

# DESAFIOS DA PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NA PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS

## *THE CHALLENGES OF CONSUMER PROTECTION DURING THE NEW CORONAVIRUS PANDEMIC*

### **Samuel Pontes do Nascimento**

Doutor e Mestre em Direito pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Professor de Direito na Universidade Federal do Piauí (UFPI). Teresina – PI – Brasil.

E-mail: samuelnascimento@ufpi.edu.br

### **Dante Ponte de Brito**

Pós-Doutor em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Doutor em Direito pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Mestre em Ciências Jurídicas pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Professor do Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal do Piauí (UFPI). Teresina – PI – Brasil.

E-mail: dantepbh@ufpi.edu.br

### **Ana Luiza Masstalerz Pires Aragão**

Mestra em Direito pela Universidade Federal do Piauí (UFPI), vinculada à linha de pesquisa “Mudanças Institucionais na Ordem Privada”. Servidora do Ministério Público do estado do Piauí. Teresina – PI – Brasil.

E-mail: analuizamps@gmail.com

### **Gabriel de Andrade Pierote**

Mestre em Direito pela Universidade Federal do Piauí (UFPI), vinculado à linha de pesquisa “Mudanças Institucionais na Ordem Privada”. Advogado inscrito na OAB/PI nº 9071. Teresina – PI – Brasil.

E-mail: pierot\_advocacia@hotmail.com

### **Pablo Edirmando Santos Normando**

Mestre em Direito pela Universidade Federal do Piauí (UFPI), vinculado à linha de pesquisa “Mudanças Institucionais na Ordem Privada”. Advogado inscrito na OAB/PI nº 7920. Teresina – PI – Brasil.

E-mail: pnormando@gmail.com

**Resumo:** O presente artigo tem por objetivo realizar breve incursão nos problemas que os consumidores tiveram de enfrentar durante a pandemia do novo coronavírus. Para tanto, foram analisadas algumas normas (leis, decretos e medidas provisórias) produzidas no período, bem como uma decisão judicial do Supremo Tribunal Federal, sob a perspectiva de interdisciplinaridade do Direito do Consumidor com o Direito Econômico. Além disso, foi utilizada a pesquisa bibliográfica e aplicados os métodos comparativo e sistemático no decorrer do estudo. Como resultado deste trabalho, verificou-se a vulnerabilidade aumentada do consumidor e os desafios para a defesa de seus direitos durante o período de pandemia, especialmente diante da necessidade de proteção dos contratos de consumo e observância do princípio da boa-fé, objetivamente considerada. Por fim, restou clara a necessidade de novos marcos regulatórios, tanto no que diz respeito ao tratamento do superendividamento do consumidor, como também pela necessidade de que a proteção internacional do consumidor seja uma política global no século XXI.

**Palavras-chave:** Direito Econômico; Consumidor; Coronavírus; Vulnerabilidade; Pandemia.

**Abstract:** This article aims to make a brief incursion into the problems that consumers suffered during a pandemic of new coronaviruses. For this purpose, some norms (laws, decrees and provisional measures) were analyzed, as well as a judicial decision of the Supreme Federal Court, under the interdisciplinary perspective of Consumer Law with Economic Law. In addition, a bibliographic search was made and comparative and systematic methods were used throughout the study. As a result of this work, there was an increased vulnerability of the consumer and the challenges of defending his rights during the pandemic period, especially given the need to protect consumer contracts and observe the principle of good faith, objectively considered. Finally, the necessity of new regulatory frameworks was clear, as much as respecting the treatment of consumer over-indebtedness, as well as the need for international consumer protection to be a global policy in the 21st century.

**Keywords:** Economic Law; Consumer; Coronavirus; Vulnerability; Pandemic.

**Sumário:** 1 Introdução. 2 A influência da pandemia no comportamento dos consumidores brasileiros. 2.1 A pandemia do novo coronavírus no Brasil. 2.2 Os novos comportamentos consumeristas em tempos de pandemia e a tutela do CDC. 2.3 Hipervulnerabilidade situacional do consumidor. 3 Consumo, economia e pandemia. 3.1 Diálogo interdisciplinar entre o Direito do Consumidor e o Direito Econômico. 3.2 Reflexos da pandemia nas relações de consumo. 4 Conclusões. Referências.

## 1 INTRODUÇÃO

A pandemia do novo coronavírus mudou a forma de agir das pessoas por todo o mundo. Com a recomendação de isolamento social e de adoção de medidas preventivas à disseminação da doença, a forma das pessoas de se relacionarem se transformou, o que gerou uma série de problemas no que tange à proteção dos direitos do consumidor.

O presente artigo tem por objetivo analisar de que forma o cenário pandêmico impactou o direito consumerista no Brasil, no âmbito legal e jurisprudencial, buscando, para tanto, compreender as mudanças de comportamento dos consumidores diante da crise sanitária global e as conexões existentes entre o Direito do Consumidor e o Direito Econômico. Além disso, objetiva-se avaliar se os desafios encontrados pelos consumidores, em tempos de pandemia, possuem amparo no Código de Defesa do Consumidor (CDC), com o escopo de realizar uma crítica sobre as produções legislativas que abrangem questões relacionadas ao consumo, especialmente por meio da espécie normativa das medidas provisórias.

A pesquisa foi pautada nos métodos comparativo e sistemático, com investigação bibliográfica. Na primeira seção do artigo, foi objeto de estudo a descrição do cenário pandêmico no Brasil, bem como sua influência nos comportamentos dos consumidores durante a crise. Na segunda parte, analisou-se a hipervulnerabilidade situacional do consumidor. No terceiro momento, foram apresentados a importância do Direito Econômico para as relações de consumo e os reflexos da pandemia aos consumidores. Por fim, na última seção deste trabalho apresentam-se as conclusões obtidas.

## **2 A INFLUÊNCIA DA PANDEMIA NO COMPORTAMENTO DOS CONSUMIDORES BRASILEIROS**

Para apontar em termos gerais os efeitos pandêmicos, se mostra necessário abordar um breve histórico, com enfoque nos novos comportamentos observados, nas possibilidades de atuação na seara consumerista e na hipervulnerabilidade do consumidor, o que será feito a seguir.

### **2.1 A pandemia do novo coronavírus no Brasil**

No fim do ano de 2019, um vírus, até então desconhecido, alastrou-se pelo mundo. As campanhas pelo isolamento social, recomendando que as pessoas permanecessem em suas casas, tomaram conta dos noticiários na mídia impressa, televisiva e digital. Isso porque a Organização Mundial de

Saúde (OMS declara..., 2020) declarou que o surto da doença causada pela propagação do novo coronavírus (SARS-CoV-2) constituía Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII).

A ESPII é considerada, nos termos do Regulamento Sanitário Internacional (RSI), um evento extraordinário que pode constituir um risco de saúde pública para outros países devido à disseminação internacional de doenças; e, potencialmente, requer uma resposta internacional coordenada e imediata (WHO, 2005). Essa situação repercutiu em diversos países, inclusive no Brasil, que, por meio da Portaria do Ministério da Saúde nº 188, de 3 de fevereiro de 2020, declarou “Emergência em Saúde Pública de Importância Nacional”, em decorrência da infecção humana pelo novo coronavírus, considerando que a situação demandava o emprego urgente de medidas de prevenção, controle e contenção de riscos, danos e agravos à saúde pública.

Em 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou pandemia para o novo coronavírus, referindo-se à distribuição geográfica da doença pelo planeta. Tal designação reconheceu que existiam surtos concomitantes de COVID-19 em diversas regiões do mundo. Desse modo, restou reconhecido o risco potencial de essa doença infecciosa atingir a população mundial de forma simultânea, não se limitando aos locais que já tinham sido identificados como de transmissão interna (GHEBREYESUS, 2020).

A pandemia do novo coronavírus, no Brasil, resultou na publicação do Decreto Legislativo nº 06/2020, o qual reconhece, para os fins do artigo 65 da Lei Complementar nº 101, de 4 de maio de 2000, a ocorrência do estado de calamidade pública. Segundo Cruz (2020, p. 105), “a calamidade pública representa uma estratégia para a adoção de maior flexibilidade orçamentária por parte do Poder Executivo, diante das limitações legais existentes”. Isso porque, em um estado de calamidade pública, gastos imprevistos precisam ser efetuados para que seja possível implementar estratégias para lidar com a crise, por exemplo, por meio da construção de hospitais de campanha, da contratação de profissionais de saúde, da aquisição de materiais e equipamentos novos, bem como da concessão de auxílios emergenciais àqueles que deles necessitam.

Logo, foi editada a Lei nº 13.982, de 2 de abril de 2020, que estabeleceu medidas excepcionais de proteção social a serem adotadas durante o período de enfrentamento da emergência de saúde pública de

importância internacional decorrente do novo coronavírus. Entre tais medidas estava a concessão de auxílio emergencial, no valor de R\$ 600,00 (seiscentos reais), pelo período de três meses, ao trabalhador que preenchesse os requisitos elencados nos incisos do artigo 2<sup>o</sup>.

Nos termos da Nota Técnica nº 60/2020 do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), Souza et al. (2020, p. 11) afirmam que: “Transferir recursos para que as famílias que reduziram ou perderam sua atividade econômica possam manter uma parte do seu consumo é socialmente urgente e economicamente fundamental para evitar uma espiral depressiva”. Dessa maneira, percebe-se que a concessão de auxílio emergencial teve, entre seus objetivos, a função de proteger o poder aquisitivo das pessoas, a fim de que elas pudessem continuar exercendo seu papel de consumidoras.

Diante da importância do auxílio emergencial e do agravamento da crise sanitária, houve a prorrogação da assistência financeira no ano de 2020 até o mês de dezembro (POZZEBOM, 2020). Entretanto, os comportamentos de consumo dos brasileiros em 2020 sofreram diversas alterações, a seguir abordadas.

## 2.2 Os novos comportamentos consumeristas em tempos de pandemia e a tutela do CDC

---

<sup>1</sup> Art. 2º Durante o período de 3 (três) meses, a contar da publicação desta Lei, será concedido auxílio emergencial no valor de R\$ 600,00 (seiscentos reais) mensais ao trabalhador que cumpra cumulativamente os seguintes requisitos: I - seja maior de 18 (dezoito) anos de idade, salvo no caso de mães adolescentes; (Redação dada pela Lei nº 13.998, de 2020); II - não tenha emprego formal ativo; III - não seja titular de benefício previdenciário ou assistencial ou beneficiário do seguro-desemprego ou de programa de transferência de renda federal, ressalvado, nos termos dos §§ 1º e 2º, o Bolsa Família; IV - cuja renda familiar mensal per capita seja de até 1/2 (meio) salário-mínimo ou a renda familiar mensal total seja de até 3 (três) salários mínimos; V - que, no ano de 2018, não tenha recebido rendimentos tributáveis acima de R\$ 28.559,70 (vinte e oito mil, quinhentos e cinquenta e nove reais e setenta centavos); e VI - que exerça atividade na condição de: a) microempreendedor individual (MEI); b) contribuinte individual do Regime Geral de Previdência Social que contribua na forma do caput ou do inciso I do § 2º do art. 21 da Lei nº 8.212, de 24 de julho de 1991; ou c) trabalhador informal, seja empregado, autônomo ou desempregado, de qualquer natureza, inclusive o intermitente inativo, inscrito no Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal (CadÚnico) até 20 de março de 2020, ou que, nos termos de autodeclaração, cumpra o requisito do inciso IV. (BRASIL, 2020d).

Nos pronunciamentos oficiais do Ministério da Saúde (MS), verificou-se a indicação da possibilidade de colapso do Sistema Único de Saúde (SUS) e do complementar (VALENTE, 2020). Assim, de nada adiantaria possuir recursos financeiros ou plano de saúde, pois, com a ampla disseminação do novo coronavírus muitas pessoas precisavam, ao mesmo tempo, dos recursos ofertados nos hospitais (como medicações e respiradores), sem o atendimento de todos durante alguns períodos críticos, com destaque negativo em janeiro de 2021, quando faltou oxigênio nos principais hospitais de Manaus, capital do estado do Amazonas (ARRUDA, 2021).

Os consumidores passaram a adotar novos comportamentos, em virtude das mudanças na vida social causadas pela pandemia, especialmente com a recomendação de isolamento social (em maior ou menor grau, a depender dos índices epidemiológicos de cada Estado brasileiro). Nesse cenário, compras antes feitas em lojas físicas agora se concretizavam por meio virtual, por sites ou aplicativos, o que acarretou o crescimento do *e-commerce*. Além disso, muitos restaurantes iniciaram ou ampliaram o serviço de entrega por *delivery* e o aplicativo Ifood criou a opção de o consumidor selecionar se desejava receber o seu pedido tendo ou não contato físico com o entregador.

Com os cinemas fechados, o consumo de filmes por meio de plataformas de *streaming*, como a Netflix e o Amazon Prime Video, passou a ser mais frequente. Os ingressos para shows deram lugar às lives, nas quais cantores realizam verdadeiros espetáculos *on-line* nas redes sociais. Algumas empresas também disponibilizaram produtos e serviços de forma gratuita, como a Amazon, que ofertou acesso, sem custo algum, a uma variedade de *e-books*.

Kim (2020), em seu artigo “The Impact of COVID-19 on Consumers: preparing for digital sales”, afirma que a pandemia teve alguns impactos duradouros na cultura do consumidor, de modo que talvez possa ter havido uma transformação na estrutura do mercado para sempre. Dessa maneira, Kim indica que as adaptações dos consumidores às compras *on-line* foram aceleradas pela pandemia e, provavelmente, não terminarão ou se reduzirão mesmo quando superada a crise sanitária global causada pela COVID-19.

Kim (2020) cita estudo anterior, no qual foi descoberto que as duas motivações dominantes para se fazer compras em lojas físicas, em vez de fazer compras *on-line*, são adquirir bens imediatos e realizar interações sociais. Por outro lado, para as compras *on-line* as motivações consistem na



conveniência e economia propiciada ao consumidor. Dessa maneira, uma barreira potencial que fazia com que muitos consumidores hesitassem em adotar compras *on-line* era o custo de aprendizado. Nesse aspecto, Kim entende que a pandemia pode ter sido um gatilho que induziu aquelas pessoas que eram avessas à nova maneira de fazer compras a, finalmente, adquirirem produtos por meio do *e-commerce*.

Se, por um lado, o aumento do *e-commerce* pode aparentar uma boa solução para que o consumidor consiga adquirir produtos e serviços em tempos de pandemia, por outro lado o ciberespaço revela-se como um local onde é majorada a vulnerabilidade do consumidor, especialmente ante a ocorrência de fraudes virtuais, veiculação de mensagens publicitárias subliminares na internet, entre outras armadilhas que podem prejudicá-lo.

Com as lojas fechadas e a paralisação de muitas indústrias, os consumidores começaram a perceber o desaparecimento de alguns produtos nas prateleiras dos supermercados e farmácias (que continuaram funcionando, por se tratar de atividade essencial, por definição legal). Essa também foi uma das situações geradas pela pandemia que ocasionaram mudança no comportamento dos consumidores brasileiros, os quais iniciaram a prática de consumo predatório de alguns itens. O álcool em gel foi o primeiro item que sumiu das prateleiras e, logo depois dele, desapareceram os equipamentos de proteção individual, como máscaras e luvas (ALVARENGA, 2020).

D'Aquino e Mucelin (2020) perceberam que fornecedores, em todo o Brasil, estavam aproveitando o crescimento da demanda por alguns bens de primeira necessidade e aumentando, dia após dia, os preços de tais produtos. As autoras afirmam, ainda, que são as práticas desses fornecedores que estão oportunizando o consumo predatório dos referidos itens, o que deixa parte da população (especialmente os mais pobres) sem acesso a eles e, por consequência, mais exposta aos riscos da contaminação.

Nesse sentido, observa-se que o CDC, em seu artigo 39, inciso X, prevê como prática abusiva “elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços” (BRASIL, 1990). Ao analisar essa situação, D'Aquino e Mucelin (2020, p. 6) concluem que:

De pronto, pode-se categorizar o aumento de preços de produtos combativos do COVID-19 como prática abusiva, haja vista haver o

reconhecimento de vulnerabilidade agravada dos consumidores, conforme o caso; não haver justificção plausível para tais aumentos; e, como é questão de saúde pública, a dimensão é inegavelmente coletiva, sem falar, no que toca ao terceiro critério, da violação dos diversos deveres dirigidos aos fornecedores para a garantia da saúde (financeira, física ou psíquica) do consumidor.

Paralelamente à escassez de produtos e aumento de preços, surgiram no mercado itens de primeira necessidade adulterados (OPERAÇÃO..., 2020). O CDC possui previsão expressa sobre essa situação, dispondo em seu artigo 18, § 6º, inciso II, que são impróprios ao uso e consumo “os produtos deteriorados, alterados, adulterados, avariados, falsificados, corrompidos, fraudados, nocivos à vida ou à saúde, perigosos ou, ainda, aqueles em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação” (BRASIL, 1990). Com fulcro no artigo 39, inciso VIII, do CDC, é possível inclusive enquadrar como abusiva a prática de “colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes” (BRASIL, 1990).

Outra situação que vem vitimando o consumidor, em tempos de pandemia, é a propagação de notícias falsas acerca de remédios ou técnicas milagrosas para a prevenção ou cura da infecção causada pelo novo coronavírus (SANTIAGO, 2020). Muitos consumidores também mudaram seus comportamentos por acreditarem em falsas notícias.

As *fake news*, com o advento da popularização das redes sociais, passaram a se espalhar em velocidade superior à do próprio vírus e corroboraram com o sentimento de incerteza, potencializando a condição de vulnerabilidade do consumidor. Nesse caso específico, trata-se de hipótese de vulnerabilidade informacional, que se caracteriza pela fragilidade do consumidor no que se refere à baixa qualidade da informação prestada e veiculada pelos anunciantes e veículos de comunicação. Com relação à propagação de inverdades, o artigo 68 do CDC prevê como crime “fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde” (BRASIL, 1990).

Assim, destaca-se que, durante a elaboração deste trabalho, encontra-se em trâmite no Congresso Nacional o Projeto de Lei nº 738/2020, de



autoria do deputado federal Gil Cutrim, o qual acrescenta como agravante de crime contra o consumidor o fato de ser praticado em momentos de epidemia e pandemia. Atualmente, o CDC lista dois agravantes: se a prática for cometida em época de grave crise econômica ou de calamidade.

Por fim, outra situação que pode ser apontada como decorrente da pandemia e que mudou o comportamento do consumidor está relacionada ao setor da aviação e do turismo. Isso porque, ante o fechamento das fronteiras entre os países, muitos consumidores tiveram de suportar também o cancelamento de voos e remarcação de suas viagens. Sobre o tema, entrou em vigor no dia 18 de junho de 2021 a Lei nº 14.174/2021, que prorroga até o final de 2021 as regras de reembolso e remarcação de passagens aéreas para os voos cancelados durante a pandemia de Covid-19 (BRASIL, 2021a). A mencionada lei regulamenta o direito ao reembolso, ao crédito, à acomodação ou à remarcação do voo, independentemente do meio de pagamento utilizado para a compra da passagem.

A respeito dessa situação, a Portaria nº 125, de 19 de março de 2020 (BRASIL, 2020g), dispôs sobre a restrição excepcional e temporária de entrada no Brasil de estrangeiros vindos do exterior, conforme recomendação da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Posteriormente, a Portaria nº 204, de 29 de abril de 2020 (BRASIL, 2020h), tratou sobre essa restrição pela via terrestre, deixando o consumidor sem muitas opções para realizar viagens já planejadas.

Diante do exposto, com a pandemia do novo coronavírus, o consumidor teve de enfrentar diversas situações inesperadas, nas quais sua condição de vulnerabilidade foi agravada, desafiando os órgãos de proteção e defesa a adotarem providências. Em relação a essa hipervulnerabilidade situacional, o próximo tópico aprofundará o tema.

### **2.3 Hipervulnerabilidade situacional do consumidor**

Segundo Bauman (2008, p. 73), a modernidade líquida aponta para uma sociedade de consumidores, na qual “todo mundo precisa ser, deve ser e tem que ser um consumidor por vocação” e cujo habitat natural estaria “estruturado em torno dos shoppings centers, onde as mercadorias são procuradas, encontradas e obtidas, e nas ruas onde as mercadorias adquiridas

nas lojas são exibidas ao público para dotar seus portadores de valores de mercado”.

Dessa afirmação surgem duas importantes indagações que são fundamentais para o estudo da vulnerabilidade do consumidor durante o estado de calamidade pública, decorrente da pandemia do novo coronavírus (COVID-19).

A primeira questão é a seguinte: com a redução do poder aquisitivo das pessoas, elas mesmas passam a se perceber como pessoas, se diminuíram sua faceta de consumidoras? Em resposta a essa primeira reflexão é possível perceber que a vulnerabilidade do consumidor foi agravada em decorrência da recomendação de isolamento social, quando muitas pessoas se viram impedidas de exercer o seu labor. Essa situação corroborou com a redução significativa de seus salários e, por consequência, como consumidoras que são, perderam o poder de compra, afastando-se de sua vocação.

Noutro plano, pode-se indagar: de que forma o consumidor está se relacionando com o que se acostumou a ver como seu habitat natural em tempos de pandemia do novo coronavírus? Com os decretos do Poder Executivo que determinaram o fechamento de grande parte do comércio (lojas e shoppings centers), observa-se que a sociedade de consumidores se isolou, fisicamente, do que vinha considerando ser seu habitat natural.

Em resposta a essa segunda reflexão, percebe-se uma tendência de virtualização do habitat natural da sociedade de consumidores. De acordo com os dados divulgados na 41ª edição do Webshoppers (EBIT, 2020), um amplo relatório sobre *e-commerce* elaborado semestralmente pela Ebit Nielsen, em parceria com a Elo, entre os dias 17 de março e 27 de abril de 2020, período em que já havia recomendação para se cumprir o isolamento social em decorrência da pandemia, o comércio eletrônico brasileiro chegou a faturar R\$ 8,4 bilhões, variação de 48,3% sobre o período de 19 de março a 29 de abril de 2019 (R\$ 5,7 bilhões).

Brito (2016) explica que, quando há um agravamento na condição do consumidor, como sujeito mais frágil da relação consumerista, ou seja, quando a sua vulnerabilidade é potencializada, tem-se uma situação de hipervulnerabilidade. Nesse esteio de pensamento, afirma que:

A hipervulnerabilidade também denominada de “vulnerabilidade potencializada” ou “dupla vulnerabilidade” constitui um conceito implícito no ordenamento jurídico pátrio que merece atenção em um estudo que trata da violação dos direitos do consumidor por meio da publicidade subliminar na internet. (BRITO, 2016, p. 92).

Por sua vez, Pasqualotto e Soares (2017, p. 86) lecionam que a hipervulnerabilidade do consumidor pode ocorrer quando a formação do vínculo de consumo se deu, “por exemplo, pela aquisição de produtos em época de escassez gerada por situação de calamidade ou de desastre, como, aproximando-se da ideia de lesão, caracterizada como defeito do negócio jurídico”. Essa situação é exatamente a mesma da atualidade, em que o consumidor convive com a pandemia do novo coronavírus.

Nesse contexto, outro aspecto merece ser destacado, referente à necessidade de proteção dos dados do consumidor com aumento do consumo nos ambientes virtuais. Nesse meio, Bioni (2020, p. 158) considera os consumidores hipervulneráveis, pois a posição vulnerável do consumidor é agravada com a assimetria existente nos aspectos técnico, econômico e informacional.

Bioni (2020, p. 264) pontua que, diante das condições mencionadas, faz-se necessário o empoderamento do consumidor e uma “reavaliação do paradigma da autodeterminação informacional e o papel do consentimento na proteção de dados pessoais”. O autor sugere maior intervenção do Estado na economia da informação, com intuito de minimizar a assimetria existente e fortalecer a proteção contratual ao consumidor (BIONI, 2020, p. 265). Vale ressaltar que, durante a pandemia, em 18 de setembro de 2020, entrou em vigor a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), promulgada em 2018 (BRASIL, 2018).

Assim, partindo desse mesmo esteio de pensamento, e considerando a situação de hipervulnerabilidade do consumidor, serão abordados alguns reflexos da pandemia nas relações de consumo na seção seguinte.

### **3 CONSUMO, ECONOMIA E PANDEMIA**

### 3.1 Diálogo interdisciplinar entre o Direito do Consumidor e o Direito Econômico

A interação entre Direito do Consumidor e Direito Econômico é muito próxima e merece ser analisada de maneira conjunta. Souza (2005, p. 576-580) afirma que o instituto do consumo figura como conteúdo do Direito Econômico e que o próprio conceito jurídico de consumo é baseado no conceito econômico. O autor afirma ainda que “as relações de consumo assumem características de Direito Econômico quando tomadas pelo prisma de uma política voltada para objetivos definidos ideologicamente” (SOUZA, 2005, p. 584).

A relação é tão próxima que pode ser percebida, inclusive, em peculiaridades hermenêuticas, conforme ensina Souza (2005, p. 591), ao indicar que, “enquanto se destaca a sua identificação com o Direito Econômico, vemos também que o Código inova com a introdução de recursos hermenêuticos como outros tantos instrumentos jurídicos adequados à busca da justiça pelo caminho dessa disciplina”.

As relações de consumo necessitam, primeiramente, ser analisadas sob o aspecto constitucional e, para isso, tem-se a defesa do consumidor como um verdadeiro direito fundamental. Oliveira (2017, p. 15) leciona que a ideologia constitucionalmente adotada traz o direito do consumidor como um dos direitos fundamentais, disposto no inciso XXXII do artigo 5º da Constituição da República Federativa de 1988 (CR/1988).

E, nos dispositivos constitucionais da ordem econômica, presentes na CR/1988, apresenta-se como princípio a defesa do consumidor, disposto no inciso V do artigo 170, em que se positiva a necessidade de balanceamento, de um lado, do poder econômico do capitalismo e do livre mercado e, do outro lado, da defesa do consumidor (OLIVEIRA, 2017, p. 20).

Corroborando com tal perspectiva, Clark, Corrêa e Nascimento (2017, p. 683-684) explicam que o estudo das relações de consumo, tipicamente abordadas pelo Direito do Consumidor, também diz respeito ao Direito Econômico. Isso porque a proteção constitucional às relações de consumo está inserida no âmbito da constituição econômica (denominação para o núcleo central disposto nos artigos 170 a 192 da CR/1988). Assim lecionam Clark, Corrêa e Nascimento (2017, p. 683-684):

No âmbito teórico, a doutrina do Direito Econômico pós-1988 exerceu um papel de busca pela afirmação da Constituição Econômica como espaço de reconhecimento de que o nosso capitalismo periférico deveria ser axiologicamente transformados por valores sociais como pleno emprego, soberania econômica, desenvolvimento nacional, proteção ao meio ambiente, defesa do consumidor, apesar de adotar também valores liberais, como a livre iniciativa, livre concorrência e propriedade privada dos meios de produção. Todavia, apesar do texto constitucional de 1988 admitir o sistema (espécie) capitalista, em sua constituição econômica, o modelo produtivo (gênero) é plural.

Bercovici (2009, p. 519) afirma que, para combater abusos dos detentores do poder econômico privado, a CR/1988 impõe que o Estado brasileiro precisa ampliar seu poder no aspecto econômico. As mudanças ocorridas no âmbito econômico durante o período da pandemia resultam não apenas de atos institucionais. Conforme dito por Salles e Sause (2020, p. 32), “os mercados são baseados em instituições que regulam quem pode participar dele, e sob quais condições”. Não obstante, afirmam ainda que “os agentes são afetados não apenas por regras formais, mas também por convenções sociais, normas de conduta e hábitos comumente aceitos pela sociedade” (SALLES; SAUSE, 2020, p. 32). Nesse sentido, temos que mercado e Estado precisam estar em harmonia, para que ocorra o desenvolvimento econômico, o que reflete em proteção ao consumidor. Sobre o tema, importante a compreensão da relação entre mercado e Estado:

Instituições promovem mudanças na conduta dos indivíduos e afetam a maneira pela qual as relações políticas são estabelecidas. Promovem assim diferentes trajetórias de desenvolvimento econômico das nações. O mercado e o Estado – agentes fundamentais deste processo – estão intimamente correlacionados entre si e afeitos às questões de natureza política. (SALLES e SAUSE, 2020, p. 32).

Nessa conexão do Direito do Consumidor com o Direito Econômico é que Oliveira (2017, p. 20) observa o problema do superendividamento, compreendido como um mercado de consumo em franco crescimento e, por vezes, com incentivos do próprio Estado para o crescimento da produção por meio do consumo. Nesse ciclo de endividamento e de necessidade de

consumo, potencializado pelas consequências da pandemia, Oliveira (2017, p. 20) explica que se:

[...] aprisiona o consumidor em uma cadeia de consumo cada vez mais frenética, acelerada e sem qualquer limitação à oferta de crédito ou preocupação com comportamentos e hábitos de consumo consciente.

Comparato (1978, p. 467) recorda que um dos instrumentos de execução da política econômica do Estado é a ação imperativa ou colaborativa com os agentes privados. Nota-se que o período da pandemia seria o momento oportuno para tais ações estatais. Porém, como discorrido, as ações colaborativas e imperativas foram tímidas em face das diversas dificuldades expostas no âmbito consumerista.

Portanto, possíveis soluções para os problemas decorrentes das relações de consumo, especialmente daquelas provenientes do período pandêmico, necessitam ser buscadas além das regras dispostas no Direito do Consumidor, havendo uma correlação multidisciplinar com o Direito Econômico, diante da comprovada origem da defesa do consumidor como regra disposta na Constituição econômica. Os reflexos da pandemia são, portanto, muitos, cabendo abordar, na sequência, os relativos ao consumo.

### **3.2 Reflexos da pandemia nas relações de consumo**

Para tentar lidar com o cenário pandêmico, o governo brasileiro passou a produzir normas com impacto direto na vida da sociedade. Houve, então, a previsão legal do isolamento social (separação de pessoas doentes ou contaminadas, ou de bagagens, meios de transporte, mercadorias ou encomendas postais afetadas, entre outras condutas, de maneira a buscar evitar a contaminação ou a propagação do coronavírus) e da 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), conforme disposto no artigo 2º da Lei nº 13.979/2020 (BRASIL, 2020c).



Além disso, por meio do Decreto nº 10.282/2020 (BRASIL, 2020b), foram definidos os serviços públicos e as atividades essenciais, ou seja, aquelas que são indispensáveis ao atendimento das necessidades inadiáveis da comunidade, pois, se não forem atendidas, colocam em perigo a sobrevivência, a saúde ou a segurança da população. Nesse contexto, o Supremo Tribunal Federal (STF) foi instado a se manifestar no bojo da ação direta da inconstitucionalidade (ADI) nº 6341, tendo o plenário decidido, por maioria, que as medidas adotadas pelo governo federal brasileiro não afastam a competência concorrente, nem a tomada de providências normativas e administrativas pelos estados, pelo Distrito Federal e municípios.

Assim como o governo federal, diversos estados decretaram estado de calamidade pública, disciplinaram o fechamento do comércio e a manutenção do funcionamento apenas de atividades consideradas essenciais, dentre elas, as farmácias e os hospitais, bem como os serviços de segurança pública e de coleta de lixo. Foram exemplos de legislações nesse sentido as do Rio Grande do Sul (Decreto nº 55.154/2020), Pernambuco (Decreto nº 48.834/2020) e Piauí (Decreto nº 18.902/2020).

Diversas medidas provisórias foram publicadas no Diário Oficial, algumas delas versando sobre relações de consumo. Nesse sentido, cita-se a Medida Provisória nº 925, de 18 de março de 2020, que expressamente dispôs em seu art. 3º que: “O prazo para o reembolso do valor relativo à compra de passagens aéreas será de doze meses, observadas as regras do serviço contratado e mantida a assistência material, nos termos da regulamentação vigente” (BRASIL, 2020f).

Percebe-se que a previsão acima mencionada, contida na Medida Provisória nº 925/2020, viola o que o CDC dispõe sobre a questão, uma vez que a legislação consumerista não possui, em todo o seu corpo legal, nenhum prazo de 12 (doze) meses e defende a restituição imediata da quantia paga pelo consumidor no prazo máximo de 30 (trinta) dias, nos termos do artigo 18, § 1º, inciso II, do artigo 19, inciso IV, e do artigo 20, inciso II.

Nesse contexto, Targa e Squeff (2020) analisaram a legislação incidente sobre o transporte aéreo nacional e concluíram que as recentes orientações e normas expedidas estão prejudicando os passageiros, como consumidores. Nesse sentido, afirmam o seguinte:

Assim, tem-se que as normas recentemente promulgadas em razão da COVID-19 acabam por deixar o passageiro, que é consumidor dos serviços prestados pelas companhias aéreas, totalmente desamparado, mesmo quando reconhecida a sua vulnerabilidade pelo CDC – pressuposto de todo o microsistema que é claramente agravado pela atual situação de pandemia, de medo e de incertezas. (TARGA; SQUEFF, 2020, p. 99).

Sobre o mesmo tema, vale mencionar a Medida Provisória nº 948/2020, que foi convertida na Lei nº 14.046/2020 (BRASIL, 2020e). A referida norma previa que a disponibilização de crédito para uso ou abatimento na compra de outros serviços, reservas e eventos, disponíveis nas respectivas empresas, poderia ser utilizado pelo consumidor no prazo de doze meses, contado da data de encerramento do estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 06/2020 (BRASIL, 2020a). A referida norma, embora superada, foi objeto de críticas:

Nesse ponto, parece haver uma situação de desequilíbrio e insegurança para o consumidor, pois nem sempre é possível antever o futuro, que atualmente se apresenta ainda mais incerto em virtude do tempo de propagação do vírus, das consequências da pandemia do Coronavírus (Covid-19) e a retomada da economia, das atividades laborais, do turismo e do lazer. De fato, enquanto as empresas dispõem do longo prazo que se estende até 31 de dezembro de 2021 para reembolso do crédito, uso ou abatimento na aquisição de serviços, reservas e eventos, o consumidor possui apenas 90 dias, até 06 de julho de 2020, para solicitar o pagamento desse crédito. (FONSECA, 2020, p. 679).

Outra polêmica advinda da Medida Provisória nº 948/2020, que continuou vigente na Lei nº 14.046/2020, é sobre a previsão de que eventuais cancelamentos ou adiamentos dos contratos de natureza consumerista regidos por esta Lei caracterizam hipótese de caso fortuito ou de força maior, não sendo cabíveis reparação por danos morais, aplicação de multas ou imposição das penalidades previstas no artigo 56 do CDC. (BRASIL, 2020e). Sobre o tema, cita-se Fonseca:

Basta mencionar, a título de exemplo, eventual tratamento indigno dispensado ao consumidor, durante a pandemia, como ofensas graves,

inclusive por meio de comunicações eletrônicas ou telemáticas; ou deixar o consumidor aguardando em linha numa chamada telefônica, por longas horas, sem qualquer atenção etc. A MP nº 948/2020, certamente elaborada às pressas, em face da emergência que impõe o estado de calamidade pública, trata, genericamente, de situações gerais, mas não diz como resolver diversos problemas práticos. (FONSECA, 2020, p. 695).

Outro reflexo da pandemia no comportamento consumerista relaciona-se com as restrições ao funcionamento de alguns estabelecimentos, que geraram o aumento no número de consumidores desempregados, os quais tiveram seu poder de compra reduzido e, inclusive, passaram a inadimplir muitas obrigações contratuais. Esse fato foi observado por Marques, Bertencello e Lima (2020), que defenderam a aprovação, em regime de urgência, do Projeto de Lei nº 3.515/2015, a fim de que, nessa situação excepcional de pandemia, seja possível a conciliação em blocos entre todos os credores e o consumidor, desenvolvendo um plano de quitação de dívidas que não comprometa o mínimo existencial. O referido projeto, transformado na Lei nº 14.181/2021, tem por escopo a prevenção e o tratamento do superendividamento, entendido como a impossibilidade manifesta de o consumidor, pessoa natural, de boa-fé, pagar a totalidade de suas dívidas de consumo, exigíveis e vincendas, sem comprometer o seu mínimo existencial, a fim de evitar a exclusão social deste. (BRASIL, 2021b).

Por sua vez, Bucar, Pires e Mata (2020) consideram uma alternativa possível ao superendividamento a de estender à pessoa humana o tratamento conferido a patrimônios criticamente endividados e destinados à atividade empresarial, sobretudo diante do atual cenário de crise sanitário-econômica.

Ademais, Caraúba, Dias e Reining (2020) observam que as regras estabelecidas nos artigos 35 e 84 do CDC não tratam verdadeiramente da impossibilidade de cumprir a obrigação em razão de fatores externos (decorrentes da pandemia). Isso porque existem situações em que, mesmo que o fornecedor envide todos os esforços, não conseguiria fornecer o produto ou serviço contratado, a exemplo das empresas de transporte aéreo que cancelaram voos em virtude do fechamento das fronteiras entre os países, como mencionado anteriormente.

Independentemente disso, Caraúba, Dias e Reining (2020, p. 55) explicam que: “Essa ausência de regulação quanto à impossibilidade da

prestação não implica, todavia, que haja uma falha ou imperfeição no CDC”. Nesse esteio de pensamento, os autores consumeristas defendem que o CDC é naturalmente complementado pelas disposições contidas no Código Civil de 2002 (CC/2002).

Dessa forma, visando ao adimplemento dos contratos de consumo, voltam-se os olhos para o disposto no art. 4º, inciso III, do CDC, que estabelece como um dos pilares da Política Nacional das Relações de Consumo a harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico. Isso com o fim de viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica<sup>2</sup>, tendo por base a boa-fé e o equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores.

Tendo em vista que a pandemia acomete não apenas os consumidores de determinada região do planeta, recorre-se aos ensinamentos de Marques (2020) no sentido de que a proteção internacional dos consumidores deve ser uma política global no século XXI, uma vez que os consumidores são importantes atores da globalização. Ocorre que, segundo a citada autora, além das Diretrizes das Nações Unidas sobre Proteção ao Consumidor (UNGCP) de 1985, revisadas em 1999 e 2015, não há outro instrumento legal universal – ou global – sobre proteção ao consumidor.

Os desafios da proteção dos direitos do consumidor, em tempos de pandemia, certamente trouxeram a oportunidade de revisão dos valores da sociedade de consumo e, nesse momento, cabe refletir sobre o papel social do consumidor e sobre o desenvolvimento de novas ferramentas que possam tutelá-lo durante uma crise sanitária global.

Schreiber (2020) nota que alguns artigos jurídicos sobre o impacto do coronavírus nas relações contratuais estão qualificando a pandemia como caso fortuito ou força maior, ou ainda, como fato imprevisível extraordinário. Porém, para ele, é somente à luz da impossibilidade da prestação específica de um contrato que se pode cogitar, tecnicamente, a ocorrência de caso fortuito ou força maior, ou classificar os acontecimentos em extraordinários ou imprevisíveis, para fins de liberação do devedor. Assim, Schreiber (2020) alega que “não se pode classificar acontecimentos – nem aqueles gravíssimos, como uma pandemia – de forma teórica e

---

<sup>2</sup> Destaca-se a importância dos princípios gerais da atividade econômica, especialmente os dispostos no artigo 170 da CR/1988.

genérica para, de uma tacada só, declarar que, pronto, de agora em diante, todos os contratos podem ser extintos ou devem ser revistos”.

Com relação especificamente aos contratos de consumo, o entendimento deve ser similar ao de Schreiber (2020). Isso porque, diante das mais diversas situações, deve prevalecer a aplicação do princípio da boa-fé objetiva, para guiar a solução dos problemas consumeristas, inclusive com a análise das particularidades de cada caso.

Ademais, relembra-se que “*Contractus qui habent tractum successivum et dependentiam de futuro, rebus sic stantibus intelliguntur*”, indicando que o homem, há séculos, condiciona “seus acertos a eventos futuros capazes de modificá-los” (LYNCH, 2009, p. 7). E, com fulcro nos ensinamentos de Simão (2020), devendo sempre recordar que, nas relações de consumo, prima-se pelo cumprimento inteligente das cláusulas, observando a condição de vulnerabilidade do consumidor.

Para Rosenvald (2020, p. 254), “diante de uma pandemia de coronavírus, é necessário vislumbrar o seu impacto na execução de contratos pela lente de uma tradição jurídica diversa daquela em que estamos imersos”. Assim, o autor espera “que os tribunais individualizem as origens dos julgados, os seus significados e a pertinência que guardam com o caso concreto” (ROSENVALD, 2020, p. 257).

Por fim, ressalta-se que, mesmo diante da garantia constitucional de inafastabilidade da jurisdição, outro reflexo da pandemia pode ser a utilização de métodos autocompositivos para resolução dos litígios consumeristas, como é o caso da mediação (CARDOSO, 2020). Desse modo, Cardoso defende que a utilização de tal instituto contribui para encontrar a solução mais adequada aos conflitos gerados pela disseminação do novo coronavírus nas mais diversas relações, inclusive nas consumeristas, que provavelmente se multiplicarão, dada a ampla dimensão da crise sanitária.

## 4 CONCLUSÕES

São muitos os desafios da proteção consumerista em tempos de pandemia, visto que nesse cenário os consumidores encontram-se

hipervulneráveis, estando sujeitos, inclusive, a sofrer com práticas abusivas por parte dos fornecedores e com decisões político-administrativas dos gestores públicos, muitas vezes arbitrárias. A situação de hipervulnerabilidade durante a pandemia do novo coronavírus vem favorecendo o cerceamento de diversos direitos previstos no próprio CDC.

Assim, ao longo deste estudo foi possível observar diversas situações que implicam lesão à parte mais frágil da relação de consumo, como: majoração injustificada de preços, cancelamento de viagens, ausência de produtos de primeira necessidade, dificuldade de obter informações diretamente com o fornecedor, quebra de contratos consumeristas e, ainda, perda do poder de compra do consumidor.

À luz do princípio da boa-fé objetiva, cada uma das hipóteses acima mencionadas desafiam os órgãos de proteção ao consumidor a buscarem o atendimento dos objetivos da Política Nacional das Relações de Consumo, prevista no artigo 4º e seguintes do CDC.

Nesse sentido, verificaram-se também mudanças no comportamento dos consumidores, em meio à pandemia, que podem servir de oportunidade para reavaliar os valores da cultura consumista na pós-modernidade, de modo a serem repensadas as políticas de fomento ao consumo sustentável, que alertem a população sobre a nocividade do consumo predatório, especialmente durante uma crise sanitária como a que está sendo vivenciada.

Para Fonseca, “há necessidade de harmonizar essa relação consumerista, a fim de permitir maior equilíbrio, considerando os princípios da boa-fé, o que, por certo, carece de um processo educativo da sociedade, de empresas e consumidores” (FONSECA, 2020, p. 679),

Por fim, com a pandemia do novo coronavírus, restou clara a necessidade de novos marcos regulatórios, tanto no que diz respeito ao tratamento do superendividamento do consumidor recentemente trazido pela alteração no CDC, como também pela necessidade de que a proteção internacional do consumidor seja uma política global no século XXI, destacando a análise do Direito do Consumidor sob a ótica do Direito Econômico.

## REFERÊNCIAS



ALVARENGA, Bianca. Coronavírus: depois da máscara e do álcool em gel, começam a faltar luvas e aventais. **UOL**, 7 mar. 2020. Disponível em: <https://6minutos.uol.com.br/coronavirus/efeito-coronavirus-mascara-e-alcool-em-gel-somem-do-comercio-e-governo-teme-hospitais-desabastecidos/>. Acesso em: 2 jul. 2021.

ARRUDA, Andréa. **Prefeitura instala Gabinete de Crise para enfrentamento da Covid-19**. Prefeitura de Manaus, 7 jan. 2021. Disponível em: <https://www.manaus.am.gov.br/noticia/prefeitura-instala-gabinete-de-crise-para-enfrentamento-da-covid-19> Acesso em: 1º jul. 2021.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BERCOVICI, G. O ainda indispensável Direito Econômico. *In*: BENEVIDES, Maria Victoria de Mesquita; BERCOVICI, Gilberto; MELO, Claudineu de (orgs.). **Direitos Humanos, Democracia e República: Homenagem a Fabio Konder Comparato**. São Paulo: Quartier Latin, 2009. p. 503-519.

BIONI, Bruno Ricardo. Consentimento e a (re)avaliação de seu papel normativo na proteção de dados pessoais. *In*: BIONI, Bruno Ricardo. **Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento**. 2. ed. parte II. Rio de Janeiro: Forense, 2020. p. 109-266.

BRASIL. **Decreto Legislativo nº 6, de 2020**. Reconhece, para os fins do art. 65 da Lei Complementar nº 101, de 4 de maio de 2000, a ocorrência do estado de calamidade pública, nos termos da solicitação do Presidente da República encaminhada por meio da Mensagem nº 93, de 18 de março de 2020. Brasília, DF: Presidência da República, 2020a. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/CCIVIL\\_03/Portaria/DLG6-2020.htm](http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/Portaria/DLG6-2020.htm). Acesso em: 4 jun. 2021.

BRASIL. **Decreto nº 10.282, de 20 de março de 2020**. Regulamenta a Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020, para definir os serviços públicos e as atividades essenciais. Brasília, DF: Presidência da República, 2020b. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2020/decreto/D10282.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/decreto/D10282.htm). Acesso em: 03 jul. 2021.

**BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.** Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Brasília: Presidência da República, 2018. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm). Acesso em: 3 jul. 2021.

**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. Brasília, DF: Presidência da República: 2020c. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2020/lei/L13979.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/L13979.htm). Acesso em: 04 jul. 2021.

**BRASIL. Lei nº 13.982, de 2 de abril de 2020.** Altera a Lei nº 8.742, de 7 de dezembro de 1993, para dispor sobre parâmetros adicionais de caracterização da situação de vulnerabilidade social para fins de elegibilidade ao benefício de prestação continuada (BPC), e estabelece medidas excepcionais de proteção social a serem adotadas durante o período de enfrentamento da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do coronavírus (Covid-19) responsável pelo surto de 2019, a que se refere a Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020. Brasília, DF, 2020d. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2020/lei/113982.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/113982.htm). Acesso em: 02 jul. 2021.

**BRASIL. Lei nº 14.046, de 24 de agosto de 2020.** Dispõe sobre medidas emergenciais para atenuar os efeitos da crise decorrente da pandemia da covid-19 nos setores de turismo e de cultura. Brasília, DF, 2020e. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/CCIVIL\\_03/\\_Ato2019-2022/2020/Lei/L14046.htm](http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/_Ato2019-2022/2020/Lei/L14046.htm). Acesso em: 01 jul. 2021.

**BRASIL. Lei nº 14.174, de 18 de junho de 2021.** Altera a Lei nº 14.034, de 5 de agosto de 2020, para prorrogar o prazo de vigência de medidas emergenciais para a aviação civil brasileira em razão da pandemia da Covid-19. Brasília, DF, 2021a. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2021/Lei/L14174.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/Lei/L14174.htm). Acesso em: 04 jul. 2021.

**BRASIL. Lei nº 14.181, de 1º de julho de 2021.** Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e a Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o

tratamento do superendividamento. Brasília, DF, 2021b. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2021/lei-14181-1-julho-2021-791536-publicacaooriginal-163126-pl.html>. Acesso em: 4 jul. 2021.

**BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.** Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF, Presidência da República, 1990. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm). Acesso em: 2 jul. 2021.

**BRASIL. Medida Provisória nº 925, de 18 de março de 2020.** Dispõe sobre medidas emergenciais para a aviação civil brasileira em razão da pandemia da covid-19. Brasília, DF: Presidência da República, 2020f. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2019-2022/2020/Mpv/mpv925.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2020/Mpv/mpv925.htm). Acesso em: 1º jul. 2021.

**BRASIL. Portaria nº 125, de 16 de março de 2020.** Estabelece medidas quanto ao exercício de atividades por servidores do Ministério da Justiça e Segurança Pública, em caráter excepcional, em razão da pandemia de COVID-19. Ministério da Justiça, 2020g. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-n-125-de-16-de-marco-de-2020-248328399>. Acesso em: 4 jul. 2021.

**BRASIL. Portaria nº 204, de 29 de abril de 2020.** Dispõe sobre a restrição excepcional e temporária de entrada no País de estrangeiros, de qualquer nacionalidade, por via terrestre, conforme recomendação da Agência Nacional de Vigilância Sanitária - Anvisa. Presidência da República, 2020h. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-n-204-de-29-de-abril-de-2020-254499736>. Acesso em: 4 jul. 2021.

**BRITO, Dante Ponte de. Publicidade subliminar na internet: identificação e responsabilização nas relações de consumo.** 2016. Tese (Doutorado em Direito) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/21705/1/Tese%20-%20Finalizada%20-%20Dante%20Ponte.pdf>. Acesso em: 1º jul. 2021.

**BUCAR, Daniel; PIRES, Caio; MATA, Rodrigo da.** Notas sobre endividamento crítico e pandemia da COVID-19: a construção de uma saída para recuperação patrimonial da pessoa humana. *In*: MONTEIRO

FILHO, Carlos Edson do Rêgo; ROSENVALD, Nelson; DENSA, Roberta (coord.). **Coronavírus e Responsabilidade Civil: impactos contratuais e extracontratuais**. Indaiatuba, SP: Foco, 2020. p. 489-498.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Projeto de Lei nº 3.515, de 04 de novembro de 2015**. Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e o art. 96 da Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento. Brasília, DF: Senado Federal, 2015. Disponível em: [https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop\\_mostrarintegra;jsessionid=C66F6D1E215ECA1C128DD60BBB72097E.proposicoesWebExterno1?codteor=1408277&filename=PL+3515/2015](https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=C66F6D1E215ECA1C128DD60BBB72097E.proposicoesWebExterno1?codteor=1408277&filename=PL+3515/2015). Acesso em: 3 jul. 2021.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Projeto de Lei nº 738, de 18 de março de 2020**. Acrescenta dispositivos aos arts. 56 e 76 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código do Consumidor) para alterar a sanção aplicada às infrações das normas de defesa do consumidor e incluir os casos de epidemia, pandemia e calamidade pública. 2020. Disponível em: [https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop\\_mostrarintegra;jsessionid=7811517269C92FE36E675D795043A25D.proposicoesWebExterno2?codteor=1867414&filename=Tramitacao-PL+738/2020](https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=7811517269C92FE36E675D795043A25D.proposicoesWebExterno2?codteor=1867414&filename=Tramitacao-PL+738/2020). Acesso em: 1º jul. 2021.

CARAÚBA, Daniel; DIAS, Daniel; REINIG, Guilherme Henrique Lima. O Coronavírus e a impossibilidade de cumprimento das obrigações nas relações de consumo. *In*: MONTEIRO FILHO, Carlos Edson do Rêgo; ROSENVALD, Nelson; DENSA, Roberta (coord.). **Coronavírus e Responsabilidade Civil: impactos contratuais e extracontratuais**. Indaiatuba, SP: Foco, 2020. p. 55-64.

CARDOSO, Roberta Teles. Covid-19: Porque a Mediação de Conflitos será a saída mais adequada para os conflitos gerados pela disseminação do vírus. *In*: MONTEIRO FILHO, Carlos Edson do Rêgo; ROSENVALD, Nelson; DENSA, Roberta (coord.). **Coronavírus e Responsabilidade Civil: impactos contratuais e extracontratuais**. Indaiatuba, SP: Foco, 2020. p. 481-488.

CLARK, Giovani; CORRÊA, Leonardo Alves; NASCIMENTO, Samuel Pontes do. A constituição econômica entre a efetivação e os bloqueios institucionais. **Revista da Faculdade de Direito UFMG**, Belo Horizonte,

n. 71. pp. 677-700, jul./dez. 2017. Disponível em:  
<https://revista.direito.ufmg.br/index.php/revista/article/view/1886/1788>.  
Acesso em: 4 jul. 2021.

COMPARATO, Fábio Konder. **O indispensável direito econômico**.  
Ensaios e pareceres de direito empresarial. Rio de Janeiro: Forense, 1978.

CRUZ, Gabriel Dias Marques da. Calamidade Pública, Estado de Defesa e Estado de Sítio: Características, Distinções e Limites em Tempos de Pandemia. *In*: BAHIA, Saulo José Casali (org.). **Direitos e deveres fundamentais em tempos de coronavírus**. São Paulo: Instituto dos Advogados de São Paulo, 2020. p. 105-120. v. 1.

D'AQUINO, Lúcia Souza; MUCELIN, Guilherme. O papel do direito do consumidor para o bem-estar da população brasileira e o enfrentamento à pandemia de Covid-19. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 129, ano 29, p. 17-46, São Paulo: RT, maio/jun. 2020. Disponível em:  
<https://revistadedireitodoconsumidor.emnuvens.com.br/rdc/article/view/1311/1294>. Acesso em: 2 jul. 2021.

EBIT a Nilsen Company. Webshoppers. 41. ed. Versão Free. 2020.  
Disponível em: <https://www.ebit.com.br/webshoppers>. Acesso em: 01 jul. 2021.

FONSECA, Vicente José Malheiros da. **Impactos trabalhistas do cancelamento de serviços, reservas e eventos dos setores de turismo e cultura em tempos de pandemia (COVID-19)**. Direito do Trabalho na crise da COVID-19. Salvador: Editora JusPodivm, 2020.

GHEBREYESUS, Tedros Adhanom. WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 11 March 2020. Who Health Organization. 11 mar. 2020. Disponível em:  
<https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>. Acesso em: 1º jul. 2021.

KIM, Rae Yule. The Impact of COVID-19 on Consumers: preparing for digital sales. **Ieee Engineering Management Review**, v. 48, n. 3, p. 212-218, 1 thirdquarter, Sept. 2020. Doi:  
<http://dx.doi.org/10.1109/emr.2020.2990115>. Acesso em: 2 jul. 2021.



LYNCH, Maria Antonieta. Da cláusula rebus sic stantibus à onerosidade excessiva. **Revista de Informação Legislativa**, Brasília, a. 46, n. 184, p. 7-19, out./dez. 2009. Disponível em:  
<https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/194943/000881699.pdf?sequence=3&isAllowed=y>. Acesso em: 3 jun. 2021.

MARQUES, Cláudia Lima. International Protection of Consumers as a Global or a Regional Policy. **Journal of Consumer Policy**, [s. l.], v. 43, p. 57-75, 2020. Disponível em:  
<https://link.springer.com/article/10.1007/s10603-019-09434-z>. Acesso em: 3 jul. 2021.

MARQUES, Cláudia Lima; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz; LIMA, Clarissa Costa de. Exceção dilatória para consumidores frente à força maior da pandemia de COVID-19: pela urgente aprovação do PL 3.525/2015 e atualização do CDC e por uma moratória aos consumidores. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 129, ano 29, p. 47-71, São Paulo: Editora RT, maio/jun. 2020. Disponível em:  
<https://revistadedireitodoconsumidor.emnuvens.com.br/rdc/article/view/1312>. Acesso em: 02 jul. 2021.

OLIVEIRA, Felipe Guimarães de. **Direito do consumidor superendividado**: perspectivas para uma tutela jurídico-econômica no século XXI. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2017.

OMS DECLARA coronavírus emergência de saúde pública internacional. Organizações das Nações Unidas, 11 mar. 2020. Disponível em:  
<https://www.gov.br/pt-br/noticias/saude-e-vigilancia-sanitaria/2020/01/oms-declara-emergencia-de-saude-publica-internacional-para-novo-coronavirus>. Acesso em: 3 jul. 2021.

OPERAÇÃO Acqua Gel da PF apura produção e comercialização de álcool gel adulterado no Paraná. Curitiba: Polícia Federal, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/pf/pt-br/assuntos/noticias/2020/04-noticias-de-abril-de-2020/operacao-acqua-gel-da-pf-apura-producao-e-comercializacao-de-alcool-gel-adulterado-no-parana>. Acesso em: 4 jul. 2021.

PASQUALOTTO, Adalberto; SOARES, Flaviana Rampazzo. Consumidor hipervulnerável: análise crítica, substrato axiológico, contornos e abrangência. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 113, ano 26, p. 81-



109, São Paulo: RT, set./out. 2017. Disponível em: <https://revistadedireitodoconsumidor.emnuvens.com.br/rdc/article/view/993>. Acesso em: 1º jul. 2021.

**PERNAMBUCO. Decreto Executivo nº 48.834, de 20 de março de 2020.** Define no âmbito socioeconômico medidas restritivas temporárias adicionais para enfrentamento da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do coronavírus. Recife: [s. n.], 2020. Disponível em: <https://legis.alepe.pe.gov.br/texto.aspx?tiponorma=6&numero=48834&complemento=0&ano=2020&tipo=&url=>. Acesso em: 4 jul. 2021.

**PIAUI. Decreto nº 18.902, de 23 de março de 2020.** Determina a suspensão de atividades comerciais e de prestação de serviços, em complemento ao Decreto nº 18.901, de 19 de março de 2020, que determina medidas excepcionais que especificada, voltadas para o enfrentamento da grave crise de saúde pública decorrente do Covid-19, e dá outras providências. Teresina: Diário Oficial do Piauí, 2020. Disponível em: <https://www.pi.gov.br/wp-content/uploads/2020/03/IMG-20200323-WA0032.jpg>. Acesso em: 2 jul. 2021.

POZZEBOM, Elina Rodrigues. Aprovado pelo Congresso, auxílio emergencial deu dignidade a cidadãos durante a pandemia. **Senado Notícias**, Brasília, 2020. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2020/12/30/aprovado-pelo-congresso-auxilio-emergencial-deu-dignidade-a-cidadaos-durante-a-pandemia>. Acesso em: 04 jun. 2021.

**RIO GRANDE DO SUL. Decreto nº 55.154, de 01 de abril de 2020.** Reitera a declaração de estado de calamidade pública em todo o território do Estado do Rio Grande do Sul para fins de prevenção e de enfrentamento à epidemia causada pelo COVID-19 (novo Coronavírus), e dá outras providências. Porto Alegre: [s. n.], 2020. Disponível em: <https://estado.rs.gov.br/upload/arquivos//decreto-55-154-01abr2020.pdf>. Acesso em: 01 jul. 2021.

ROSENVOLD, Nelson. O direito como experiência. Dos “coronation cases” aos “coronavírus cases”. **Actualidad Jurídica Iberoamericana**, n. 12 bis, p. 250-257, maio 2020. Disponível em: <https://www.nelsonrosenvold.info/single-post/2020/03/31/o-direito-como-experi%C3%Aancia>. Acesso em: 4 jul. 2021.

SALLES, Alexandre Ottoni Teatini; SAUSE, Dacieli. Uma análise da interpretação de Geoffrey Hodgson, Ha-Joon Chang e Richard Nelson sobre desenvolvimento econômico. **Informe Econômico (UFPI)**, ano 22, v. 40, n. 1, jan./jun., 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufpi.br/index.php/ie/article/view/61>. Acesso em: 5 jul. 2021.

SANTIAGO, Abinoan. Empresária é autuada por vender remédio falso contra o coronavírus. **UOL**, 8 fev. 2020. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2020/02/08/empresaria-e-autuada-por-vender-remedio-falso-contra-o-coronavirus.htm>. Acesso em: 2 jul. 2021.

SCHREIBER, Anderson. Devagar com o andar: coronavírus e contratos. Importância da boa-fé e do dever de renegociar antes de cogitar qualquer medida terminativa ou revisional. **Migalhas**, 23 mar. 2020. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/coluna/migalhas-contratuais/322357/devagar-com-o-andor-coronavirus-e-contratos-importancia-da-boa-fe-e-do-dever-de-renegociar-antes-de-cogitar-de-qualquer-medida-terminativa-ou-revisional>. Acesso em: 3 jul. 2021.

SIMÃO, José Fernando. O contrato nos tempos da Covid-19. Esqueçam a força maior e pensem na base do negócio. **Migalhas Contratuais**, 3 abr. 2020. Disponível em: [https://www.migalhas.com.br/arquivos/2020/4/8CF00E104BC035\\_covid.pdf](https://www.migalhas.com.br/arquivos/2020/4/8CF00E104BC035_covid.pdf). Acesso em: 1º jul. 2021.

SOUZA, Pedro H. G. Ferreira de.; SOARES, Sergei; PAIVA, Luís Henrique; BARTHOLO, Letícia. **Estimativas de público elegível e custos do benefício emergencial criado pelo PL 9.236/2017**. Brasília: IPEA, mar. 2020. (Nota Técnica, 60). Disponível em: [https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/nota\\_tecnica/200403\\_nota\\_tecnica\\_disoc\\_60.pdf](https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/nota_tecnica/200403_nota_tecnica_disoc_60.pdf). Acesso em: 2 jul. 2021.

SOUZA, Washington Peluso Albino de. **Primeiras linhas de direito econômico**. 6. ed. São Paulo: LTr, 2005.

SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. **ADI 6341**. Relator Ministro Marco Aurélio Mendes de Farias Mello. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/processos/detalhe.asp?incidente=5880765>. Acesso em: 05 jul. 2021.

TARGA, Maria Luiza Baillo; SQUEFF, Tatiana Cardoso. Os direitos dos passageiros-consumidores de transporte aéreo em tempos de pandemia. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 29, v. 129, p. 73- 109. São Paulo: RT, maio/jun. 2020. Disponível em: <https://revistadedireitodoconsumidor.emnuvens.com.br/rdc/article/view/1313/1232>. Acesso em: 2 jul. 2021.

VALENTE, Jonas. Sistema de Saúde pode entrar em colapso em abril, diz ministro. **Agência Brasil**, 20 mar. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2020-03/sistema-de-saude-pode-entrar-em-colapso-em-abril-diz-ministro-da-saude>. Acesso em: 4 jul. 2021.

WHO. **Internacional Health Regulations**. 3. ed. França, 2005. Disponível em: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/246107/9789241580496eng.pdf;jsessionid=720E45BE2C44F0D977F2E24710B3327C?sequence=1>. Acesso em: 4 jul. 2021.



Este trabalho possui uma Licença *Creative Commons - Atribuição 4.0 Internacional*.

### Como citar este artigo (ABNT)

NASCIMENTO, Samuel Pontes do; BRITO, Dante Ponte de; ARAGÃO, Ana Luiza Masstalerz Pires; PIEROTE, Gabriel de Andrade; NORMANDO, Pablo Edirmando Santos. Desafios da Proteção do Consumidor na Pandemia do Novo Coronavírus. *Revista Semestral de Direito Econômico*, Porto Alegre, v. 01, n. 02, e01204, jul./dez. 2021. <https://doi.org/10.51696/resede.e01204>

**Recebimento:** 12/09/2021

**Avaliação preliminar:** 14/09/2021

**Aprovação:** 21/03/2022



**REVISTA SEMESTRAL DE  
DIREITO ECONÔMICO**