

**GLOBALIZAÇÃO, COMÉRCIO ELETRÔNICO E HIPERCONSUMO: impactos sobre o desenvolvimento econômico**

**GLOBALIZATION, ELECTRONIC COMMERCE AND HYPERCONSUMPTION: impacts on the economic development**

*Daniele Maria Tabosa Machado<sup>1</sup>  
Maria Cristina Santiago Moura de Moura<sup>2</sup>*

**Resumo**

Evidencia-se que um dos efeitos da globalização consubstancia-se na adoção de um padrão de consumo exacerbado, nos moldes praticados pela sociedade estadunidense, identificada pela terminologia hiperconsumo. Ainda dentro do contexto desse processo, ressalta-se o papel do avanço tecnológico, voltando atenção para o incremento do comércio eletrônico. Assim, propõe-se uma reflexão sobre o crescimento dessa modalidade comercial, bem como os impactos no desenvolvimento econômico. Para tanto, parte-se de uma análise do termo globalização, identificando-o como processo histórico, político e econômico. Em seguida, aborda-se a temática do comércio eletrônico e traça-se um paralelo entre este e o crescimento econômico. Por último, diferencia-se o crescimento econômico do desenvolvimento econômico e aborda-se a questão do hiperconsumo e sua interface com desenvolvimento econômico.

**Palavras chaves:** globalização; comércio eletrônico; hiperconsumo.

**Abstract**

It is evident that one of the effects of globalization is consolidated on the adoption of a standard of excessive consumption, on the molds practiced by the American society, identified by the terminology of hyperconsumption. Yet in the contest of the globalization process, it is noteworthy the part played by technological progress, highlights for electronic commerce. Finally, it is proposed a reflection about this business arrangement and the impacts on the economic development. To this end, one starts with an analysis of the term 'globalization', identifying it as a historical, political and economic process. Next, one talks about electronic commerce and draws a parallel between it and economic growth. Lastly, one must distinguish between the economic growth of economic development and consider the question of hyperconsumerism and its interface with economic growth.

**Key words:** globalization; electronic commerce; hyperconsumption.

---

<sup>1</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências Jurídicas da Universidade Federal da Paraíba. Especialista em Direito Processual pela Universidade do Sul de Santa Catarina. Advogada.

<sup>2</sup> Mestranda do Curso Pós-Graduação em Ciências Jurídicas – Área de concentração em Direito Econômico pela Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Professora do Curso de Graduação em Direito do Centro Universitário de João Pessoa – Unipê. Professora do Curso de Pós-Graduação de Psicologia Jurídica do Centro Universitário de João Pessoa – Unipê. Advogada.

## **1 Introdução**

Pretende-se, através do presente texto, propor uma reflexão sobre os efeitos da globalização, e conseqüentemente do comércio eletrônico, no desenvolvimento econômico. Primeiramente, procurar-se-á demonstrar que o processo de globalização enseja conseqüências de diferentes matizes. Assim, tanto provoca efeitos positivos, como também, possui o condão de impactar negativamente no desenvolvimento econômico de alguns países integrantes da comunidade internacional. Como base de sustentação para a presente afirmação, serão analisados alguns conceitos sobre a globalização e suas conseqüências. Assim, será visto que a globalização pode ser concebida como elemento desencadeador de vários processos simultâneos, a exemplo da difusão internacional de notícias através da internet<sup>3</sup>, possibilitando a identificação da abordagem internacional de temas como preservação do meio ambiente, direitos humanos e integração econômica global.

Analisar-se-á, ainda alguns aspectos da sociedade atual, ressaltando-se o impacto do avanço tecnológico, e sua marca na sociedade de hoje. Igualmente, será discutido, no presente artigo, o acolhimento da política do hiperconsumo estadunidense e sua repercussão na economia brasileira.

Aborda-se o papel do avanço tecnológico e do crescimento do comércio eletrônico como tendência natural da atualidade e sua relação com o aumento do consumo na sociedade hodierna. Enfim, serão analisados os impactos do crescimento do comércio eletrônico na economia brasileira, questionando-se se o crescimento econômico aferido pelo aumento do PIB (produto interno bruto) traduz-se em sinônimo de desenvolvimento econômico para o Brasil?

Ainda, propõe-se no texto em epígrafe, observar as modificações ocorridas no comércio eletrônico e que são, a nosso entender, conseqüência inerente à sociedade de tecnologia que se vivencia na contemporaneidade. Finalmente, tece-se considerações sobre o crescimento econômico oriundo do implemento das relações de consumo pela internet e faz-se um contraponto com a questão do desenvolvimento econômico do país.

## **2 Algumas ponderações sobre globalização e a sociedade atual**

---

<sup>3</sup> Para o conceito de internet, utiliza-se o proposto por Pedemonte, reproduzido no livro Direito e Internet: liberdade de informação, privacidade e responsabilidade civil, de Lilitiana Minardi Paesani, segundo o qual tem-se: “Hoje, a internet é vista com um meio de comunicação que interliga dezenas de milhões de computadores no mundo inteiro e permite o acesso a uma quantidade de informações praticamente inesgotáveis, anulando toda distância de lugar e tempo” (PAESANI. 2012, p.10).

A sociedade que se descortina na atualidade encontra-se marcada por inseguranças, e incertezas. A rapidez com que as informações são veiculadas em virtude do avanço tecnológico enseja nas pessoas efeitos de diferentes nuanças. Proliferam-se, no espírito do homem, múltiplas inquietações, levando-os, muitas vezes, a experienciarem uma profunda angústia. Surgem, simultaneamente, questionamentos jurídicos, filosóficos e morais a respeito da vida humana, do meio ambiente e da sociedade na qual se está inserida.

Percebe-se que o avanço da tecnologia afeta consideravelmente a sociedade contemporânea, sendo instrumento preciso na concretização do fenômeno da globalização. Tem-se que globalização é um termo plurissignificativo, no entanto para o presente escrito toma-se o conceito proposto na obra *Paradigmas Inconclusos: os contratos entre a autonomia privada, a regulação estatal e a globalização dos mercados*, oferecido pelo filósofo italiano Zolo, segundo o qual “a globalização pode ser vista, em sentido mais específico e atual, como processo social – fortemente influenciado pela inovação tecnológica e pela informática – que deu origem a uma rede mundial de conexões espaciais e de interdependência funcional” (FEITOSA, 2004, p. 40).

Diga-se, ainda, dentre as inúmeras conseqüências advindas do processo globalizador, que marca a atualidade, tem-se o contato ou interface entre vários atores sociais e fatos econômicos, culturais e políticos que, apesar do distanciamento geográfico do local de suas ocorrências, produzem efeitos sociais e humanos, em diferentes localidades.

Registre-se, também, que nem sempre essas conseqüências são positivas, em razão das diferenças históricas, culturais, políticas e econômicas imanentes a cada país. (FEITOSA, 2004, p. 40-41). Para a exata compreensão da assertiva posta acima se entende, pertinente, relembra alguns aspectos relevantes dos países, analisados em uma perspectiva econômica internacional e que foram sistematizadas em teorias: a *teoria da dependência*<sup>4</sup>, a *teoria da modernização*<sup>5</sup> e a *teoria do sistema-mundo*.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Como representantes dessas escolas destacam-se o alemão André Gunder Frank e o ucraniano Paul Baran, dentre os autores brasileiros, seus principais formuladores são Ruy Mauro, em 1997 e Theotônio dos Santos, entre outros. Em um artigo clássico, *A estrutura da Dependência*, publicado em 1970 na revista *American Economic Review*, Theotônio dos Santos conceitua a dependência como sendo uma situação na qual a economia de certos países é condicionada pelo desenvolvimento e pela expansão de outra economia à qual está subordinada. A relação de interdependência entre duas ou mais economias, e entre estas e o comércio internacional, assume a forma de dependência quando alguns países (os dominantes) podem se expandir e serem autossustentáveis, enquanto outros (os dependentes) só podem fazê-lo como um reflexo daquela expansão, o que pode ter um efeito positivo ou negativo sobre seu desenvolvimento imediato. (Revista Carta Capital Edição de 06. 2012.)

<sup>5</sup> As teorias da modernização pretendem ter validade geral e alcance global, mas seu objetivo específico é a mudança no mundo pós-colonial, pensando-a no interior da concepção norte-americana de Guerra Fria, que essas mesmas teorias ajudaram a consolidar. Identifica um padrão de sociedade “tradicional” e um padrão de sociedade “moderna” e define modernização como o processo de passagem de um padrão a outro, passagem,

Os adeptos da *teoria da dependência* concentram sua atenção nos países subdesenvolvidos construindo uma visão crítica sobre a relação destes com os países centrais. Para se compreender a unidade nacional ou regional, seria preciso verificar o progresso da economia. Assim, dentro do sistema político-econômico mundial, seriam centrais as economias que adotassem técnicas capitalistas de produção e periféricas aquelas que permanecessem atrasadas no ponto de vista do incremento tecnológico em sua produção. Por sua vez, a *teoria da modernização*, de viés funcionalista e sociológica distingue as sociedades tradicionais das modernas, categorizando o mundo em três seguimentos. O primeiro formado por países de economia industrializada; o segundo formado por países de economias planejadas, caracterizadas pelo sistema socialista e o terceiro constituído por países subdesenvolvidos e dependentes. Enfim, tem-se a *teoria sistema-mundo* cuja construção dogmática parte de uma análise global do processo capitalista e da sua influência nos sistemas sociais. Assim, a *teoria do sistema-mundo* contempla em seu bojo a existência de uma categoria intermediária entre o centro e a periferia, denominada semiperiferia<sup>7</sup>.

Desta forma, determinados países são centros de acumulação do poder mundial – em razão de controlarem o excedente produzido – enquanto outros suportam a exploração e impotência. Cumpre-se, no entanto, esclarecer que no entendimento de Wallerstein a semiperiferia é composta por países que tanto desenvolvem atividades de núcleo (industrialização) como, também, atividades de periferia (agricultura). Diga-se, ainda, que as categorias de Wallerstein foram revisadas pelo economista Arrighi, que apesar de identificar

---

porém, que a própria teoria não explica. “By defining a singular path of progressive change, the concept of modernization simplified the complicated world-historical problems of decolonization and industrialization, helping to guide American economic aid and military intervention in post-colonial regions. Unfortunately, the story typically concludes, modernization theory was hopelessly reductionist in its conception of change abroad, fundamentally conservative in its politics, and blindly reflective of the political and social prejudices of the mid-century American Establishment.” (GILMAN, 2003, p. 3) (artigo em pdf teorias do desenvolvimento de Miriam Limoeiro Cardoso).

<sup>6</sup> A partir dos anos 70 do século XX, com as obras seminais de Immanuel Maurice Wallerstein e Giovanni Arrighi, abre-se a possibilidade de uma abordagem alternativa e contra-hegemônica às propostas realista e liberal do sistema internacional. Influenciados pelo estruturalismo de Braudel, por vários escritores dependentistas, e por diversos analistas comprometidos com a renovação e aplicação do marxismo, Wallerstein e Arrighi realizaram a importante obra de construir uma ponte entre estes analistas e o campo da Política Internacional. O resultado foi uma fecunda e criativa interpretação do sistema internacional que, além de seus claros avanços metodológicos, produziu uma abordagem comprometida com a crítica ao “status quo” em uma área do conhecimento tão caracterizada pelo conservadorismo positivista e liberal. (Ref. Arquivo em pdf Márcio Roberto Voigt).

<sup>7</sup> Contudo, para fins de fundamento da reflexão proposta, no presente escrito, verifica-se, pertinente, tecer-se algumas considerações sobre a teoria do sistema-mundo na visão de seu criador Immanuel Maurice Wallerstein e, também, na perspectiva proposta por Giovanni Arrighi. Para Wallerstein há um único mundo, articulado por um complexo sistema de trocas econômicas, caracterizado pela dicotomia capital e trabalho e pela acumulação de capital entre agentes em concorrência. Ainda, segundo sua ótica todos os países incluem dentro de sua estrutura interna de mercado, simultaneamente, atividades de “núcleo orgânico” e de “periferia” (FEITOSA, 2011).

as fragilidades conceituais da teoria de Wallerstein da semiperiferia<sup>8</sup>, passou a adotá-la, fazendo, entretanto, algumas considerações. Assim, evidencia-se a generalidade e abstração dos critérios definidores da categoria dos países semiperiféricos, mas, mesmo assim, acolhe o termo, e expõe o seu pensamento de que podem integralizar essa categoria os Estados que exportam grande quantidade de produtos; revelam grande disparidade de salários e de margens de lucro; e buscam atingir grande variedade de políticas para o desenvolvimento do mercado interno e inserção no mercado internacional.

Percebe-se, pelo escritos dos teóricos que o fenômeno da globalização, não tem o condão de modificar essa situação de desigualdade existente na atual estrutura da economia mundial. Interessante, ressaltar-se, neste ponto particular, o pensamento de Arrighi, notadamente, no que diz respeito ao reconhecimento da existência de um vício histórico, marcado pela preponderância de determinados Estados e mercados no controle global das riquezas, onde o processo de globalização resulta, em última análise, na instrumentalização dessas riquezas globais em seu próprio benefício (FEITOSA, 2011).

Desta forma, pode-se afirmar que as questões econômico-sociais dos países da semiperiferia e os da periferia não são prioridade nos debates propostos dentro do chamado núcleo orgânico.

Neste ponto de escrito, pode-se, facilmente, compreender os impactos negativos de algumas políticas econômicas implantadas com sucesso em determinados países. Trata-se da constatação de que os países integrantes da comunidade global não guardam entre si semelhanças sociais, políticas e econômicas. Notadamente, se integram categorias diferenciadas. É o que se verifica, por exemplo, com a política do hiperconsumo que será tratada, logo mais, no presente escrito. Contudo, nesta oportunidade, entende-se, ainda, importante ressaltar o entendimento do economista Celso Furtado em obra intitulada, *O Capitalismo Global*, na qual o teórico reproduz como traço de seu pensamento a concepção de que no Brasil é patente a tendência da concentração da riqueza e da renda, nas mãos de uma minoria, associada a uma falta de investimento no fator humano. O resultado desta equação, na visão do autor, é uma sociedade marcada por extremas desigualdades sociais. Registra, ainda, a influência dos Estados Unidos sobre o Brasil, destacando, também, o papel do hiperconsumo estadunidense, como elemento incentivador do endividamento interno e

---

<sup>8</sup> Interessante, registrar, ainda, dentro desta categoria de semiperiferia, o posicionamento de Feitosa em ensaio articulado sobre desenvolvimento econômico e direitos humanos, no qual é proposta a separação entre comandos políticos e econômicos, indispensáveis às formulações de Arrighi. Para tanto, a ensaísta esclarece sua pretensão de ampliação teorias existentes em volta do conceito de semiperiferia. Aduz, também, que compõem esta categoria os países da América Latina, dentre os quais, referencia de forma expressa o Brasil. Para esta reflexão sugere o enfoque na relação existente entre políticas públicas e direitos humanos. (FEITOSA, 2011).

externo do nosso país. Ressalta, ainda, o economista que o hiperconsumo, presente no Brasil, é fruto do processo de globalização (FURTADO, 2007). E a globalização proporcionou o surgimento do consumo eletrônico, por meio da internet, daí o porquê de se afirmar que existe íntima relação entre o desenvolvimento do comércio eletrônico e o consumismo. E que, obviamente, ambos refletem no crescimento econômico do País.

### **3 Um pouco mais de reflexão sobre a política do hiperconsumo**

Para falar em consumo toma-se como referencial teórico a obra de Zygmunt Bauman, especificamente, *Vida para Consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*, no qual o autor trabalha a questão do consumo e do consumismo, traçando-se, inclusive, um liame distintivo entre as duas categorias.

Entende-se importante, inicialmente, pontificar alguns entendimentos sobre sociedade, porque é a partir de uma compreensão da sociedade de tecnologia que se chegará ao conhecimento do papel do consumo e do consumismo e sua análise a partir do desenvolvimento do comércio eletrônico.

É importante, destacar, também, que na fase atual da sociedade a forma pela qual se concretiza as relações interpessoais são, essencialmente, via mídia eletrônica, daí, porque alguns autores já trazem a expressão *cibervida*, aludindo-se a parte da rotina mediada eletronicamente, no que a vida social se transmuda em vida eletrônica, ressaltando-se, que a maior parte dessa vida, se passa ao lado de um computador, um i-Pad ou celular, apenas “secundariamente ao lado de seres de carne e osso” (BAUMAN, 2008, p. 9).

Ainda, sobre o tema da tecnologia, crê-se oportuno reproduzir um trecho da obra de Bauman:

Cada vez mais pessoas preferem comprar em websites do que em lojas. Conveniência (entrega em domicílio) e economia de gasolina compõem a explicação imediata, embora parcial. O conforto espiritual obtido ao se substituir um vendedor pelo monitor é igualmente importante, se não mais. [...] É tão mais reconfortante saber que a minha mão, só ela, que segura o mouse e meu dedo, apenas ele, que repousa sob o botão (2008, p. 27).

Associada a esse desejo de isolamento e de preservar-se do contato direto, físico e pessoal com vendedor, tem-se, também a vivência da era dos desktops, laptops, dispositivos eletrônicos e celulares, cada vez mais portáteis, e que permitem a expansão do comércio eletrônico, objeto do tópico seguinte. Ainda, citando-se Bauman, registre-se que:

E como as lojas da internet permanecem abertas o tempo todo, pode-se esticar à vontade o tempo de satisfação não contaminada por qualquer preocupação com

frustrações futuras. Uma escapada para fazer compras não precisa ser uma excursão muito planejada- pode ser fragmentada numa série de agradáveis momentos de excitação, profusamente, borrifados sobre todas as outras atividades existenciais, acrescentando cores brilhantes aos recantos mais sombrios e monótonos (2008, p. 28).

Destas palavras reproduzidas do sociólogo é fácil compreender o crescimento do comércio eletrônico na era da tecnologia. Este fenômeno já tinha sido detectado, no final da década de 20, por Kracauer, pensador de notável perspicácia, citado por Bauman, que percebeu uma tendência, ainda invisível, para muitos teóricos, da transformação da sociedade de produtores em sociedade de consumidores (2008. p. 13).

Sobre o consumo o autor esclarece tratar-se de uma condição praticamente imanente à própria condição humana, sendo inclusive integrante das formas mais e rudimentares de arranjo social. Ainda segundo o autor o consumo é um padrão de comportamento, sendo identificado como elemento inseparável da “sobrevivência biológica” (BAUMAN, 2008, p. 37). Existindo, dessa forma, ao longo da história, apenas uma modificação no padrão de consumo, sendo, assim, marcado por uma continuidade.

Para explicar o consumo é preciso visualizar a existência de uma cadeia que perpassa toda a história humana. Integram essas cadeias as atividades de consumo e correlatas, como produção, armazenamento, distribuição e remoção de objetos de consumo. É importante, destacar, no entanto, que tanto a produção como o consumo adquiriram autonomia um em relação ao outro (BAUMAN, 2008, p. 38). Dessa forma, o autor identifica o rompimento histórico de uma “era paleolítica”, marcada por uma existência precária de povos coletores, para uma fase marcada pela estocagem ou “era dos excedentes”. Contudo, para o sociólogo, somente, milênios mais tarde aconteceria uma revolução reconhecida como um divisor de águas, com relação a esse fenômeno a chamada revolução consumista<sup>9</sup>.

Neste ponto, do escrito, é imprescindível discorrer que para tratar do consumismo, o sociólogo alemão, tomou as categorias chamadas de “tipos ideais” de Max Weber, para reportar-se à “sociedade de consumidores” e do “consumismo”.

Assim, para Bauman consumismo “é um tipo de arranjo social da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros e permanentes” (2008, p. 38).

Nota-se a partir do que foi até o momento proposto pelo teórico que enquanto o consumo é uma característica e uma ocupação de seres humanos como indivíduos, o consumismo é um atributo da sociedade.

---

<sup>9</sup> Segundo Bauman, a “revolução consumista” ocorreu milênios mais tardes, com a passagem do consumo ao consumismo, quando aquele, como afirma Colin Campbell, tornou-se “especialmente importante, se não central” para a vida da maioria das pessoas, “o verdadeiro propósito da existência” (BAUMAN:2011:38).

Desta forma, entende-se, que diante da tecnologia, que é instrumento eficaz no processo de globalização, se concretiza o consumo e o consumismo no comércio eletrônico.

De acordo com Murguel Branco:

O consumismo é um processo eticamente condenável, pois faz com que as pessoas comprem mais do que realmente necessitam. Por meio de complexos sistemas de propaganda, que envolvem sutilezas psicológicas e recursos espetaculares, industriais e produtores induzem a população a adquirir sempre os novos modelos de carros, geladeiras, relógios, calculadoras e outras utilidades, lançando fora o que já possuem (2002, p. 44).

Destarte, o comércio eletrônico em razão das facilidades oferecidas, como se verá adiante, entre outros motivos, estimula cada vez mais o consumo, levando as pessoas a adquirirem bem mais do que realmente necessitam.

#### **4 Análise do comércio eletrônico no Brasil**

Entende-se necessário, ainda de forma preliminar, traçar algumas considerações iniciais a respeito do conceito de comércio eletrônico.

Inúmeros conceitos são dados ao comércio eletrônico, e todos eles se preocupam em definir a forma por meio da qual esse comércio se realiza, uma vez que é o novo meio que o caracteriza, qual seja a rede mundial de computadores.

De acordo com a autora Cláudia Lima Marques o comércio eletrônico pode ser definido de maneira estrita e ampla:

O comércio eletrônico pode ser definido de uma maneira estrita como uma das modalidades de contratação não-presencial ou a distância para aquisição de produtos e serviços através do meio eletrônico. Já de maneira ampla abrange qualquer forma de transação ou troca de informação comercial ou visando a negócios, aquelas baseadas na transmissão de dados sobre redes de comunicação como a internet, englobando todas as atividades negociais, juridicamente relevantes, prévias e posteriores à venda ou à contratação (2004, p. 38).

Dessa forma, trata-se de uma definição extensa que inclui os setores produtivos e de distribuição, o setor público e o setor privado, os bens materiais e imateriais, os contratos entre empresas e entre empresas e consumidores.

Assim sendo, o comércio eletrônico traduz-se na negociação de bens e/ou serviços realizada através do processamento e transmissão eletrônico de dados. No mesmo sentido Ricardo Lorenzetti entende que se trata de uma modalidade de compra e venda à distância, constituída pela aquisição de produtos e ou serviços através de equipamentos eletrônicos de

transmissão de dados, por meio dos quais são transmitidas e recebidas informações (2004, p. 91).

Para a Comissão da União Europeia o comércio eletrônico compreende várias atividades, tais como: a comercialização de bens e serviços por via eletrônica, a distribuição on –line de conteúdo digital, a realização por via eletrônica de operações financeiras e de bolsas, a obra pública por via eletrônica e todo procedimento deste tipo celebrado pela administração pública (LORENZETTI, 2004, p. 92).

Existem duas modalidades de comércio eletrônico tendo em vista o critério dos sujeitos que o praticam e o critério do modo de cumprimento das transações (PEREIRA, 2002, p. 175). Quanto ao critério dos sujeitos que o praticam, divide-se em: B2B (business-to-business), comércio eletrônico realizado entre empresas ou entidades equiparadas; B2C (business-to-consumer), comércio eletrônico realizado entre empresas e consumidores; C2C (consumer-to-consumer), negócios realizados entre consumidores finais e G2B/B2G (government-to-business/business-to-government), negócios entre o governo e empresas.

Por fim, quanto ao critério do modo de cumprimento das transações, divide-se em: comércio eletrônico direto (bens digitalizáveis), que se consubstancia na encomenda, pagamento e entrega direta em linha de bens incorpóreos e serviços, susceptível de entrega eletrônica, como, por exemplo, a compra e venda em linha de programas de computador, e comércio eletrônico indireto (bens não digitalizáveis), o qual consiste na encomenda eletrônica de bens que têm de ser entregues fisicamente por meio dos canais tradicionais, como os serviços postais.

## **5 Considerações sobre o crescimento do comércio eletrônico no Brasil**

Será visto adiante que o comércio eletrônico oferece uma série de vantagens tanto para os consumidores, quanto para as empresas, bem como para os países, o que proporcionou um extraordinário crescimento deste setor no Brasil e no mundo.

No que se refere às causas de crescimento do comércio eletrônico, pode-se citar aqui algumas delas, que favorecem o consumidor, tal como a relativização do tempo e do espaço devido a eliminação das barreiras geográficas, uma vez que para o consumidor realizar uma compra por meio da internet não precisa mais sair de casa, ou mesmo pode realizá-la de onde quer que esteja desde que tenha acesso à internet por meio de um celular, notebook, tablet, etc. Com isso o consumidor não precisa mais se dirigir a determinada loja, economizando, dessa forma, tempo, algo que nos dias de hoje está cada vez mais limitado. Essa nova forma

de se contratar, também, permite a eliminação das barreiras geográfica, podendo o consumidor adquirir produtos de qualquer localidade do país, bem como alcançar mercados internacionais, possibilitando a escolha de produtos pelo mundo.

Os preços competitivos e as facilidades de pagamento oferecidas pelas lojas virtuais também foram motivadores para as vendas. Os preços no mercado virtual são na maioria das vezes inferiores aos preços nas lojas físicas, por diversos motivos, um deles é a maior competitividade neste setor, pois cada vez mais as lojas estão indo para o mundo virtual; sem falar na questão dos custos reduzidos para manter as empresas virtuais, pois uma série de despesas próprias de lojas físicas são eliminadas.

Comprar pela internet também proporciona a possibilidade de comparação de preços de forma mais fácil e rápida, através de sites especializados, assim, o consumidor não precisa mais ir de loja em loja pesquisando preço.

O sortimento limitado em lojas tradicionais devido á falta de espaço físico para estoque de mercadorias, não é um problema encontrado nas lojas virtuais, o que faz com que os consumidores procurem cada vez mais o comércio eletrônico para realizarem suas compras, visando uma maior disponibilidade de produtos.

Outro fator que fez aumentar os números do comércio eletrônico no Brasil foi o barateamento dos custos para acesso, tanto no que se refere aos equipamentos para acesso como computadores, quanto aos serviços oferecidos pelos provedores, como banda larga. Ambos com preços cada vez mais acessíveis à população principalmente de baixa renda.

Já as políticas de inclusão digital do Governo Federal também contribuíram neste processo, pois passa a oferecer acesso à internet gratuito para as pessoas mais pobres. Assim, todas essas medidas incentivam cada vez mais a utilização da internet e conseqüentemente a celebração de contratos por meio dela.

Para as empresas são inúmeras as vantagens oferecidas pelo comércio eletrônico, tais como redução de custos com aluguel, vendedores, decoração, vitrines, segurança e saneamento, comparando-se aos custos de uma empresa física. Tais vantagens implicam em produtos com preços mais baixos e competitivos; disponibilidade de atendimento todos os dias da semana, produtos direcionados a público global e não apenas local; entre outros.

O comércio eletrônico também ajuda os empresários a encontrarem novos clientes e fornecedores de forma mais rápida e com menos custos, pois ao conectar diretamente produtor e consumidor muitos intermediários são eliminados, restando apenas aqueles que não representam custos, mas apenas agregam valor ao produto.

Assim, a internet contribui para a eficiência das empresas e abre um leque de oportunidades para a expansão dos negócios de todos os envolvidos, devido à redução dos custos nas transações, aumento da competição, podendo ajudar a reduzir os preços dos produtos. Logo, de um lado está o fornecedor, que ganha competitividade ao ampliar a atuação geográfica no país, além de possibilitar o acesso aos mercados globais; do outro, o comprador, o cliente empresarial, que descobre um poder maior de barganha. No final, a economia do país é a maior beneficiada.

Assim, o comércio eletrônico também proporciona o crescimento econômico dos países em desenvolvimento, pois melhora a competitividade no comércio internacional.

A principal vantagem do comércio eletrônico segundo a OMC para os países em desenvolvimento é a possibilidade de ele poder ajudar seus produtores e consumidores a superarem alguns de seus principais problemas no comércio, como a distância dos mercados e a falta de informação sobre oportunidades e ofertas disponíveis.

Assim, como as estradas de ferro no século passado, a Internet pode gerar um ganho quantitativo e qualitativo nas economias nacionais através da dinamização da cadeia de fornecedores, diminuindo custos e estoques (GICO Jr., 2003, p. 267).

Assim, o comércio eletrônico é tido como fator de crescimento nas nações mais pobres, pois requer pouco investimento. Além de que fomenta o consumo, o que gera circulação de riquezas e conseqüentemente o crescimento econômico para os países em desenvolvimento.

## **6 Realidade do comércio eletrônico no Brasil**

Quanto ao crescimento do comércio eletrônico no Brasil, somente em 2011 este setor cresceu 26%, que, por sua vez, movimentou 18,7 bilhões de reais, segundo os dados da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico. Em 2010, o crescimento do setor foi acima do comum de 40%, faturando 15 bilhões de reais. Sendo que o crescimento médio anual nos últimos 10 anos foi de 43,5%, pois faturava algo ao redor de R\$ 0,5 bilhões em 2001. Assim, esses números mostram um estrondoso crescimento do comércio eletrônico no Brasil. E a estimativa é que em 2012 se alcance um faturamento de 23,4 bilhões, o que representa um acréscimo nominal de 25% em relação a 2011.

Também vem crescendo o número de pessoas comprando pela internet, que são os chamados e-consumidores, de 2010 para 2011 houve um crescimento de 37%, sendo 9 milhões de novos e-consumidores em 2011. Com isso, chega-se a 32 milhões de pessoas que realizaram, ao

menos, uma compra online até hoje. Outro fator importante é que dentre os novos consumidores incluem-se pessoas das mais diversas faixas etárias e cada vez mais de menores níveis de renda, uma vez que dos 9 milhões de novos e-consumidores 61% pertencem à classe C.

Em 2011, as categorias de alto valor agregado, como Eletrodomésticos, Informática e Eletrônicos, foram a preferência dos e-consumidores, segundo informações do site do mercado livre.

De acordo com a Pesquisa TIC Domicílios e Usuários 2007, o acesso à internet nas regiões brasileiras mostra fortes variações, principalmente entre o eixo Sul/Sudeste e Norte/Nordeste. As dificuldades históricas de desenvolvimento econômico e social nessas duas últimas regiões explicam a baixa proporção de indivíduos que já usaram internet. A Região Sul apresentava o maior percentual de pessoas que já acessaram a internet (46%); a Região Norte, o menor (32%).

A A. T. Kearney divulgou, um estudo chamado “Índice de e-Commerce de Varejo 2012” no qual o Brasil aparece como o segundo colocado dentre os países emergentes com maior potencial de crescimento no varejo online, atrás da China, além do mais atraente para investimentos no varejo.. Este estudo avaliou o potencial em e-commerce de cerca de 30 países emergentes para o desenvolvimento do e-commerce, levando em conta o acesso à internet, a legislação e a infra-estrutura. Ainda de acordo com referido estudo, a estimativa é que o comércio online brasileiro cresça 12% anualmente pelos próximos cinco anos.

Por fim, como expressão de todo esse crescimento, segundo o levantamento encomendado pela Visa à América Economia Intelligence o comércio eletrônico brasileiro representa hoje cerca de 1% do PIB brasileiro.

## **7 O Impacto do comércio eletrônico na economia**

Quanto ao impacto do comércio eletrônico na economia brasileira, ele pode ser sentido em vários setores, entre eles: o de serviço de comunicação devido à emergência da telefonia pela Internet; os serviços de entrega ou logística também vêm crescendo bastante, além do mercado financeiro que também será fortemente afetado ao transformar a forma como os serviços financeiros serão prestados.

Outro impacto na economia brasileira advém da questão da arrecadação, a nível de comércio eletrônico, do ICMS, que é o imposto de maior arrecadação no Brasil e a principal fonte de receita dos Estados, o que leva os Estado a uma verdadeira “guerra fiscal” na disputa pelos valores arrecadados, em face do crescimento vertiginoso do comércio eletrônico. Os

estados do sul e sudeste como são mais desenvolvidos, abrigam a maior quantidade de centros de distribuição das empresas que vendem pela Internet. Assim, os estados menos desenvolvidos pleiteiam a partilha do ICMS. A PEC n° 103/2011 propõe a divisão dos recursos adquiridos a título de ICMS nas comercializações via internet, de forma que 60% fica com os Estados de destino e 40% com Estados de origem. Essa divisão está proporcionando a descentralização do desenvolvimento nacional, saindo do eixo sul, sudeste e proporcionando o crescimento do norte, nordeste.

Por fim, um dos principais impactos provocados na economia brasileira é o aumento do consumo pelos brasileiros, o qual se deve ao crescimento desse setor de forma acelerada, o que faz aumentar, conseqüentemente, o número de consumidores virtuais, e, por trás deste forte incremento do e-commerce encontra-se o incentivo ao consumo, com uma maior variedade de produtos e serviços à disposição dos consumidores, bem como da facilidade do sistema. Além do surgimento de novos fluxos comerciais com ampliação do mercado consumidor internacional, proporcionando aumento nas exportações. Portanto, o comércio eletrônico está incentivando e estimulando cada vez mais o consumismo.

## **8 Reflexões sobre os impactos do comércio eletrônico no desenvolvimento econômico**

A cultura consumista é a marca da geração atual. Seja pela propensão a satisfação imediata dos desejos, dentre os quais se ressaltam o de “ter” e de “juntar”, seja pela ansiedade presente na humanidade e na tomada de decisões de forma instantânea, tida como “cultura agorista”. Aliada a esse traço característico da sociedade de consumidores, tem-se no avanço tecnológico a ambiência perfeita para a prática do consumo.

Nota-se, que o avanço tecnológico, igualmente, foi instrumento de fundamental importância para o processo de globalização. Dentro desse processo verificou-se que a comunidade internacional não se desenvolveu de maneira homogeneia. O grau de desenvolvimento de um país, não é aferido, unicamente pelo seu desenvolvimento econômico, dissociado de outros elementos como questões sociais. Sobre o assunto, na mesma linha de raciocínio, afirma Belo “Portanto, revela-se insuficiente qualquer compreensão puramente econômica do desenvolvimento” (BELO, 2012).

Assim, um dos índices de aferição desse desenvolvimento é a diminuição das chamadas desigualdades sociais, fruto de uma disparidade na concentração de renda dentro da população, marcada pelo antagonismo de pessoas muito ricas contrapondo-se a uma grande parcela da população em estado de miserabilidade. Verificou-se no presente ensaio que houve

no Brasil o crescimento do PIB em razão do desenvolvimento do comércio eletrônico, no entanto não se pode assegurar que este aumento garantiu o desenvolvimento do país.

Esta afirmação pode ser entendida com o seguinte fato de que, embora cada vez mais, exista a disseminação de produtos eletrônicos entre a população do país, ainda, existe grande parte da população alijado desta inclusão digital. Assim, compreende-se que muitas vezes o desenvolvimento do comércio eletrônico, pode acentuar, ainda mais as disparidades sociais e econômicas existentes no Brasil.

## **9 Considerações Finais**

Depois de tudo o que foi dito, pode-se reforçar o comentário de que o processo de globalização oferece o contato de vários elementos políticos, culturais, sociais e econômicos entre os países. Contudo, partindo-se de uma análise histórica percebe-se uma preponderância de determinados Estados e respectivos mercados sobre os demais. Muitas vezes essa hegemonia concretiza-se no controle global das riquezas, tornando, desta maneira, a globalização em instrumento eficaz para solidificar esta hegemonia. Em razão dessa diferenças sociais, culturais e políticas é que determinado padrão de comportamento não enseja necessariamente as mesmas características. Logo, após detalhada análise do tema afirma-se que a política do hiperconsumo, aquecida pelo comércio eletrônico, não impacta de forma positiva o cenário nacional, sob o ponto de vista do desenvolvimento. Assim, pode-se concluir que embora no Brasil venha se faturando bilhões com o crescimento do comércio eletrônico e este venha se tornando importante para a economia brasileira, não importa em verdadeiro desenvolvimento econômico para o país.

## Referência Bibliográfica

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

BELO, Manoel Alexandre Cavalcante. **Política e Desenvolvimento: uma abordagem sistêmica**. Curitiba: Juruá, 2012.

BRANCO, Samuel Murgel. **O meio ambiente em debate**. 3 ed. São Paulo: Ed. Moderna, 2002.

Centro de estudos sobre as tecnologias da informação e da comunicação. Disponível em: <<http://www.cetic.br/usuarios/tic/2007/index.htm>>. Acesso em: 08 de julho de 2012.

Comissão da União Européia. Uma iniciativa européia em matéria de comércio eletrônico (COM. 97.157). In LORENZETTI, Ricardo Luis. **Comércio eletrônico**. Tradução de Fabiano Menke; com notas de Claudia Lima Marques. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

Dados da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico. Disponível em: <<http://www.camara-e.net>>. Acesso em: 07 de julho de 2012.

Dados do Mercado livre. Disponível em: <<http://www.mercadolivre.com.br>>. Acesso em: 07 de julho de 2012.

E-Commerce Is the Next Frontier in Global Expansion. Disponível em: <<http://www.atkearney.com/research-studies/e-commerce-index>>. Acesso em: 09 de julho de 2012.

FEITOSA, Maria Luíza Pereira de Alencar Mayer. **Direito Econômico da Energia e do Desenvolvimento. Ensaios interdisciplinares**. Organizadoras: Maria Luiza Pereira de Alencar Mayer Feitosa e Maria Marconete Fernandes Pereira. São Paulo: Ed. Conceito, 2012.

FEITOSA, Maria Luíza Pereira de Alencar Mayer. **Padigmas inconclusos: os contratos entre a autonomia privada, a regulação estatal e a globalização dos mercados**. São Paulo: Ed. Coimbra, 2007.

FURTADO, Celso. **O capitalismo global**. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 2007.

GICO Jr., Ivo Texeira. **Solução e prevenção de litígios internacionais**. Rio de Janeiro: Ed. Forense, Vol. III, 2003.

LORENZETTI, Ricardo L. **Comércio eletrônico**. Tradução de Fabiano Menke; com notas de Claudia Lima Marques. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

MARQUES, Cláudia Lima. **A proteção do consumidor de produtos e serviços estrangeiros no Brasil: primeiras observações sobre os contratos a distância no comércio eletrônico**. Revista de Direito do Consumidor. São Paulo: jan. – março, nº 41, 2002.

\_\_\_\_\_. **Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor (um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comercio eletrônico)**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

PAESANI, Liliana Minardi. **Direito e Internet: liberdade de informação, privacidade e responsabilidade civil.** São Paulo: Atlas, 2012.

PEREIRA, Alexandre Dias. **A globalização, a OMC e o comércio eletrônico.** Revista Sequência, n° 45, 2002.