

## **COVID-19: ÉTICA, RESPONSABILIDADE E SOLIDARIEDADE NAS RELAÇÕES COMERCIAIS NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO**

**Devanildo de Souza Amorim<sup>1</sup>; Luís Delcídes Rodrigues da Silva<sup>2</sup>; Irineu Francisco Barreto Junior<sup>3</sup>**

É sabido que com o advento da COVID-19 ocorreram a alta dos preços e, até mesmo, a escassez dos hortifrutigranjeiros. Tal situação imposta pelo cenário de calamidade pública, reconhecida pelo Congresso Nacional, na forma do artigo 65 da Lei Complementar nº 101, de 4 de maio de 2000, exigiu das autoridades firmeza para atender as necessidades, porém, diante de todas as preocupações sanitárias, é de conhecimento nacional a existência de um regramento para o trato com o consumidor que, por sua vez, ao se dirigir ao local costumeiro para realizar suas compras, por mais bem apresentável os produtos à venda estejam no tablado, o resultado é o inverso do esperado pelo consumidor. Logo, ao tomar como exemplo o referido relato a pesquisa trata sobre a responsabilidade ética, não apenas de um comerciante, mas do Estado, na figura representativa do município, especialmente da Vigilância Sanitária para uma atuação mais efetiva na verificação dos alimentos, ministrar cursos para os comerciantes, para conhecer um pouco mais sobre as técnicas de conservação, a época certa para a colheita e retirada dos tubérculos e outras espécies para venda e distribuição e o quanto esses critérios de seleção, cuidado e escolha podem tornar-se fatores éticos, não apenas pela diferença dos atributos, mas pelas diferenças das afecções e por não caber uma diferenciação das substâncias, mas por uma única substância. A pesquisa será feita através da pesquisa de bibliografia sobre ética, especialmente sobre teóricos como Baruch de Espinosa (1632-1677) e alicerçado nos conceitos estabelecidos na Constituição Federal e no regramento infraconstitucional especialmente ao tratar sobre as relações de consumo e as competências exclusivas dos municípios. Por todo o exposto, infere-se que a covid prejudicou muito os comerciantes, especialmente os pequenos, que por meio da prática sazonal, tem dificuldades em adquirir produtos de boa qualidade, além da alta nos preços, as dificuldades econômicas impostas por um período de restrição de circulação e mudança de comportamento, onde influencia totalmente as questões éticas e a prática solidária nas relações comerciais. Conclui-se que a prática solidária ao adquirir um alimento de boa qualidade e com preço justo reflete na natureza das coisas e na ética através da diferença dos atributos e as afecções.

**Palavras-chave:** Ética; Natureza; Substância.

---

<sup>1</sup> Graduando em Direito pelo Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas – FMU-SP. Pesquisador no grupo de pesquisa Ética e Fundamentos Jurídico-Políticos da Sociedade da Informação – FMU-SP. Bolsista do programa de iniciação científica na modalidade PIBIC/FMU-SP.

<sup>2</sup> Graduado em Comunicação Social - Jornalismo pelo Centro Universitário das Faculdades Integradas Alcântara Machado (2011). Pós graduação “lato sensu” em Marketing e Comunicação Integrada na Universidade Presbiteriana Mackenzie (2014); graduando em Direito, pela FMU-SP. Membro do Grupo de Pesquisa Ética e Fundamentos Jurídicos-Políticos na Sociedade da Informação. Jornalista.

<sup>3</sup> Pós Doutor em Sociologia pela USP. Doutor em Ciências Sociais pela PUC-SP. Docente do Programa de Mestrado em Direito da Sociedade da Informação FMU-SP. Analista de Pesquisas da Fundação Seade.

