais, coletivos e difusos, quer sob a ótica de princípios gerais de ordem econômica (art. 5o, XXXII, e 170, V, da CF).

E é neste ponto que se faz necessária a reflexão pretendida por este artigo, qual seja, independentemente da exclusão digital que, por muitos fatores perpetua uma triste realidade prática na vida do cidadão brasileiro, eis que, é indiscutível e inafastável, em razão do avanço tecnológico, a inserção em massa do consumidor na seara da sociedade informacional passando à embutir como premissa nos atos mais singelos da vida cotidiana a utilização do comércio

eletrônico como meio, por vezes, único, para o alcance das infinitas pretensões sociais vinculadas ao consumo e às necessidades do consumidor em si mesmo considerado.

A reflexão faz-se necessária, principalmente, em razão de uma sociedade onde a ética no plano analógico já era, no mínimo discutida, quando observada sob o peso da responsabilidade entre as partes em seus inúmeros negócios jurídicos, e, na esteira da migração em massa desta mesma sociedade para o eixo virtual os vícios de vontades e oportunismo pautado na ausência do respeito aos direitos fundamentais acabam por perseguir, também a referida migração.

No exercício de suas atividades, seja no que tange ao desenvolvimento de suas atividades seja, especificamente, no que tange às inúmeras transações eletrônicas, que, por meio das plataformas digitais se propõe, eis que, os princípios básicos do direito consumerista também devem proteger o consumidor de atos discriminatórios, ofertas enganosas, abusivas, prejuízos e até mesmo infrações à privacidade e ao livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural do próprio consumidor.

É verdade que o aperfeiçoamento da tecnologia levará à processos cada vez mais seguros quando da análise do novo formato de compra e venda por meio do *e-commerce*, todavia, indaga-se aqui à que custo referido aperfeiçoamento acontecerá quando colocado na balança direitos e garantias fundamentais do consumidor.

4. Conclusão

É notório que o problema do atraso regulatório brasileiro e a verdadeira colcha de retalhos jurídica no país trata-se de tangível realidade que permeia o cenário jurídico brasileiro e a colisão de direitos fundamentais frente ao desafio da construção de uma regulação que permita, muito além do debate teórico sobre a regulação e o direito, o alcance real da proteção jurídica ao cidadão brasileiro enquanto sujeito de direito seja no âmbito da legislação Constitucional seja sob o escopo da legislação infraconstitucional.

O que muda com a migração sistemática da sociedade brasileira para um mundo virtualizado e vinculado à denominada Sociedade da Informação, é, que, os limites atrelados pelas relações de Direitos Humanos, cidadania, os alicerces de uma sociedade que tem como destino o universo da ciberdemocracia, *e-government* e a multiparticipação na economia colaborativa, à qual acredita-se que será permeada cada vez mais pelo encontro da tecnologia com os ambientes virtuais, tão somente migram de uma base analógica para o cenário digital

carregando, infelizmente, inúmeros vieses, paradigmas e nuances de uma frágil consolidação dos elementos normativos que visam trazer força, segurança jurídica e efetividade do pacto social.

Assim, parte desta migração, impulsionada por um elemento viral que inclui o mundo físico que, paradoxalmente, encerra e fecha suas fronteiras físicas com como medida e tentativa de contenção e de enfrentamento ao desconhecido vírus que dizimou milhares de vidas humanas, no modelo virtual, que, por sua vez abre portas, facilidades e a aderência quase que plena ao âmbito da sociedade informacional numa escala de velocidade sem precedentes.

Neste cenário, os anseios da vida social moderna, enclausurada há mais de um ano desde que a pandemia iniciou, passam a compor o principal palco onde o cidadão brasileiro retratado no recorte deste artigo, sob o prisma das relações de consumo, estará vinculado às inúmeras relações que agora se estabelecem na forma de cliques, telas, ofertas direcionadas, propagandas, e-mails, *push notifications*, tudo alimentando a nova forma de consumo perpetuada pela facilidade de aquisição dos denominados bens de consumo e que alavanca, indubitavelmente, a importância do *e-commerce* para, consolidar, de uma vez por toda a modificação do cenário e modelo de negócios à que, habitualmente, estávamos vinculados num modelo híbrido de correlação entre o analógico e o digital.

Frente às incontáveis contradições existentes no Brasil, seja da inclusão digital, da ausência de paridade e da assimetria informacional que ainda perpetua uma tímida e embrionária legislação de proteção de dados, as relações de consumo ganharão contornos cada vez mais sólidos e demandarão políticas públicas cada vez mais concretas para que seja garantida nos novos formatos de vivência digital os princípios vinculados à Dignidade da Pessoa Humana que, com toda certeza, serão desafiados não apenas por possíveis ofensas no contexto das relações virtuais, à exemplo do próprio *e-commerce*, mas também pelas dificuldades impostas ao atual modelo brasileiro do Direito, enquanto Ciências Sociais, em acompanhar a velocidade dos novos formatos em que os fatos sociais se propõem à se consolidarem.

Referências

AQUINO, Estela M. L. et al . Medidas de distanciamento social no controle da pandemia de COVID-19: potenciais impactos e desafios no Brasil. **Ciênc. saúde coletiva**, Rio de Janeiro , v. 25, supl. 1, p. 2423-2446, June 2020 . Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-

81232020006702423&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 16 de abril de 2021. Epub June 05, 2020. <http://dx.doi.org/10.1590/1413-81232020256.1.10502020>.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar editor Ltda., 2008. 33 p. Tradução de: Consuming life.

BECK, Ulrich. **Sociedade de Risco: Rumo a uma outra modernidade**. Tradução Sebastião Nascimento. 1. Ed. São Paulo: Editora 34, 2010. 384 p. Tradução de: Risikogesellschaft: Auf Dem Weg In Eine Andere Moderne.

BARRETO JÚNIOR, I. F.; Atualidade no conceito de sociedade da informação para a pesquisa jurídica. In: PAESANI, Liliana Minardi (Coord.). **O Direito na Sociedade da Informação**. São Paulo: Atlas, v. 1, 2007. p. 333.

BRASIL. Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020. Dispõe sobre as medidas para enfrentamento da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do coronavírus responsável pelo surto de 2019. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, ano 158, n. 157, p. 1, 07 fev. 2020.

BRASIL. **Constituição da República Federativa**. 1988.

CRAMER-FLOOD, ETHAN. **GLOBAL ECOMMERCE UPDATE 2021: WORLDWIDE ECOMMERCE WILL APPROACH \$5 TRILLION THIS YEAR**. EMARKETER. UNITED STATES OF AMERICA, 2021. DISPONÍVEL EM: [HTTPS://WWW.EMARKETER.COM/CONTENT/GLOBAL-ECOMMERCE-UPDATE-2021](https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-update-2021). ACESSO EM: 29 MAR. 2021.

EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO. COVID-19: VEJA COMO CADA ESTADO DETERMINA O DISTANCIAMENTO SOCIAL. AGÊNCIA BRASIL. BRASÍLIA-DF, 2020. DISPONÍVEL EM: [HTTPS://AGENCIABRASIL.EBC.COM.BR/SAUDE/NOTICIA/2020-04/COVID-19-VEJA-COMO-CADA-ESTADO-DETERMINA-O-DISTANCIAMENTO-SOCIAL](https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2020-04/covid-19-veja-como-cada-estado-determina-o-distanciamento-social). ACESSO EM: 10 ABR. 2021.

FERREIRA, Vitor Hugo do Amaral; JENSEN, Vinicius de Souza. Relações virtuais de consumo: perspectivas de direitos no e-commerce. **Direitos Emergentes na Sociedade**

Global, Santa Maria, v. 1, n. 1, p. 94-119, jan.jun 2012. Universidade Federal de Santa Maria/RS.

MARQUES, Claudia Lima. Proteção do consumidor no âmbito do comércio eletrônico. **Revista da Faculdade de Direito**, Porto Alegre, RS, n. 23, maio 2017. ISSN 2595-6884. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/revfacdir/article/view/73065/41250>>. Acesso em: 01 abr. 2021. doi: <https://doi.org/10.22456/0104-6594.73065>.

SENISE LISBOA, Roberto; O consumidor na sociedade da informação. In: PAESANI, Liliana Minardi (Coord.). **O Direito na Sociedade da Informação**. São Paulo: Atlas, v. 1, 2007. 333 p.

SENISE LISBOA, Roberto. **Proteção do consumidor na sociedade da informação**. Revista do Direito Privado da UEL – Volume 2 – Número 1, Revista de Direito Privado UEL. Pag. 20. Disponível em https://www.uel.br/revistas/direitoprivado_2009. Acesso em 16 de abril de 2021.

TEIXEIRA, Tarcísio. **Comércio Eletrônico**: conforme o Marco Civil da Internet e a regulamentação do e-commerce no Brasil. São Paulo: Saraiva, 2015. 328 p.