

# **II ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI**

## **DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

**VIVIANE COELHO DE SÉLLOS KNOERR**

**JOSÉ QUERINO TAVARES NETO**

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 Naspolini - 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 - São Paulo

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 - Unicuriçuba - 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

Prof. 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: José Querino Tavares Neto; Viviane Coêlho de Séllos Knoerr – Florianópolis: CONPEDI, 2020.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-237-8

Modo de acesso: [www.conpedi.org.br](http://www.conpedi.org.br) em publicações

Tema: Direito, pandemia e transformação digital: novos tempos, novos desafios?

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Economia. 3. Desenvolvimento econômico. II Encontro Virtual do CONPEDI (2: 2020 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



## II ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

### DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

---

#### **Apresentação**

Apresentam-se os trabalhos discutidos no dia 02 de dezembro de 2020, no Grupo de Trabalho (GT) de Direito, Globalização e Responsabilidade nas relações de consumo do II Encontro Virtual “Direito, pandemia e transformação digital: novos tempos, novos desafios?”, do Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito – CONPEDI. O GT, de coordenação dos trabalhos da Professora Doutora Viviane Coêlho de Séllos Knoerr e do Professor Doutor José Querino Tavares Neto, (e Homenagem in memoriam à Roberto Senise Lisboa), que envolveu treze artigos que, entre perspectivas teóricas e práticas, nos fazem refletir sobre os impactos e os dilemas da atualidade, principalmente em períodos de pandemia, sobre o Direito, a Globalização e a Responsabilidade nas Relações de Consumo.

O primeiro artigo apresentado intitulado “A CONDENAÇÃO AO CONSUMO PELO NEUROMARKETING NA SOCIEDADE PÓS-MODERNA E EM SITUAÇÃO DE PANDEMIA CAUSADA PELO CORONAVÍRUS – COVID-19” de autoria de Paola Porto Ramos e Jamile Flores teve por escopo verificar como se dá o comportamento do consumidor na sociedade pós-moderna. Isso não só juridicamente, mas, também com enfoque psicanalítico do fenômeno denominado “consumo”.

O Artigo que trata da “HIPERVULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR CRIANÇA FRENTE À PUBLICIDADE INFANTIL” de autoria de Jovana De Cezaro e Rogerio da Silva analisa a vulnerabilidade do consumidor criança frente à publicidade infantil. Debateu a legislação existente, Constituição Federal, Código de Defesa do Consumidor, entre outros, são suficientes para evitar práticas abusivas e enganosas, resguardando os direitos dos consumidores crianças. Esses integram o grupo dos denominados hipervulneráveis, pois possuem a vulnerabilidade agravada em função de sua condição especial de criança.

A temática sobre “A RELAÇÃO ENTRE O CONSUMISMO, AMOR LÍQUIDO E O WEBNAMORO NA PERSPECTIVA DE ZYGMUNT BAUMAN”, tratado por Lucas David Campos De Siqueira Camargo, Paulo Marcio Reis Santos investigou cientificamente o serviço digital denominado webnamoro. Concluiu-se que essa modalidade de serviço tem ganhado cada vez mais usuários no Brasil.

Wagner Roberto Ramos Garcia Junior e Clayton Vinicius Pegoraro de Araujo apresentaram a pesquisa “A SOCIEDADE DE CONSUMO E A CONCORRÊNCIA NA ERA DA ECONOMIA DIGITAL”. O trabalho apresentou os impactos sociológicos contemporâneos advindos da Sociedade de Consumo e da nova engenharia econômica disruptiva chamada de economia compartilhada. No momento atual da globalização, o ser humano opta por facilidades, principalmente no que tange às experiências de consumo. No entanto, os impactos sociais da globalização e da própria estrutura econômica que norteia essas novas tecnologias demonstram ser um objeto rico de estudo da economia em relação à Sociedade de Consumo.

O tema “A VULNERABILIDADE AGRAVADA DA CONSUMIDORA GESTANTE, O ASSÉDIO DE CONSUMO E O DEVER DE INFORMAÇÃO DO ESTADO E DOS FORNECEDORES”, de autoria de Luiza Tuma da Ponte Silva e Isabelle de Assunção Rodrigues demonstrou que o contexto hipermoderno, caracterizado pelo assédio de consumo, fomenta práticas de consumo que agravam a vulnerabilidade das consumidoras gestantes, as quais, a partir de diferentes análises, são consideradas hipervulneráveis.

“MEIO AMBIENTE E CONSUMO NO CONTEXTO DA SOCIEDADE DE RISCO: O IDEAL INDIVIDUALISTA FACE AO PRINCÍPIO DA SOLIDARIEDADE COMO MARCO JURÍDICO-CONSTITUCIONAL DO ESTADO “SOCIOAMBIENTAL” DE DIREITO” foi o tema da pesquisa de Joana D’Arc Dias Martins, que teve como ponto de partida a constatação de que se está diante uma sociedade de risco, e o consumo irracional contribui significativamente para ampliar o problema. Logo, uma nova ética na relação do homem com o meio ambiente precisa ser construída, sob pena de grave comprometimento da sobrevivência das espécies. A pesquisa apontou algumas alternativas que contribuam para a atenuação dessa crise, vistos como formas mais éticas de lidar com os bens ambientais e para a melhoria da qualidade de vida para as gerações atuais e futuras.

Mariana Boechat da Costa pesquisou sobre “O AUMENTO ABUSIVO DE PREÇOS REFERENTES A UTENSÍLIOS E MEDICAMENTOS EM TEMPOS DE PANDEMIA”. O trabalho analisou o aumento abusivo de preços referentes a utensílios e medicamentos em tempos de pandemia. Sob esse viés, realizou pesquisa qualitativa, por meio da análise da legislação, doutrina e documentos escritos. Inicialmente serão tecidos comentários sobre a crise em curso e os seus impactos socioeconômicos

O trabalho intitulado “O DESENVOLVIMENTO DO MERCADO SECUNDÁRIO NO BRASIL E AS COMPLICAÇÕES DA COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS COM FALSIFICAÇÃO DE MARCA” de autoria de Angela Aparecida Oliveira Sousa , Josyane

Mansano e, Janaina Paiva Sales trouxe a problemática da falsificação das marcas de luxo, partindo das primícias como o registro, o reforço de sua proteção com o princípio da especialidade, e o desvio para o mercado secundário no Brasil. A pesquisa concluiu que tal fato afeta fortemente a economia de um país, sem contar que este mercado secundário muitas vezes acaba financiando o ilícito, onde as empresas se absterem de comercializarem seus produtos e serviços em um Estado em que a falsificação não é combatida.

Rafael Luengo Felipe pesquisou sobre “O VALOR DA INFORMAÇÃO NAS RELAÇÕES NEGOCIAIS ELETRÔNICAS: UMA ANÁLISE CRÍTICA DOS LIMITES DA AUTONOMIA PRIVADA À LUZ DA BOA-FÉ OBJETIVA”, de cunho metodológico jurídico compreensivo analisou a coleta e a difusão, pelos provedores de conteúdo e de acesso, dos dados sensíveis dos usuários da Internet. Sugeriu que a boa-fé objetiva sirva de diretriz para os negócios jurídicos eletrônicos, pautando-se na minoração da vulnerabilidade técnica e informacional dos contratantes.

OS EFEITOS DA COVID-19 EM UM MUNDO GLOBALIZADO– UMA PERSPECTIVA INICIAL DA UNCTAD de autoria de Monique de Medeiros Fidelis, tratou da questão sanitária e de saúde pública, uma das preocupações iniciais diante da pandemia da Covid-19 foi certamente com a economia mundial e como esta seria abalada diante da doença que alcançou proporções mundiais. A UNCTAD ofereceu, a partir de março de 2020, relatórios com orientações e preocupações imediatas diante do cenário que se estabeleceu. O estudo identificou as respostas imediatas apontados pela ONU.

Thiago Schlottfeldt Nascimento Da Cas apresentou o artigo intitulado “OS REFLEXOS DA COVID-19 NO SUPERENDIVIDAMENTO E A ATUALIZAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR”. A massificação ou democratização do acesso ao crédito e o marketing são significativos influenciadores do superendividamento dos consumidores, aliado ao fato dos “acidentes da vida cotidiana”, quais sejam, doença, redução de renda e desemprego, que restaram amplamente vivenciados com a chegada da Covid-19, restando premente a necessidade da atualização do CDC.

A “PUBLICIDADE ABUSIVA VOLTADA AO PÚBLICO INFANTIL: NO CASO BAUDUCCO JULGADO PELO STJ” de autoria de Angélica Ebron Ramos Hage Alves e Diego fonseca Mascarenhas investigou a publicidade abusiva direcionada ao público infantil, à luz do caso julgado pelo STJ envolvendo a empresa Bauducco no que se refere a campanha denominada.

E, por último, Raissa Alencar de Sa Barbosa pesquisou sobre “PUBLICIDADE NA ERA DO COVID-19: O CASO TIXAN-YPÊ E A COIBIÇÃO DOS EXCESSOS PUBLICITÁRIOS”. A publicidade é essencial para promover o escoamento da produção, pois aproxima as partes da relação de consumo, devendo ocorrer de forma cuidadosa. Contudo, a publicidade do sabão Tixan-Ypê no Brasil durante a pandemia do COVID-19, a pretexto de aumentar as vendas do produto, não respeitou a legislação brasileira. O trabalho analisou as formas de regulação da publicidade, de modo a diminuir ou evitar os efeitos negativos da publicidade ilícita.

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

Coordenadores:

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Centro Universitário Curitiba - UNICURITIBA

Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - Faculdade de Direito da Universidade Federal de Goiás

Prof. Dr. Roberto Senise Lisboa (homenagem in memoriam) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

Nota técnica: Os artigos do Grupo de Trabalho Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo apresentados no II 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 7.1 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](mailto:publicacao@conpedi.org.br).

# **A RELAÇÃO ENTRE O CONSUMISMO, AMOR LÍQUIDO E O WEBNAMORO NA PERSPECTIVA DE ZYGMUNT BAUMAN**

## **THE RELATIONSHIP BETWEEN CONSUMPTION, LIQUID LOVE AND CYBERDATING IN ZYGMUNT BAUMAN'S PERSPECTIVE**

**Lucas David Campos De Siqueira Camargo** <sup>1</sup>  
**Paulo Marcio Reis Santos** <sup>2</sup>

### **Resumo**

O presente artigo objetiva investigar cientificamente o serviço digital denominado webnamoro. O serviço consiste em um prestador que age como se possuísse um relacionamento com o tomador do serviço (consumidor), porém em um ambiente virtual. Tem-se por marco teórico da pesquisa os trabalhos desenvolvidos pelo sociólogo Zygmunt Bauman na perspectiva da modernidade líquida. A metodologia adotada foi documental e bibliográfica. Como resultado da pesquisa, concluiu-se que essa modalidade de serviço tem ganhado cada vez mais usuários. Espera-se que a presente pesquisa possa contribuir para a reflexão jurídica acerca do webnamoro no Brasil.

**Palavras-chave:** Bauman, Consumismo, Filosofia, Relacionamento, Webnamoro

### **Abstract/Resumen/Résumé**

This article aims to scientifically investigate the digital service called cyberdating. The service consists of the provider who acts as if he has a relationship with the service provider (consumer), but in a virtual environment. The theoretical framework of the research is the work developed by the sociologist Zygmunt Bauman from the perspective of liquid modernity. The adopted methodology was documental and bibliographic. As a result of the research, it was concluded that this type of service has gained more users. It is hoped that this research can contribute to the legal reflection on cyberdating in Brazil.

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Bauman, Consumerism, Philosophy, Relationship, Cyberdating

---

<sup>1</sup> Advogado. Mestrando em Direito Privado pela universidade FUMEC, Pós-graduado em Direito Contratual pela Universidade Estácio de Sá. E-mail: lucas.david.camargo@hotmail.com.

<sup>2</sup> Advogado. Professor na Graduação e no Programa de Mestrado em Direito da Universidade FUMEC, de Belo Horizonte, Minas Gerais. Fundador da PMRS Advocacia e Consultoria. E-mail: paulo.marcio@fumec.br.

## 1 INTRODUÇÃO

Em uma época movida pelo consumismo e a fragilidade dos relacionamentos tradicionais, com o auxílio da tecnologia, surgem novos serviços, jamais imaginados pelo legislador em contexto anterior.

Pretende-se aqui, discorrer um pouco sobre o serviço popularmente conhecido como *webnamoro*, ofertado em alguns *sites*, sob o prisma da doutrina de Bauman.

Como será abarcado, o *webnamoro profissional* é um relacionamento com o viés majoritariamente comercial, e não encontra muito campo em comum com o namoro, criado pela relação interpessoal de, tradicionalmente, duas pessoas. Por se tratar de algo novo, pouco explorado, faz-se também algumas ponderações quanto à responsabilidade que pode vir a existir.

Trata-se de um tema misto entre os relacionamentos interpessoais existentes e a nova onda consumista retratada por Bauman, que passa a guiar os passos não só dos indivíduos, mas da sociedade como um todo.

Não se pretende galgar a teoria de Bauman exaustivamente, apenas no que diz respeito ao tema principal.

A metodologia de pesquisa adotada foi documental e bibliográfica, mediante a análise de documentos especializados, constituída por livros e trabalhos científicos.

## 2 OS RELACIONAMENTOS NA REDE

Nas palavras de Marcio Acselrad e Rafaelly Barbosa:

Se hoje vivemos o fenômeno dos relacionamentos efêmeros, muitas vezes movidos a aplicativos e mensagens de celular e turbinados pelas páginas das redes sociais e dos chats de relacionamento, não podemos esquecer que o fenômeno já se apresentou sob formas muito variadas ao longo de nossa história. (ACSELRAD; BARBOSA, 2017)

A constante evolução tecnológica tem apresentado diversas implicações nos relacionamentos interpessoais amorosos, seja por permitir que os indivíduos continuem em



contato ainda que distantes, ou por fornecer inúmeras possibilidades para que um relacionamento tenha início em ambiente virtual<sup>1</sup>.

Ainda em 2013, Juliane Pincini e Ângela Maria Bavaresco, em “*Relacionamento Virtual*”, já afirmavam que “arranjar um namorado virtual está se tornando uma situação cada vez mais comum, mulheres das mais variadas idades se rendem às facilidades do computador para encontrar sua alma gêmea no outro lado da tela” (PINCINI; BAVARESCO, 2013). Embora o artigo aludido trata-se sobre o ponto de vista feminino, a mesma lógica se aplica ao homem, que cada vez mais recorre à *internet*.

Válido destacar que, conforme explicam Ballone e Moura, que grande parte dos usuários da rede (pelo menos 60%), navegam em busca de temas sexuais, que incluem desde filmes até salas de bate papo que oportunizam esse conteúdo (BALLONE; MOURA, 2008)

Sobre as relações em ambiente cibernético, Bauman ensina que:

Ao contrário dos relacionamentos antiquados (para não falar daqueles com “compromisso” muito menos dos compromissos de longo prazo), elas parecem feitas sob medida para o líquido cenário da vida moderna, em que se espera e se deseja que as “possibilidades românticas” (e não apenas românticas) surjam e desapareçam numa velocidade crescente e em volume cada vez maior, aniquilando-se mutuamente e tentando impor aos gritos a promessa de “ser a mais satisfatória e a mais completa” (BAUMAN, 2004, p.12)

O sociólogo ressalta, entretanto, que “o advento da proximidade virtual torna as conexões humanas simultaneamente mais frequentes e mais banais, mais intensas e mais breves” (BAUMAN, 2004, p.59). O que marca a “rede” é justamente a faculdade do agente poder se conectar ou desconectar com a mesma facilidade. (BAUMAN, 2004, p.12).

Explica o sociólogo que, dentro da chamada “liquida razão moderna”, não há espaço para uma vinculação, que é requisitada pelo relacionamento *offline* não tradicional (BAUMAN, 2004, p.48). O questionamento gira em torno de qual a real necessidade ou benefício é gerado ao se tornar a relação duradoura.

Em suma, as relações, diante da facilidade de conexão propiciada pela tecnologia, evoluíram (para melhor ou pior, a depender do ponto de vista), e tomam novos contornos. O ponto racional parece ser privilegiado dentro do novo comportamento social.

---

<sup>1</sup> Em 2017, uma matéria da *Forbes* revelou que o aplicativo *Tinder*, utilizado para relacionamentos, já possuía mais de 50 milhões de usuários, e ostentava uma avaliação de U\$ 3 bilhões. <https://www.forbes.com/sites/stevenbertoni/2017/08/31/tinder-hits-3-billion-valuation-after-match-group-converts-options/#1a95299b34f9>

Assim, conclui o sociólogo que o relacionamento virtual (conexão) ideal, apesar das vantagens ofertadas, ainda:

luta para apreender a difícil e irritante dialética desses dois elementos inconciliáveis. Ele promete uma navegação segura (ou pelo menos não-fatal) por entre os recifes da solidão e do compromisso, do flagelo da exclusão e dos férreos grilhões dos vínculos demasiadamente estreitos, de um desprendimento irreparável e de uma irrevogável vinculação (BAUMAN, 2004, p.39)

Na mesma linha de pensamento, Pincini e Bavaresco asseveram – ao discorrerem sobre os *sites* de relacionamento – que “o namoro virtual permite o convívio com uma pessoa sem dividir os problemas e dificuldades de um casal real.” (PINCINI; BAVARESCO, 2013)

### **3 A SOCIEDADE CONSUMISTA DE BAUMAN**

Antes de entrar no tema propriamente do artigo, que envolve o relacionamento como uma mercadoria para consumo, é importante ressaltar a doutrina de Bauman sobre os hábitos do consumidor na realidade atual.

Bauman ensina que, hodiernamente, vivemos em uma “sociedade de consumo”, que tenta, de todas as formas, propiciar meios para que os consumidores tenham seus desejos atendidos, de uma forma bem mais agressiva e eficaz do que no passado (BAUMAN, 2005, p.106). Uma comunidade construída sobre esse alicerce é o ambiente perfeito para consumidores que buscam mercadorias que antes não habitavam as prateleiras.

É interessante destacar que o consumismo, ao contrário do que pode ser difundido por alguns meios, “não é acumular bens (quem o faz deve também estar preparado para suportar malas pesadas e casas atulhadas), mas usá-los e descartá-los em seguida, a fim de abrir espaço para outros bens e usos” (BAUMAN, 2004, p. 49).

Dessa maneira, o ideal é que o consumidor continue a consumir, não se deixando satisfazer pelas mercadorias adquiridas, e sim com a possibilidade de encontrar uma melhor, que o faça descartá-la. Sobre essa visão, o sociólogo chega a questionar:

Um “consumidor tradicional”, aquele que faz compras apenas para satisfazer suas “necessidades” e cessa de consumir quando elas estão satisfeitas, não é o maior perigo para o mercado de consumo? Não é o incremento de demanda, e não a satisfação de necessidades, o propósito primeiro e o parâmetro da prosperidade consumista? (BAUMAN, 2011, p.129)

Tal pensamento abre portas não só para o consumidor que busca renovar seus hábitos de compra, mas também permite que se arrisque, buscando novas experiências ou mercadorias. Se o desejo seria efetivamente destacar o velho, não há preocupação com a falta de espaço para o novo.

O mundo vem se adaptando à ideia do consumismo não só em termos teóricos, mas também práticos.

Empresas que antes se atentavam a vender bens duráveis, agora buscam novas formas de sobreviver, ofertando “serviços de limpeza” (BAUMAN, 2007, p.52). Legislações, como a, alcunhada, “Constituição Cidadã”, já trazem em seu texto a necessidade e o dever de proteger o consumidor

Dentro dessa ótica, surge uma resposta para o dilema da “falácia da satisfação” – que consiste em balancear uma sociedade que preza a busca pela satisfação do consumidor, mas que também necessita que tal objetivo não seja atingido, pelo bem da economia (BAUMAN, 2011, p.130).

Segundo o sociólogo, na sociedade enraizada pelo consumismo, “[...] o valor supremo em relação ao qual todos os outros são levados a justificar seus próprios valores, é a vida feliz.” (BAUMAN, 2011, p.146), porém “[...] a busca da felicidade tende a ser redirecionada do fazer coisas ou adquirir coisas para descartar coisas [...]”. (BAUMAN, 2011, p.138).

O consumismo está tão enraizado na sociedade moderna que o sociólogo chega a afirmar que Numa sociedade de consumo, compartilhar a dependência de consumidor — a dependência universal das compras — é a condição sine qua non de toda liberdade individual; acima de tudo da liberdade de ser diferente, de “ter identidade” (BAUMAN, 2001, p.90)

No Brasil, é importante destacar que a defesa do consumidor é um dos princípios basilares para regular a ordem econômica nacional, encontrando, inclusive, previsão na *Carta Magna*<sup>2</sup>. A lei que tutela a segurança do consumidor<sup>3</sup>, entretanto, só veio a ser promulgada em setembro de 1990 (dois anos após a Constituição vigente).

A existência da proteção do consumidor na Constituição é um indicativo de que a realidade efetivamente vinha se alterando, vez que antes da norma, não havia, de forma explícita, nada que indicasse a necessidade de proteção do consumidor. Entretanto, essa tutela se fez necessária, vez que, como explica Bauman, o consumismo é “uma economia de engano.

---

<sup>2</sup> Art. 170, V da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.

<sup>3</sup> LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências (*Código de Defesa do Consumidor*).

Ele aposta na irracionalidade dos consumidores, e não em suas estimativas sóbrias e bem informadas.” (BAUMAN, p.2007, 65)

Todavia, o sociólogo afirma que:

A vida organizada em torno do consumo, por outro lado, deve se bastar sem normas: ela é orientada pela sedução, por desejos sempre crescentes e quererem voláteis — não mais por regulação normativa. Nenhum vizinho em particular oferece um ponto de referência para uma vida de sucesso; uma sociedade de consumidores se baseia na comparação universal — e o céu é o único limite (BAUMAN, 2001, p.83)

Neste ponto, embora a realidade brasileira seja diferente, com políticas de proteção ao consumidor, existem países que não aplicam tais medidas. Em pesquisa realizada pela ONU, em 2013, foram ouvidos 58 (cinquenta e oito) nações – por meio de suas entidades de defesa do consumidor – e constatou-se que apenas metade destes países contam com políticas nesse sentido (OGLOBO, 2013)

#### **4 O WEBNAMORO COMO SERVIÇO**

Dentro dessa realidade, surge um novo serviço prestado em ambiente virtual: o(a) *webnamorado(a) profissional*. Em matéria de cunho jornalístico<sup>4</sup>, o *site* UOL relata que o serviço consiste, basicamente, em ter um relacionamento, por tempo determinado (pelo período que durar a contratação), que não sai da *internet*. Trata-se, ultimamente, de um serviço, de forma que não se fala em exclusividade entre contratante e contratado.

A reportagem perfila o prestador como normalmente do sexo feminino, novas, que utilizam nomes asiáticos (não se trata do prenome real, e sim de identificação no *site*), e filtros “focos” nas fotos, feitos por aplicativo coreano, enquanto o tomador é um jovem do sexo masculino, solitário e na casa dos 20 (vinte) anos (EIRAS, 2019).

Enquanto a prostituição oferta o corpo do profissional, o *webnamoro*, embora não exista um padrão ou regras fixas a serem seguidas, se contenta com o outro viés do relacionamento, vendendo a atenção e afeto do contratado.

A procura pelo serviço pode ser explicada por diversos fatores, embora, por se tratar de tema recente, não foi encontrada uma pesquisa. De todo modo, ensinamentos não tão antigos e que abordam a mudança da realidade podem significar um norte para aclarar tais razões. Na obra “Amor Líquido”, Bauman assevera que:

---

<sup>4</sup> *Link* para a notícia: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2019/07/11/webnamoro-elas-cobram-r-20-o-dia-para-serem-namoradas-virtuais-de-aluguel.htm>

(...) numa cultura consumista como a nossa, que favorece o produto pronto para uso imediato, o prazer passageiro, a satisfação instantânea, resultados que não exijam esforços prolongados, receitas testadas, garantias de seguro total e devolução do dinheiro. A promessa de aprender a arte de amar é a oferta (falsa, enganosa, mas que se deseja ardentemente que seja verdadeira) de construir a “experiência amorosa” à semelhança de outras mercadorias, que fascinam e seduzem exibindo todas essas características e prometem desejo sem ansiedade, esforço sem suor e resultados sem esforço (BAUMAN, 2004, p.18)

Nesse sentido, não seria de se estranhar que indivíduos buscassem um conforto, com a esperança de viver um relacionamento amoroso, por meio de uma prestação de serviços. Corte-se, assim, a necessidade do envolvimento social anterior, que é substituído por apenas um *click*.

O fenômeno conhecido como *hikikomori* é um bom exemplo de que as pessoas tendem, por vezes, a se distanciar do mundo social real. Embora exista bastante divergência sobre o conceito desse evento (KRYNSKA, 2006, p.3), para estes fins, explica-se como:

*phenomenon which exists to date mostly in Japan, are people who seclude themselves in their bedrooms for an extended period of time and reject most forms of contact with the outside world. These are usually males and young people in their twenties who may comprise nearly a million Japanese citizens. They are recluses who tend to switch day with night, falling asleep in the morning after hours of watching TV, then reading books, and playing computer games or online-chatting at night*<sup>5</sup> (KRYNSKA, 2006, p.1).

Bauman afirma que a proximidade através do mundo virtual, afastando-se dos encontros pessoais, tem sido privilegiada, vez que “a solidão por trás da porta fechada de um quarto com um telefone celular à mão pode parecer uma condição menos arriscada e mais segura do que compartilhar o terreno doméstico comum”<sup>7</sup> (BAUMAN, 2004, p.60)

Ballone e Moura afirmam que a compulsão pela *internet*<sup>8</sup> é um fenômeno que atrai “[...] pessoas solitárias, também não desejosas do convívio interpessoal exuberante e entusiasmado. Trata-se de uma opção de postura social, compensada e gratificada pela Internet, pois são

---

<sup>5</sup> Tradução livre do autor: “Um fenômeno que existe hodiernamente, principalmente no Japão, são pessoas que se reclusam em seus quartos por um longo período e rejeitam a maioria das formas de contato com o mundo exterior. Geralmente, são homens e jovens na casa dos vinte anos, que podem incluir quase um milhão de cidadãos japoneses. Eles são reclusos que tendem a mudar o dia pela noite, adormecendo de manhã após horas assistindo TV, lendo livros e jogando jogos de computador ou conversando online à noite”

<sup>6</sup> O tema é de grande importância no Brasil, vez que *site* de turismo do governo brasileiro revela que, em 2017, o país possuía aproximadamente 1,5 milhão de brasileiros com ascendência japonesa. Fonte: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/7896-o-jap%C3%A3o-dentro-do-brasil.html>

<sup>7</sup> Castro e Torres apontam que os indivíduos diagnosticados com o *hikikomori* apresentam um comportamento tímido, ligado a rejeição, e que não vislumbram o distanciamento social como problema [https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0047-20852018000400264&script=sci\\_arttext&tIng=pt](https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0047-20852018000400264&script=sci_arttext&tIng=pt)

<sup>8</sup> Utiliza-se o termo “compulsão à internet” de forma leiga, cotidiana, e não em seu sentido médico, vez que os próprios autores afirmam não saber se “é justo falar em compulsão à internet” (BALLONE; MOURA, 2008)

comuns os traços de introversão na personalidade de informáticos compulsivos.” (BALLONE; MOURA, 2008). Dessa forma, não é de se estranhar que esse usuário acabe por tentar sanar o fator da solidão através da própria rede.

O sociólogo polonês também reverbera que a grande vantagem no relacionamento *online*, aqui em termos não comerciais, como é o caso do *webnamoro*, é a possibilidade de encerrar a relação sem maiores confusões e de forma instantânea (BAUMAN, 2004, p.61). Refletindo por este lado, um negócio mercantil amplia ainda mais a benesse. Basta que um dos contratantes bloqueie as formas de comunicação com o outro.

A evolução dos relacionamentos não é algo novo, no passado diversos métodos foram tentados para superar os contras existentes em uma relação, de forma que novas modalidades, que escapavam aos padrões da época, acabaram por surgir. Uma das técnicas foi o *swing*<sup>9</sup>. Sobre o tema, o filósofo pondera que:

Les échangistes<sup>10</sup> estão matando dois coelhos com uma só cajadada. Em primeiro lugar, eles afrouxam um pouco os grilhões do compromisso matrimonial, concordando em tornar menos obrigatórias as suas consequências e, portanto, um pouco menos angustiante a incerteza gerada pela obscuridade endêmica das expectativas. Em segundo lugar, conseguem cúmplices leais em seu esforço para rechaçar as consequências incertas, e portanto irritantes, do encontro sexual — já que todas as partes interessadas, tendo participado do evento e portanto desejosas de evitar que escape à moldura do episódio, seguramente estarão juntas nesse rechaço (BAUMAN, 2004, p.52)

Deste modo, não é de se estranhar que o relacionamento do modo proposto, seja vislumbrado como uma evolução própria, com suas peculiaridades intrínsecas a uma realidade de conexão. Pelo lado do prestador do serviço, subsiste o ensinamento de Bauman, de que “na sociedade de consumidores, ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria” (BAUMAN, 2007, p.20)

---

<sup>9</sup> O *swing* pode ser definido como uma prática em que casais heterossexuais estáveis mantêm relações sexuais com outros casais ou pessoas solteiras (*singles*) na companhia e com o consentimento do parceiro. É importante ter em mente que se trata de uma prática entre casais heterossexuais, embora a incidência da bissexualidade feminina seja alta e, a masculina, um tabu. Uma das características fundamentais do *swing* é a separação entre sexo e amor, o que faz com que os praticantes se considerem amorosamente monogâmicos e sexualmente não monogâmicos (SILVÉRIO, 2014). Disponível em:

[https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1984-64872014000300111&lang=en](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-64872014000300111&lang=en)

<sup>10</sup> Bauman explica que o *echangisme* é “um nome novo e, dada a recente igualdade entre os sexos, mais politicamente correto para um conceito um pouco mais antigo, recendendo a patriarcalismo, a troca de esposas” (BAUMAN, 2004, p.52). Em nota de tradução, Carlos Alberto Medeiros afirma que, no Brasil, a prática é o chamado *swing*.

Além do mais, a denominada “síndrome do consumismo” não é algo alheio aos relacionamentos, de acordo com o filósofo:

De forma gradual mas incansável, toma conta das relações e dos vínculos entre os seres humanos. Por que os relacionamentos seriam uma exceção ao restante das regras da vida? Para funcionar propriamente e fornecer a satisfação prometida e esperada, os relacionamentos precisam de atenção constante e manutenção dedicada. Quanto mais tempo duram, mais difícil torna-se manter a atenção e o serviço de manutenção necessário ao dia-a-dia. Consumidores acostumados com produtos de consumo que envelhecem com rapidez e são prontamente substituídos, acharão incômodo, além de um desperdício de tempo, preocupar-se com uma coisa dessas, e se apesar disso resolverem prosseguir, carecerão dos hábitos e habilidades necessários (BAUMAN, 2005, p. 115)

A possibilidade de vivenciar um relacionamento, ainda que estritamente virtual, é capaz não só de saciar o desejo do consumidor em adquirir algo novo – ou pelo menos em uma modalidade diversa do que a tradicional – e ainda manter afastada as desvantagens de uma relação padrão.

O *webnamoro profissional* torna-se um serviço que atende desde aqueles movidos pela solidão, até os que apenas buscam uma forma de saciar uma nova experiência sem afastar o líquido pensamento racional.

## **5 CONTRATO DE NAMORO DO DIREITO DE FAMILIA**

Ainda que o nome pareça enganar, não se deve confundir com o – polêmico – contrato de namoro que instiga a doutrina jurídica nos últimos anos. O namoro deste instrumento não é uma mercadoria ou serviço, e sim um relacionamento real. Em termos conceituais, é válido apontar o formulado pelo jurista Euclides de Oliveira:

Do latim *in amore*, o namoro sinaliza a situação mais séria de relacionamento afetivo. Tende a se tornar de conhecimento da família, dos amigos, da sociedade. Surge entre os enamorados uma cumplicidade no envolvimento porque passam a ter interesses comuns e um objetivo ainda que longínquo de formarem uma vida a dois (OLIVEIRA, 2005)

Zeno Veloso explica que o aludido instrumento se consubstancia apenas em uma declaração das partes de que a relação existente entre eles é um “namoro”, de forma a prevenir efeitos jurídicos sob os bens materiais de cada um (VELOSO, 2016).

É importante destacar que embora Veloso considere o contrato de namoro como legítimo, por não existir nenhuma proibição legal para tal, esse posicionamento não é unânime, o que torna o tema bastante controverso no direito brasileiro<sup>11</sup>.

É interessante apontar que Oliveira discorre sobre a existência de efeitos jurídicos, ainda que não patrimoniais, mesmo em relações mais informais que o namoro. Exemplifica-se, para fins acadêmicos, que o “ficar”<sup>12</sup> pode ser causa de presunção de paternidade, pode ensejar a responsabilidade civil do “ficante”, que utiliza de informação pessoal do outro para tornar público – de forma zombeteira – suas conquistas, entre outras, as quais não escapam responsabilidade nos âmbitos penais e trabalhistas (OLIVEIRA, 2005, p.11).

O “ficar” de Oliveira se assemelha bastante à “relação de bolso” descrita por Bauman. O sociólogo afirma que tais relações são uma “encarnação da instantaneidade e da disponibilidade” (BAUMAN, 2004 p.29). No que tange as vantagens dessa relação, a doutrina do polonês, como esperado, não pesa a responsabilidade jurídica prevista nos ordenamentos, fixando-se apenas na parte sociológica.

Do ponto de vista da sociologia de Bauman, é pertinente ressaltar que o namoro aqui descrito coaduna com o mundo líquido, vez que:

Para nós, os habitantes deste líquido mundo moderno que detesta tudo o que é sólido e durável, tudo que não se ajusta ao uso instantâneo nem permite que se ponha fim ao esforço, tal perspectiva pode ser mais do que aquilo que estamos dispostos a exigir numa barganha. Estabelecer um vínculo de afinidade proclama a intenção de tornar esse vínculo semelhante ao parentesco — mas também a presteza em pagar o preço pelo avatar na moeda corrente da labuta diária e enfadonha. Quando não há disposição (ou, dado o treinamento oferecido e recebido, solvência de ativos), fica-se inclinado a pensar duas vezes antes de agir para concretizar a intenção (BAUMAN, 2004, p.35)

Embora, inicialmente, forçado entender que uma declaração de existência de um relacionamento, totalmente desnecessária (no sentido de que não há obrigação de prestá-la), se encaixa em uma realidade que coloca a fluidez e a desconexão em um pedestal, é necessário se aprofundar um pouco na discussão.

---

<sup>11</sup> Nos autos nº 1025481-13.2015.8.26.0554, em sede apelação, o tribunal paulista confirmou a sentença que decretava que não era possível mover uma ação judicial para dissolver o contrato de namoro, visto que não existe na lei previsão do “contrato de namoro”, o que comina não só na impossibilidade jurídica do pedido, mas também na falta de interesse de agir. Segue a ementa: “AÇÃO DE RECONHECIMENTO E DISSOLUÇÃO DE CONTRATO DE NAMORO CONSENSUAL. Falta de interesse de agir e impossibilidade jurídica do pedido. Inicial Indeferida. Processo Julgado Extinto. Sentença mantida. RECURSO DESPROVIDO. (TJ-SP - APL: 10254811320158260554 SP 1025481-13.2015.8.26.0554, Relator: Beretta da Silveira, Data de Julgamento: 28/06/2016, 3ª Câmara de Direito Privado, Data de Publicação: 28/06/2016).”

<sup>12</sup> Conforme explica o autor, o verbo “Passou a expressar, então, o contato pessoal com viés de achego amoroso, como resultado de uma “paquera” bem sucedida” (OLIVEIRA, 2005, p.2)



O tema foi discutido em uma dissertação de mestrado, ocasião em que a autora Marília Pedroso Xavier concluiu que “O contrato de namoro, (...), está em plena sintonia com os preceitos da sociedade líquido moderna, em especial, com o amor líquido “(XAVIER, 2011, p.77).

A, à época mestranda, explica que o namoro em si vem se alterando ao longo dos anos, de forma que um casal contemporâneo é capaz de compartilhar experiências que, em tempos antigos, somente era possível em momento posterior ao casamento, a exemplo de viagens e coabitação (XAVIER, 2011, p.105). Desse modo, a profundidade que os relacionamentos modernos possuem, pode acabar transmitindo uma ideia de união estável (aqui em sentido jurídico), ainda que não exista uma real vontade de constituir algo sólido. Assim, como instrumento hábil a garantir que não se forme um vínculo duradouro e de maior seriedade, o contrato de namoro passa a endossar a realidade vivida pelo casal (XAVIER, 2011, p.106).

## **6 RESPONSABILIDADE NOS RELACIONAMENTOS**

Em tópico anterior, foi mencionado que uma das vantagens do relacionamento virtual é justamente a facilidade com que se encerra este, e no caso do *webnamoro* formado por contrato, o benefício é potencializado.

Tendo em vista que o serviço ofertado é algo que permeia o campo do subjetivo, talvez seja válido algumas considerações.

É inquestionável que o consumidor ao ter um serviço injustamente cessado, pode pleitear perdas e danos<sup>13</sup>, desse modo, a confusão que supostamente poderia ser evitada, ganha uma nova forma. O viés comercial da relação é uma característica que não pode ser colocada de lado.

Na esfera dos relacionamentos clássicos, há de se falar no chamado “estelionato emocional”, o qual se apresenta o conceito formulado em julgado recente do Tribunal de Justiça do Distrito Federal:

Consoante construção doutrinária e jurisprudencial, o estelionato sentimental ou estelionato afetivo, na conformidade da definição alinhada ao estelionato pelo legislador penal (art. 171), se divisa quando um dos protagonistas do relacionamento amoroso, valendo-se de artifícios, ardis e dissimulação, induz o amásio à falsa percepção dos seus efetivos intentos, levando-o a erro como forma de obter para si

---

<sup>13</sup> *In casu*, a previsão legal que melhor se adequa é a do art. 84, §1º da Lei nº 8078/1990 (Código de Defesa do Consumidor)

vantagem ilícita em prejuízo do amásio, aperfeiçoando-se quando patenteado que um dos insertos no liame amoroso, induzido a falsa percepção dos intentos do amásio, envolve-se em obrigações pecuniárias em proveito exclusivo do protagonista do ilícito, legitimando que, ofendido nos direitos da sua personalidade, seja agraciado com compensação pecuniária compatível com os efeitos lesivos que experimentara (CAETANO, Teófilo. 2020)<sup>14</sup>

Trata-se de uma figura relativamente nova no direito, vez que sua redação não é expressa, e sim uma interpretação arquitetada após uma análise de casos que começaram a ter uma recorrência maior do que antigamente. Pode ser visto também, conforme fundamento de votos<sup>15</sup> que condenaram o réu por estelionato emocional, como um privilégio à dignidade da pessoa humana, frente a existência dos deveres nos relacionamentos interpessoais.

Outro caso clássico que acaba por ensejar indenização, é o do nubente que acaba por não concretizar o matrimônio após a expectativa do noivado. Nesse caso, conforme explica Oliveira, reunindo o pensamento de alguns autores, é necessário que se cumpram alguns requisitos, quais sejam, promessa de casamento pactuada pelos noivos pessoalmente, inexistência de justo motivo para o não cumprimento da promessa e a existência de dano ao outro nubente (OLIVEIRA, 2005, p.16).

Inicialmente pode parecer exagero que a mera quebra de um contrato de prestação de serviços possa caminhar para um lado tão pessoal a ponto de configurar um dano emocional pelo fim do serviço prestado. Talvez, de fato seja, porém as formas de relações mudam com o tempo. Se pensarmos no requisito apresentado anteriormente, de que os noivos devem prometer o matrimônio pessoalmente, é algo normal, e até lógico, não poderemos nos olvidar que a necessidade do consentimento da noiva só veio a aparecer com o *Decretum* de Graciano, no Século XII (SILVA, 2008, p.45-46).

Relevante aclarar que embora os relacionamentos virtuais sejam tratados com vantajosos pela sua superficialidade e facilidade de encerramento, dada a profundidade do envolvimento do casal, pode configurar até mesmo união estável. Após discorrer sobre os elementos necessários para a união estável, Raquel Válesi e Isa Stefano afirmam que:

Assim, a relação interpessoal, pela internet, possibilita o reconhecimento de uma união estável com os mesmos objetivos das relações interpessoais com presença física. Sendo eles vínculos duradouros e profundos<sup>12</sup>, levam a caracterizar uma união estável, ainda que virtual, e que pode ser reconhecida pelo ordenamento jurídico para que possa gerar os devidos efeitos legais.

---

<sup>14</sup> Trecho retirado do voto dos autos nº 0001370-71.2016.8.07.0005, do TJ-DF, Relator: TEÓFILO CAETANO, Data de Julgamento: 12/02/2020, 1ª Turma Cível, Data de Publicação: Publicado no PJE: 27/02/2020.

<sup>15</sup> A exemplo, cita-se o voto do próprio desembargador Teófilo Caetano, que escreveu o conceito utilizado de “estelionato sentimental” neste tópico.

Por derradeiro, reforça-se. A verdade da união intuitiva familiar é a dos fatos concretos, aceitos, autênticos e que legitimam ostentarem ser companheiros erga omnes, ainda que virtualmente (VÁLISE; STEFANO, 2020)

Dessa forma, não cabe pensar que o simples fato do relacionamento ocorrer em meio cibernético é motivo suficiente para que a relação seja vista como fluída, ainda que esta seja a regra.

Em vida líquida, Bauman afirma que a relação de consumo tem uma finalidade já definida, e perdura somente até o fim daquele ato, entretanto as relações humanas sempre deixam um “sedimento de vínculo humano, e esse sedimento se torna mais espesso com o tempo, à medida que se enriquece com as memórias do convívio. Cada encontro é simultaneamente um momento de conclusão e um recomeço - a interação não tem um "fim natural"” (BAUMAN, 2005, p. 140-141). O serviço ofertado nos contratos objetos deste estudo, parecem compilar um pouco de cada. O próprio serviço prestado é a interação humana, com habitualidade, e busca justamente que o tomador se sinta acolhido nos termos pactuados.

Entretanto, admite-se que o ponto em Bauman parece caminhar mais para a direção contrária, tendo em vista que, no fim, o serviço ainda é nada mais do que uma oportunidade de aquisição para o consumidor. Desse modo, observando por uma ótica estritamente mercantil, torna-se fácil para o contratante encerrar a relação. Conforme explica o sociólogo:

Os consumidores experientes não se incomodam em destinar as coisas para o lixo; ils (et elles, bien sûr) ne regrettent rien - aceitam a curta duração das coisas e seu desaparecimento predeterminado com tranquilidade, ou por vezes com uma satisfação mal disfarçada. Os adeptos mais habilidosos e sagazes da arte consumista sabem como se regozijar por se livrar de coisas que ultrapassaram o tempo de uso (leia-se: de desfrute). Para os mestres dessa arte, o valor de cada objeto está igualmente em suas virtudes e limitações: os defeitos já conhecidos e aqueles que ainda serão (inevitavelmente) revelados prometem renovação e rejuvenescimento iminentes, novas aventuras, novas sensações, novas alegrias (BAUMAN, 2005, p.111).

Seja como for, dificilmente a doutrina e os tribunais se interessarão pelo tema até que o serviço de *webnamoro* profissional se torne algo mais cotidiano, saindo do nicho que ocupa hoje.

## 7 CONCLUSÃO

A doutrina de Bauman parece se tornar uma realidade cada vez mais expressa na sociedade, com indivíduos prontos para fomentar o consumo a qualquer custo, e relacionamentos virtuais, que não demandam o mesmo comprometimento que os presenciais.

A legislação, por meio de normas como o Código de Defesa do Consumidor, e a jurisprudência, tentam se adaptar sempre a uma nova realidade, porém com a mudança de comportamento, e a volubilidade dos hábitos, a alteração pode não ser rápida o suficiente.

Em tempos de pandemia, em que o isolamento social é não somente uma regra, mas uma questão de sobrevivência, a construção dos relacionamentos em ambiente virtual deve se potencializar ainda mais.

O afeto, atenção, relacionamento, como um serviço a ser comercializado em meio virtual é algo pouco explorado, e suas implicações ainda são desconhecidas para o ordenamento.

Embora, inicialmente, não se veja problema no objeto vendido, essa pode não ser a situação nos próximos anos. Seja como for, o *webnamoro profissional* é uma realidade, e seu surgimento se enquadra perfeitamente no mundo líquido de Bauman, tanto pelo perfil de consumismo, quanto dos relacionamentos triviais.

## REFERÊNCIAS:

ACSELRAD, Marcio; BARBOSA, Rafaelly Rocha Lima. O amor nos tempos do Tinder: Uma análise dos relacionamentos amorosos na contemporaneidade a partir da compreensão de adultos e jovens adultos. **Revista Estudos e Pesquisas em Psicologia**, v. 17, n. 1, 2017, p. 161-180. Disponível em: <https://www.epublicacoes.uerj.br/index.php/revispsi/article/view/34770/25536> Acesso em: 24 set. 2020

BALLONE, G J; MOURA, E C. **Compulsão à Internet, Mito ou Realidade**, in. PsiqWeb, Internet, disponível em <http://www.psiqweb.med.br/site/?area=NO/LerNoticia&idNoticia=104> Acesso em: 24 set. 2020

BAUMAN, Zygmunt. **VIDA PARA CONSUMO: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2007

BAUMAN, Zygmunt. **AMOR LÍQUIDO sobre a fragilidade dos laços humanos**. Ed. Zahar. 2004. São Paulo.

BAUMAN, Zygmunt. **VIDA LÍQUIDA sobre a fragilidade dos laços humanos**. Ed. Zahar. 2005. São Paulo

BAUMAN, Zygmunt. **A ÉTICA É POSSÍVEL NUM MUNDO DE CONSUMIDORES?** Ed. Zahar. 2011. São Paulo

BAUMAN, Zygmunt. **MODERNIDADE LIQUIDA.** Rio de Janeiro: Ed. Zahar. 2001. São Paulo

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Poder Executivo, Brasília, DF, 12 de setembro de 1990. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18078compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm) Acesso em: 24 set 2020.

BRASIL. **Tribunal de Justiça de São Paulo.** Acórdão dos Autos nº 1025481-13.2015.8.26.0554, Relator: Beretta da Silveira, Data de Julgamento: 28/06/2016, 3ª Câmara de Direito Privado, Data de Publicação: 28/06/2016.

BRASIL. **Tribunal de Justiça do Distrito Federal.** Acórdão dos Autos nº 0001370-71.2016.8.07.0005, do TJ-DF, Relator: TEÓFILO CAETANO, Data de Julgamento: 12/02/2020, 1ª Turma Cível, Data de Publicação: Publicado no PJE: 27/02/2020.

COSTA, Daiane. Apenas metade de 58 países conta com políticas nacionais de proteção ao consumidor, aponta pesquisa. **Jornal O Globo.** 2013. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/defesa-do-consumidor/apenas-metade-de-58-paises-counta-com-politicas-nacionais-de-protecao-ao-consumidor-aponta-pesquisa-8055483> Acesso em: 24 set 2020

EIRAS, Natalia. Webnamoradas cobram R\$ 20 para ter relacionamentos virtuais de aluguel. **UOL.** Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2019/07/11/webnamoro-elas-cobram-r-20-o-dia-para-serem-namoradas-virtuais-de-aluguel.htm> Acesso em: 24 set 2020

KRYSINSKA, Dorota. **Hikikomori (Social Withdrawal) in Japan: Discourses of Media and Scholars; Multicausal Explanations of the Phenomenon.** 2002. Dissertação (Master of Arts in East Asian Studies). University of Warsaw

OLIVEIRA, Euclides. A escalada do afeto no direito de família: ficar, namorar, conviver, casar. **Anais - V Congresso Brasileiro de Direito de Família.** Ed Thomson, 2005. Disponível em: [http://www.ibdfam.org.br/\\_img/congressos/anais/13.pdf](http://www.ibdfam.org.br/_img/congressos/anais/13.pdf) Acesso em: 24 set 2020

PINCINI, Juliane; BAVARESCO, Ângela Maria. Relacionamento Virtual. 2013. Disponível em: <https://psicologado.com.br/abordagens/psicanalise/relacionamento-virtual> Acesso em: 24 set 2020

SILVA, Carolina Gual. **Até que a morte os separe: casamento reformado nos séculos XI-XII.** Dissertação (Mestrado em História Social). 2008. Universidade Estadual de São Paulo.

VÁLESI, Raquel; STEFANO, Isa Gabriela de Almeida. **Relacionamento virtual pode gerar união estável. 2020.** Disponível em:

<https://www.migalhas.com.br/depeso/331807/relacionamento-virtual-pode-gerar-uniao-estavel> Acesso em: 24 set 2020

VELOSO, Zeno. **É NAMORO OU UNIÃO ESTÁVEL?** 2016. Disponível em <http://www.ibdfam.org.br/noticias/6060> Acesso em: 24 set 2020

XAVIER, Marília Pedrosa. **CONTRATO DE NAMORO: AMOR LÍQUIDO E DIREITO DE FAMÍLIA MÍNIMO.** Dissertação (Mestrado em direito). 2011. Universidade Federal do Paraná.