



**CURSO DE BACHARELADO EM DIREITO
TURNO: TARDE**

JOÃO FERNANDO ALVES SOBREIRA

**AS NOVAS PERSPECTIVAS DAS RELAÇÕES DOS CONSUMIDORES COM O USO
DA INTERNET NO COMÉRCIO ELETRÔNICO**

**TERESINA
2020**

FICHA CATALOGRÁFICA

S677n Sobreira, João Fernando Alves.

As novas perspectivas das relações dos consumidores com o uso da internet no comércio eletrônico. João fernando Alves Sobreira. – Teresina: Uninovafapi, 2020.

Orientador (a): Prof. Me. Cléa Mara Coutinho Bento. Centro Universitário UNINOVAFAPI, 2020.

21. p.; il. 23cm.

Catálogo na publicação

Antonio Luis Fonseca Silva– CRB/1035

Francisco Renato Sampaio da Silva – CRB/1028

JOÃO FERNANDO ALVES SOBREIRA

**AS NOVAS PERSPECTIVAS DAS RELAÇÕES DOS CONSUMIDORES COM O USO
DA INTERNET NO COMÉRCIO ELETRÔNICO**

Artigo apresentado ao Centro Universitário
UNINOVAFAPI, como requisito necessário para
obtenção do título de Bacharelado em Direito.

Orientadora: Profa. Ma. Cléa Mara Coutinho Bento

**TERESINA
2020**

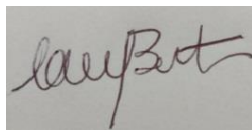
JOÃO FERNANDO ALVES SOBREIRA

**AS NOVAS PERSPECTIVAS DAS RELAÇÕES DOS CONSUMIDORES COM O USO
DA INTERNET NO COMÉRCIO ELETRÔNICO**

Artigo apresentado ao Centro Universitário
UNINOVAFAPI, como requisito necessário para
obtenção do título de Bacharelado em Direito.

Artigo apresentado.
Em: __/__/____

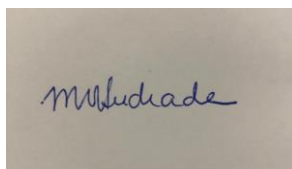
BANCA EXAMINADORA



Professora Dra. **Cléa Mara Coutinho Bento**
Orientadora
Centro Universitário UNNOVAFAPI



Professora Dra. **Auricélia do Nascimento Melo**
Centro Universitário UNINOVAFAPI



Professora Dra. **Marília Martins Soares Andrade**
Centro Universitário UNINOVAFAPI

AS NOVAS PERSPECTIVAS DAS RELAÇÕES DOS CONSUMIDORES COM O USO DA INTERNET NO COMÉRCIO ELETRÔNICO

THE NEW PERSPECTIVES OF CONSUMER RELATIONS WITH THE USE OF THE INTERNET IN ELECTRONIC COMMERCE

João Fernando Alves Sobreira¹

RESUMO

Pela produção de um estudo voltado para as novas perspectivas acerca das relações dos consumidores com a internet, isto envolve todo um contexto com a expansão quanto à maneira de promover o comércio em torno de um aprimoramento em referência aos meios voltados para tal questão. Meios estes que não somente com base na tecnologia utilizada, mas ainda no que diz respeito aos aspectos voltados para a efetivação do comércio assim também empreendido, com uma evidência aqui, para o consumidor e os direitos destes conforme colocação por parte da legislação brasileira. Disposição esta mediante questões tanto sob a óptica constitucional como as voltadas para funcionalidade do Direito ao fazer uma menção, que de modo mais preciso, ao Direito do Consumidor. Uma análise, a princípio de forma que assim já integrada, eis que como preceito à concretização da mesma, como objetivo utilizado, sob uma dimensão maior, eis propósito de: Promover um encadeamento acerca de convicções sobre as formas de consumo hoje empreendidas dentre as perspectivas quando se fez por considerar a influência do uso da internet no contexto de determinada transação comercial sob a presença de determinados pontos substanciais e lícitos ao cumprimento da convenção em ênfase. Metodologia: pesquisa bibliográfica, pesquisa qualitativa e pesquisa exploratória. E isto quando de entendimentos, que pelos mesmos, eis a suposição de ser relevante considerar conteúdos quanto a uma interpretação sobre um objeto de estudo relativo a circunstâncias representativas da forma de abordagem pertinentes às relações dos consumidores com a internet, ou seja, para com uma associação conforme determinados enfoques. Perspectivas quando da ocasião, que, portanto, em vista do empreendimento do comércio eletrônico e associações deste com consumidores e com referência a suportes à realização dos procedimentos enquanto aspectos jurisprudenciais. Vertentes estas com um respaldo para prerrogativas lícitas em meio a uma diversidade coesa com a realidade em que a mencionada convenção comercial está inserida.

Palavras-Chaves: Consumidor. Internet. Direito do Consumidor. Comércio Eletrônico.

¹ Bacharelando em Direito pelo Centro Universitário UNINOVAFAPI. Teresina, 2020. E-mail: fernandoasobreira@hotmail.com

ABSTRACT

Through the production of a study aimed at new perspectives on consumer relations with the internet, this involves a whole context with the expansion as to how to promote trade around an improvement in reference to the means focused on this issue. These means that not only based on the technology used, but also with regard to aspects aimed at the effectuation of trade thus also undertaken, with evidence here, for the consumer and the rights of these as stated by the Brazilian legislation. This provision through questions both from the constitutional point of view and those related to the functionality of the Law when making a mention, more precisely, to the Consumer Law. An analysis, at first so that it has already been integrated, behold, as a precept to its realization, as a used objective, under a larger dimension, this is the purpose of: Promote a chain of beliefs about the forms of consumption currently undertaken from the perspectives when it was done considering the influence of the use of the internet in the context of a particular commercial transaction under the presence of certain substantial and lawful points to comply with the emphasized convention. Methodology: bibliographic research, qualitative research and exploratory research. And this when it comes to understandings, that by them, there is the assumption that it is relevant to consider contents regarding an interpretation of an object of study related to circumstances representative of the form of approach pertinent to consumers' relations with the internet, that is, towards a association according to specific approaches. Perspectives at the time, which, therefore, in view of the enterprise of electronic commerce and its associations with consumers and with reference to support for carrying out procedures as jurisprudential aspects. These aspects are supported by lawful prerogatives amid a diversity cohesive with the reality in which the aforementioned commercial convention is inserted.

Key-Words: Consumer. Internet. Consumer Law. E-commerce.

1 INTRODUÇÃO

Pelo tema escolhido para realização do presente artigo, eis que houve por abordar, pois, sobre as novas perspectivas em menção às relações dos consumidores conforme sentido para com o uso da internet no comércio eletrônico. E isto, na medida em que se dispôs a associar tal questão a aspectos tangíveis a tal ponto, e este, enquanto argumento circunstanciado em meio a uma determinada representatividade.

Sobre a expressão como acima, situada, esta acerca do jeito de interpretar quanto às relações dos consumidores ao considerar tendências pertinentes à efetivação das mesmas. E isto seja no que se referiu à forma em que tais relações encontram-se estabelecidas ao fazer uma menção à internet mediante sentido, que, mais precisamente falando, para com o comércio eletrônico e demandas em meio a uma disposição que se propôs por fazer uma referência à legislação brasileira.

Conforme o exposto, algo enquanto perspectivas, que, ao ponderar as contingências relativas, quando, portanto, à legislação em destaque, isto se diz em desinência de uma associação com as relações dos consumidores com o que diz respeito à utilidade da internet enquanto meio elementar ao comércio eletrônico. E quando de modo oportuno, factível deve-se levar em conta condições favoráveis à resolução de possíveis danos aos consumidores tanto pela visão constitucional como pela óptica consoante condecoração da aplicabilidade do Direito sob uma precisão tal, ao fazer uma insinuação a aspectos basicamente pertinentes ao Direito do Consumidor.

Sobre Direito do Consumidor, segundo Bolzan (2014), é considerado como sendo a especialidade específica do Direito que trata das relações jurídicas que venha a ocorrer entre fornecedores no que diz respeito à oferta de bens e serviços, e os consumidores, que aqueles estão a atender.

A respeito do exposto logo acima, isto quando de uma referência a fornecedores e consumidores enquanto, haja de se dizer, pessoas físicas ou pessoas jurídicas, segundo a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que tem, dentre outros propósitos, proteger o direito do consumidor (BRASIL, 2016).

Acerca de uma compreensão do que seja o fornecedor, ainda que levando em conta a identificação como anteriormente posto, isto de modo que complementando-se, conceituando a pessoa como então qualificada que tenha como ímpeto, dentre tantos: o que se refere à distribuição ou comercialização relacionada à oferta de produtos ou à prestação de serviços. Já no que toca um entendimento sobre o consumidor, pode-se identificá-lo como toda pessoa, seja física ou jurídica, que chegue a adquirir ou fazer uso de produtos ou serviços enquanto destinatário em alusão à finalização do processo em uma determinada relação de consumo. Idem

E com base nestas noções e outros mais que se sabe ser de tamanha significância conforme a temática aqui optada, eis o uso de critérios na promoção de uma abordagem como aqui a ser apresentada, mediante menção a tópicos, e quando de início, sobre problema da pesquisa: Como vem sendo posto em análise as relações dos consumidores em meio a uma dimensionalidade tecnológica via internet dentro do processo de uma deliberada transação comercial conforme atribuições no que se faça por cogitar questões substanciais como também lícitas condicionalmente falando referentes ao desempenho do comércio eletrônico em atendimento ao consumidor.

Sobre a justificativa: A viabilidade de um estudo sobre o desígnio do Direito do Consumidor no que concerne a um entendimento acerca da relação de consumidores ao se referir

à transação comercial sob a utilização da internet e perspectivas em torno disto, adquirindo-se desta maneira conhecimentos determinantes. E isto, na proporção em que se faça por valer uma percepção ainda mais abrangente como também, especificamente falando, quando de um destaque para com o reconhecimento de dados favoráveis à efetivação da transação em questão, mediante imprescindibilidade de uma intervenção para com o que diz respeito à legislação brasileira. Algo, frente a uma eventual situação que venha por coexistir enquanto que por vezes, o consumidor possa vivenciar danos à sua pessoa. Danos estes, enquanto, por exemplo, ofensas tipo morais e o cumprimento para com uma reparação destes ultrajes sendo digna de uma atenção específica conforme saberes que em função além de uma compreensão sobre direitos fundamentais, uma menção também se fazendo ao Direito do Consumidor.

Quanto aos objetivos usados. Objetivo Geral: Promover um encadeamento acerca de convicções sobre as formas de consumo hoje empreendidas dentre as perspectivas quando se fez por considerar a influência do uso da internet no contexto de determinada transação comercial sob a presença de determinados pontos substanciais e lícitos ao implemento da convenção em ênfase. Objetivos Específicos: Identificar saberes em meio a uma suposição quanto à constatação de perspectivas em torno das relações de consumidores mediante uso da internet no que tange a uma forma de efetivação da transação comercial cada vez mais presente no dia a dia do cidadão brasileiro.; Redigir baseando-se em saberes sobre as relações de consumidores ao fazer uma menção à transação comercial com um sentido para com o desempenho do comércio eletrônico ao ter em mente uma relação deste com o consumidor, supostos prejuízos ao cliente e perspectivas alusivas a esta situação e Promover uma abordagem acerca de melhores formas de despertar quanto ao processo voltado para relações dos consumidores no tocante a uma atenção para com o comércio eletrônico, prováveis danos ao consumidor em função deste tipo de transação e, por conseguinte, ações deliberativas aptas à retificação dos mesmos.

E sobre a metodologia, optou-se por fazer uso das pesquisas: bibliográfica, qualitativa e exploratória, quando de uma alusão além do que se refira à legislação brasileira, a artigos e outras produções.

Pelas pesquisas como então, já de certa forma apresentadas, crê-se, mais precisamente proferindo, na possibilidade de fazer por discernir sobre um assunto que pelo jeito de abordá-lo, eis de ser viável promover, numa ocasião futura, um maior aprofundamento quanto aos vínculos, que, pois, de consumidores em relação, pois, ao comércio eletrônico. Algo de modo que fazendo uso de meios próprios diante de repercussões desfavoráveis ao consumidor

não obstante a uma percepção sobre a significância dos direitos deste e delineamentos em volta disto.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Com relação ao conceito de internet segundo Lorenzetti (2004, p. 24-25), eis o entendimento de que seja:

uma rede internacional de computadores interconectados, que permite que se comuniquem entre si dezenas de milhões de pessoas, bem como o acesso a uma imensa quantidade de informações de todo mundo.

Sobre a internet, esta que, portanto, sob uma disposição, de modo que se apresentando como um relevante acessório que não somente no que diz respeito à comunicação, mas também a uma aproximação entre as pessoas, na medida, que consecutivamente, veio por emergir novos meios de conexão entre as pessoas.

E assim, ainda que com uma evolução em meio ao surgimento de inovações tecnológicas, surgiu através da internet possibilidades de gerar meios favoráveis à implementação de novas formas de promover transações comerciais. Meios estes no que diz respeito à elaboração de páginas, que, portanto, virtuais e com isto veio por ocorrer a viabilidade de identificar recursos que disponibilizassem uma otimização em relação ao comércio eletrônico. (SZWARC, 2015)

Sobre a definição de comércio eletrônico, “uma maneira estrita, como sendo uma das modalidades de contratação não presencial ou a distância para a aquisição de produtos e serviços através de meio eletrônico ou via eletrônica.” segundo Marques (2004, p. 38).

E assim, que também havendo de considerar o posicionamento de Coelho (2008) ao perceber sobre comércio eletrônico como o ato de vender objetos seja virtualmente falando ou sob uma menção a produtos físicos, ou que tange um sentido para com o fornecimento de serviços por meio de recursos virtuais. E isto posto ainda que também quando de uma referência ao comércio eletrônico sob uma diversidade tal quando da sua estruturação abrangendo múltiplos setores mercantis conforme neste instante relativamente falando de acordo com Szwarc (2015).

Ainda que uma forma de abordagem com relação ao comércio eletrônico à base do uso da internet como elemento principal, mas havendo necessidade de promover uma atuação em relação ao consumidor, a forma de transação comercial como aqui evidenciada fazendo uso adequado da ferramenta que assim dispõe (PINHEIRO; BITTENCOURT, 2009).

Com base no dito logo acima, todavia exista por ter em mente a imprescindibilidade de identificar o perfil do consumidor que vem por lidar e compreender a realidade em que se deva

proceder no âmbito do comércio eletrônico ao que se dispõe pelo mesmo atuar (MACEDO, 2013).

Um contexto sob uma atenção para com questões que se devam levar em conta mediante conhecimentos pertinentes às relações do consumidor com uma referência para o comércio eletrônico, o modo que é posto em prática e novas perspectivas em torno disto, ainda que se tendo de considerar supostos danos ao consumidor, dentre eles, os danos morais. E para o reparo destes agravos, isto, sob ópticas tais que correlacionadas a uma segurança jurídica em prol do consumidor quando de uma menção a uma abordagem em torno de uma percepção por onde faça valer o Direito do Consumidor e demais circunstâncias em torno disto.

E por este ângulo acerca do Direito em si, preliminarmente considerando, algo diante de todo um processo de modernização, que, portanto, em relação ao comércio eletrônico mediante atendimento ao seu consumidor vem passando por uma otimização. E isto à vista de um posicionamento sobre o Direito quando do conhecimento que ao se apresentar de modo como sendo um processo voltado para questões próprias de uma sociedade que busca seus direitos enquanto prerrogativas tipicamente acerca da relação de consumo. Colocação esta ao atentar para com a afirmação de José e Rabelo (2013, p. 199), ao asseverarem que:

O direito é dinâmico, é fato social, é esteira e reflexo da sociedade. E, como tal, está imerso no cotidiano da vida, viabilizando-a, defrontando-se a todo o momento com a evolução de fatores culturais, sociais, políticos e econômicos que demandam uma nova interpretação das relações jurídicas no campo material e processual.

Pelo que se pode observar quanto à afirmação acima, de acordo com Tozzi et al. (2016), uma performance de modo que com uma notoriedade para com o Direito do Consumidor, e isto partindo de procedimentos relacionados a um processo evolutivo quanto à relação de consumo seja de produtos ou mesmo de serviços. E com esta a tal situação, isto no que houve por se referir ao surgimento da ideia de consumidor - fornecedor e repercussões acerca da mesma. Repercussões enquanto possibilidade de conflitos entre tais sujeitos, podendo-se identificá-los como pessoa física e pessoa jurídica.

E em meio ao que possa se associar, mais precisamente falando, a conflitos na relação de consumo, o Direito do Consumidor neste sentido prestando-se a cuidar do estabelecimento de tal vínculo, conforme realidade em que nós brasileiros estamos inseridos. (TOZZI al., 2016).

Em função da assertiva anteriormente postada, que tange aos conflitos específicos da relação de consumo, estes de modo que sendo “gerados por inadimplemento das

obrigações contratuais ou desrespeito aos direitos assegurados pela Legislação Brasileira.”, enquanto posicionamento de Tozzi et al. (2016, p. 1)

Dinamicidade que como tal, também sendo viável vinculá-la a um saber que como tal, segundo José e Rabelo (2013, p. 199-200), disposto da seguinte maneira:

Diante do avanço tecnológico do cenário globalizado e da consequente aceleração do desenvolvimento econômico, as relações jurídicas de consumo ampliaram-se de forma excepcional. Entretanto, aliado ao progresso e à produção sucessiva de situações, multiplicou-se também a diversidade de problemas dentro das relações consumeiras, criando uma avalanche de processos judiciais acerca do assunto.

Ainda que por este ângulo, e conforme uma atribuição a uma nova realidade dentro de um contexto multifatorial, com a criação do Código de Defesa do Consumidor, veio por despontar, portanto, inovações no que está relacionado a aspectos quando da averiguação de termos jurídicos condizentes com as relações de consumo no âmbito do comércio eletrônico.

Conforme o exposto, assim, poder reaver, pelo que já foi dito aqui e outras questões a mais, o que possa se referenciar a uma apreensão para com a intenção de promover uma abordagem sobre o papel do Direito do Consumidor na reparação dos danos morais como então antes mencionados. Algo, no que se tem como relevante o discernimento de José e Rabelo (2013, p. 200), ao se pronunciarem deste modo: “O fato das pessoas reagirem em busca de reparação do dano sofrido, dirigindo-se ao Judiciário, revela, entretanto, um amadurecimento quanto ao (re)conhecimento de direitos e conscientização por parte da sociedade.”

À luz de do que se refere a uma relação para com o Direito do Consumidor e sua aplicabilidade na reparação dos danos morais em relação ao comércio eletrônico, isto ainda que, com uma proeminência para a disposição em conectá-la aos direitos fundamentais do consumidor. Direitos estes no que abrange um vínculo para, dentre outras questões, a segurança, e esta na medida em que se leve em consideração interdependências comerciais dentre a situações quando da intenção por fazer uso de métodos coercivos ou mesmo injustos. E isto ainda que haja de considerar a busca pela efetivação dos direitos essenciais, que por este prisma, de modo que se posicionando contrário às cláusulas exorbitantes introduzidas nos contratos.

Quanto a um entendimento em relação às cláusulas exorbitantes específicas do Direito do Consumidor e sua aplicabilidade na reparação dos danos morais, sobre cláusula exorbitante propriamente falando, Godoy (2004, p. 49), a definiu como a que:

[...] vem marcada pela unilateralidade, que é resultado da posição de força, de superioridade de uma das partes contratantes, impondo um desequilíbrio contratual, de vantagens e riscos, que a ordem jurídica corrige ou, antes, impede.

Por este prisma e outros pontos a mais, sabe-se da importância dos fundamentos jurídicos na reparação dos danos morais ao se ter em mente uma relação destes com o direito do

consumidor, entretanto princípios devem ser também considerados como nortes à efetivação da garantia de tal direito.

E isto, ainda que dentre a uma relação para o que diz respeito a um processo que através do qual, seja prático contribuir para com os valores do consumidor.

No tocante a uma apreensão sobre valores que, Andrade, Alyrio e Vilas Boas (2006, p. 31), se prontificaram a analisá-los como sendo:

[...] princípios de conduta como proteção, honestidade, responsabilidade, manutenção de promessas, busca de excelência, lealdade, justiça, integridade, respeito pelos outros e cidadania responsável.

Acerca de princípios, Delgado (2009, p. 18-19) também tendo se posicionado de maneira a compreendê-los ao considerar a afirmação de que seja a:

[...] noção de proposições ideais que se gestam na consciência de pessoas e grupos sociais a partir de certa realidade e que, após gestadas, direcionam-se à compreensão, reprodução ou recriação dessa realidade.

Ainda que haja de acatar que diante de determinadas colocações sobre os princípios a serem apresentados, supõe-se ser possível fazer uma referência a Nunes (2002, p. 37), que se posicionou em relação ao conceito de princípios de forma a afirmar que de fato:

o princípio funciona como vetor para o intérprete. E o jurista, na análise de qualquer problema jurídico, por mais trivial que ele possa ser, deve, preliminarmente, alçar-se ao nível dos grandes princípios, a fim de verificar em que direção eles apontam.

E dentre aos demais entendimentos, ainda que também em conformidade com Mello (2009, p. 948), por fim, haja possibilidade de dizer que sobre princípios, seja:

por definição, mandamento nuclear de um sistema, verdadeiro alicerce dele, disposição fundamental que se irradia sobre diferentes normas compondo-lhes o espírito e servindo de critério para sua exata compreensão e inteligência, exatamente por definir a lógica e a racionalidade do sistema normativo, no que lhe confere a tônica e lhe dá sentido harmônico.

Princípios no que diz respeito ao princípio da dignidade humana, ainda que ocorra de se levar em conta os princípios básicos do Direito do Consumidor.

Entende-se por direitos básicos na esfera do Direito do Consumidor, conforme uma relação para com Grinover et al. (2004, p. 91)

Situados nessa perspectiva, tudo hoje em dia é direito do consumidor: o direito à saúde e à segurança; o direito de defender-se contra a publicidade enganosa e mentirosa; o direito de exigir as quantidades e qualidades prometidas e pactuadas; o direito de informação sobre os produtos, os serviços e suas características, sobre o conteúdo dos contratos e a respeito dos meios de proteção e defesa; o direito à liberdade de escolha e à igualdade na contratação; o direito de intervir na fixação do conteúdo do contrato, o direito de não se submeter às cláusulas abusivas; o direito de reclamar judicialmente pelo descumprimento ou cumprimento parcial ou defeituoso dos contratos; o direito à indenização pelos danos e prejuízos sofridos; o direito de associar-se para a proteção de seus interesses; o direito de voz e representação em todos os organismos cujas decisões afetam diretamente seus interesses; o direito, enfim, como usuários, a uma eficaz prestação dos serviços públicos e até mesmo a proteção do meio ambiente.

Quanto aos princípios básicos do Direito do Consumidor, para Garcia (2013), a estes se pode referir de modo que quando de uma ressalva em meio a direitos básicos, servindo como recursos tanto voltados para orientação como para instrumentalização no que tocante às relações de consumo. Princípios, que, portanto, aqui ainda que específicos, conforme o ramo do Direito em fito, elencados da conforme contextualização como a seguir realizada.

No que diz respeito ao princípio da dignidade humana, antes, porém, levando em conta o conceito de dignidade humana, Sarlet (2001, p. 60) se posicionou de modo que a interpretando como sendo:

a qualidade intrínseca e distintiva de cada ser humano que o faz merecedor do mesmo respeito e consideração por parte do Estado e da comunidade, implicando, neste sentido, um complexo de direitos e deveres fundamentais que assegurem a pessoa tanto contra todo e qualquer ato de cunho degradante e desumano, como venham lhe garantir as condições existenciais mínimas para uma vida saudável, além de propiciar e promover sua participação ativa corresponsável nos destinos da própria existência e da vida em comunhão dos demais seres humanos.

No que corresponde à dignidade humana, isto de modo que pressupõe ser interessante considerar o princípio da dignidade humana.

Agora, quanto ao princípio da dignidade humana. Algo no que se supõe ser interessante, de imediato, uma compreensão a respeito de dignidade, que segundo Nunes (2011, p. 66), eis o seguinte entendimento:

a primeira garantia das pessoas e a última instância de guarida dos direitos fundamentais. Ainda que não seja definida é visível sua violação, quando ocorre. Ou, em outros termos, se não se define dignidade, isso não impede que na prática social se possa apontar as violações reais que contra ela se realizam.

E no que tange uma compreensão sobre o princípio da dignidade humana, isto de modo que sob uma abrangência tal que numa perspectiva quando de uma referência à Sarlet (2011, p. 44),

a dignidade da pessoa humana (independente do nosso sentir, de se aceitar, ou não, a tese da dignidade da vida não humana) há de ser compreendida como um conceito inclusivo, no sentido de que sua aceitação não significa privilegiar a espécie humana acima de outras espécies, mas sim, aceitar que do reconhecimento da dignidade da pessoa humana resultam obrigações para com outros seres e correspondentes deveres mínimos e análogos de proteção.

Quando do atendimento ao respeito pela dignidade humana, enquanto propósito da Política Nacional das Relações de Consumo (PNRC), outro princípio havendo de ser considerado, o que diz respeito à vulnerabilidade do consumidor no âmbito do mercado próprio do consumo e o seu reconhecimento (BRASIL, 2016).

Pelo exposto, na medida em que se atribui ao Direito do Consumidor a função de coordenar os vínculos jurídicos entre o fornecedor e o consumidor, dentre os princípios ainda que também a serem referenciados, eis que como princípio elementar: o que corresponde à

vulnerabilidade do consumidor frente ao fornecedor, como também a imprescindibilidade de superar a mesma. (KLAUSNER, 2008)

Já para uma apresentação acerca do princípio da vulnerabilidade, inicialmente, sobre vulnerabilidade em si, segundo Cavalieri Filho (2011, p. 47), sobre vulnerabilidade eis a compreensão de que seja: “a qualidade ou estado de vulnerável que, por sua vez, significa o que pode ser vulnerado, magoado, prejudicado, ofendido; o que é frágil, que pode ser atacado ou ferido.”

Acerca de vulnerabilidade, eis que, Benjamin, Marques e Bessa (2008, p. 71-73) se propuseram a identificá-la dentro de um contexto, em meio a uma referência a circunstâncias como há de se averiguar logo a seguir:

[...] vulnerabilidade jurídica ou científica, que é a falta de conhecimentos jurídicos específicos, conhecimentos de contabilidade ou de economia. [...] Considere-se, pois, a importância da presunção de vulnerabilidade jurídica do agente consumidor (não profissional) como fonte irradiadora de deveres de informação do fornecedor sobre o conteúdo do contrato, em face hoje da complexidade da relação contratual conexa e seus múltiplos vínculos cativos (por exemplo, vários contratos bancários em um formulário, vínculos com várias pessoas 21 jurídicas em um contrato de plano de saúde) e da falta de clareza deste contrato, especialmente massificados e de adesão.

Quanto ao princípio da vulnerabilidade do consumidor, conforme Moraes (2009, p. 125), tal princípio sendo que por meio do mesmo:

[...] o sistema jurídico positivado brasileiro reconhece a qualidade ou condição daquele(s) sujeito(s) mais fraco(s) na relação de consumo, tendo em vista a possibilidade de que venha(m) a ser ofendido(s) ou ferido(s), na sua incolumidade física ou psíquica, bem como no âmbito econômico, por parte do(s) sujeito(s) mais potente(s) da mesma relação.

Uma vulnerabilidade que segundo Klausner (2008, p. 60):

pode ser técnica, na qual o consumidor não possui conhecimentos técnicos sobre o bem ou serviço que está consumindo; jurídica ou científica, na qual há falta de conhecimentos jurídicos e científicos do consumidor sobre os elementos do produto, serviço, ou do contrato, e que gera o dever do fornecedor de informar; ou fática, na qual há desproporção fática de forças, intelectuais e econômicas, a qual caracteriza a relação de consumo.

E ainda que quando de uma referência ao contexto em se dispõe a relação vulnerabilidade, dignidade humana, o termo jurídico e o consumidor, sob determinada circunstância, chega-se à efetivação da igualdade conforme expresso através da Constituição Federal Brasileira (DOBARRO; VILLAYERDE, 2016).

E isto, fazendo com que se tenha possibilidade de concluir que assim todo e qualquer cidadão esteja sob uma disposição tal quando de um sentido para uma nivelabilidade na esfera dos vínculos entre a questão jurídica e a questão social, influenciando na fundamentação da dignidade humana, segundo também Dobarro e Villaverde (2016).

Já sobre o princípio da veracidade, no que implica antes chamar atenção para com o §1º no que diz respeito ao Art. 37 do Código de Defesa do Consumidor, pode-se dizer que esteja o princípio neste momento em ênfase sob uma determinada disposição. E isto, posto um sentido para com o entendimento de que:

É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços. (BRASIL, 2012, p. 23)

Concluindo-se, pois, de que aos preceitos apresentados através da propaganda acerca de determinado produto ou serviço não há de se atribuir a capacidade de persuadir o consumidor a algum erro no que se refira às reais peculiaridades do que lhe for exposto no ato da venda.

No que corresponde ao princípio da transparência ou da confiança, baseando-se no Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 2016):

Art. 4º, *caput* - A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

[...]

Art. 6º

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem [...];

Averiguando-se aqui pontos enfáticos como a exemplo da transparência, ainda que também, supõe-se ser de grande valia à interpretação do princípio da transparência situado, considerando um entendimento por parte do Supremo Tribunal de Justiça como a seguir dito:

O artigo 6º, III, do CDC institui o dever de informação e consagra o princípio da transparência, que alcança o negócio em sua essência, porquanto a informação repassada ao consumidor integra o próprio conteúdo do contrato. Trata-se de dever intrínseco ao negócio e que deve estar presente não apenas na formação do contrato, mas também durante toda a sua execução. (REsp 1121275/SP, Rel. Ministra NANCY ANDRIGHI, TERCEIRA TURMA, julgado em 27/03/2012, DJe 17/04/2012).

Compreendendo-se a partir do exposto logo acima que é necessário considerar não apenas a estruturação do acordo na relação de consumo, mas também, a efetivação do mesmo, na medida em que se leve em conta também a informação que se deva dar ao consumidor enquanto a sua incorporação ao conteúdo do contrato.

Em relação ao princípio da informação, este enquanto norma que ao fazer uma alusão, que, pois ao direito à informação, de acordo com Cavalieri Filho (2011), quanto aos direitos básicos do consumidor, este ser o direito mais significativo, e isto quando haja por se considerar dispositivos diversos, mas especificamente falando, eis um sentido para com uma relação ao Código de Defesa do Consumidor.

Uma referência ao se considerar a informação de modo que adequada e clara quanto aos diferentes produtos e serviços dentre outras questões.

Um direito à informação em meio a uma abrangência quando a respeito deste direito haja também de levar em consideração o Código de Defesa do Consumidor, e o conhecimento a partir do mesmo, no que consta a afirmação que:

A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas e ostensivas. (art. 31); [...] a **publicidade** dever ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal (art. 36). (CAVALIERI FILHO, 2011, p. 96)

Uma identificação que para tanto eis a suposição de ser relevante fazer menção ao Código de Proteção e Defesa do Consumidor, Capítulo III, Art. 6º, Inciso III (BRASIL, 2016, p. 13), quando do conhecimento da afirmação no que diz respeito ao direito do consumidor, que de forma mais precisa o que se refere ao direito à:

[...] informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; (Redação dada pela Lei nº 12.741, de 2012) Vigência;

Um direito em correspondência ao que implica uma referência ao princípio da informação, e um sentido para com a disposição de inciso em questão no âmbito que também, da Lei nº 12.741, de 8 de dezembro de 2012. Lei esta que se mostra disposta em meio a uma alusão a medidas de esclarecimento ao consumidor, relacionando a renomada normatização ao Código de Proteção e Defesa do Consumidor, o regime das relações contratuais (BRASIL, 2016)

Direito à informação, como então colocado, isto no que concerne a uma relação ,dentre outras questões, a segurança, e esta na medida em que se haja de levar em conta o que diz respeito a interdependências comerciais dentre a circunstâncias quando do uso de métodos coercivos ou mesmo injustos.

Quanto ao princípio da boa-fé objetiva, através do mesmo se compreende que no que tange ao fornecedor e ao consumidor, estes devendo agir sob uma esfera no que seja possível afirmar que em meio a uma harmonização, mantenha-se o propósito nas relações de consumo. E isto com base sempre, na boa-fé e ainda que também no equilíbrio das relações como, então, referenciadas.

Quanto ao princípio da boa-fé, este se entende de modo a defini-lo assim:

[...] o princípio da boa-fé tem seus pilares nos direitos e garantias fundamentais processuais, já que a boa-fé é intimamente correlacionada a um ideal de Justiça e a um processo justo. Analisando alguns desses direitos e garantias, pode-se afirmar que a boa-fé encontra legitimidade em nosso ordenamento jurídico. MENDES, 2012, p. 1)

Para Garcia (2013, p. 277-278), há possibilidade de constatar a existência do princípio da boa-fé de modo a uma referência ao termo objetivo, e que, portanto, em correspondência ao

princípio da boa-fé objetiva, que “pela qual o fornecedor, através da oferta, deve-se portar no sentido de cumprir os deveres anexos de lealdade, proteção, informação, confiança e cooperação.”

Um entendimento, isto na medida em que exista por se considerar a oferta do produto ou do serviço buscado de modo que com um cumprimento sob determinada circunstância, conforme também, Garcia (2013).

Algo ainda que em função dos posicionamentos aqui colocados, a compreensão que se acredita ser significativa levar em conta o entendimento no que concerne a uma referência à afirmação de que:

Quando o fornecedor faz constar de oferta ou mensagem publicitária a notável pontualidade e eficiência de seus serviços de entrega, assume os eventuais riscos de sua atividade, inclusive o chamado risco aéreo, com cuja consequência não deve arcar o consumidor. (SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. REsp. 19603/IMG, DJ 11062001. Relator Ministro Antônio de Pádua Ribeiro. 2001)

E assim, quando exista por se dá conta da necessidade de uma atenção do fornecedor para a sua função, que pela assiduidade e capacidade do mesmo possa assumir uma posição com um sentido para repercussões dentre a prováveis eventualidades, evitando-se agir de modo que desconsiderando a boa-fé na relação de consumo.

Já em conformidade ao Código de Defesa do Consumidor, Art. 4º, Inciso III, sobre o princípio da boa-fé objetiva, tal código, dispondo de uma referência à Política Nacional de Relações de Consumo, posicionou-se de modo a fazer uma menção à relação entre o fornecedor e o consumidor. E isto de forma que visando concatenar tal relação com a compatibilização do que tange um vínculo harmônico com a proteção do consumidor, e esta conexão de maneira que fundamentada na boa-fé no tocante a um sentido para com a correspondência entre as partes da relação de consumo como aqui referenciada. (BRASIL, 2016)

E ainda que também, com o intuito de contribuir com uma proporcionalidade na relação como então acima referenciada, e que, portanto, de fato, entre o fornecedor e o consumidor, à função social cabendo contextualizá-la como um princípio de maneira que paralelo ao princípio da boa-fé objetiva (SANDRI, 2011).

Sobre o princípio da função social do contrato, mesmo o valor social do contrato de consumo não tendo sido aprovado tacitamente, pode-se fazer uma referência ao princípio como então postado, quando da ocasião da admissão do estímulo para com a colaboração no que diz respeito ao interesse por uma predeterminada assimilação, a fim de:

evitar a invalidade de todo o contrato, por causa de cláusula abusiva, acabou por reconhecer a relevância do negócio jurídico concreto e a necessidade de preservá-lo, tendo em vista seu valor social e sua característica de ser instrumento de circulação de riqueza (SILVA, 2003, p. 65).

Acerca de um entendimento sobre função social do contrato, a função social como aqui postada sendo, “[...] antes de tudo, um princípio jurídico de conteúdo indeterminado, que se compreende na medida em que lhe reconhecemos o precípua efeito de impor limites à liberdade de contratar, em prol do bem comum.” (GAGLIANO; PAMPLONA FILHO, 2005, p. 55).

Silva (2011), do propósito em promover uma abordagem sobre o princípio da função social do contrato, ao fazer uma alusão ao Art. 421 do Código Civil Brasileiro, constatou que a função social do contrato mostra-se como o eixo da análise do que diz respeito às relações contratuais. Assim, conforme Tepedino, Barboza e Moraes (2006, p. 11), eis de ser relevante ter como norte a afirmação de que:

A função social é aqui definida textualmente como a razão da liberdade de contratar. Disto decorre poder-se afirmar que a funcionalização constitui dado essencial à situação jurídica, qualifica-a em seus aspectos nucleares, em sua natureza e disciplina. [...] Toda situação jurídica patrimonial, integrada a uma relação contratual, deve ser considerada originariamente justificada e estruturada em razão de sua função social.

Desta maneira, acerca de função social do contrato, um dispositivo básico à fundamentação e à composição da relação no que corresponde ao contrato no contexto da ligação entre o fornecedor e o consumidor.

Há ainda que também crer-se ser possível atribuir à função social do contrato um reforço no que concerne a um sentido para com o princípio da conservação do contrato, asseverando uma relação de consumo de forma justa, conforme se pode averiguar através de conhecimentos obtidos por Sandri (2011).

No tocante a um entendimento sobre princípio da conservação do contrato, Azevedo (2002, p. 66-67) se posicionou da seguinte maneira:

O princípio da conservação consiste, pois, em se procurar salvar tudo que é possível num negócio jurídico concreto, tanto no plano da existência, quanto da validade, quanto da eficácia. Seu fundamento prende-se à própria razão de ser do negócio jurídico; sendo este uma espécie de fato jurídico, de tipo peculiar, isto é, uma declaração de vontade (manifestação de vontade a que o ordenamento jurídico imputa os efeitos manifestados como queridos), é evidente que, para o sistema jurídico, a autonomia da vontade, produzindo efeitos, representa algo de juridicamente útil.

O princípio, como então aqui abordado, norma esta no que corresponde um sentido para com a continuidade de um contrato em que conforme as condições nas quais o acordo se encontre, seja possível constatar certas ilegalidades. O art. 51, § 2º do Código de Proteção e Defesa do Consumidor estabelece que “a nulidade de uma cláusula contratual abusiva não invalida o contrato, exceto quando de sua ausência, apesar dos esforços de integração, decorrer ônus excessivo a qualquer das partes.” (BRASIL, 2016, p. 35-36).

Quanto a uma ideia acerca do princípio da harmonia nas relações de consumo, este presume uma igualdade fundamental entre as partes constituintes da conexão estabelecida no

procedimento específico do consumo. Vínculo este de modo que sob proteção mediante referência ao consumidor, e isto ainda que com o reconhecimento da boa-fé, com fins de obter uma absoluta legitimidade no mercado de consumo. E isto conforme o Art. 4 do Capítulo II correspondente à temática da Política de Relações de Consumo que tem como um dos propósitos: “transparência e harmonia das relações de consumo.” (BRASIL, 2016, p. 10)

Em relação ao princípio do acesso à justiça, este tem seu designio através que não por parte do texto próprio do Art. 4º do Capítulo II do Código de Proteção e Defesa do Consumidor. E isto, ainda que também em menção ao mesmo diploma, quando pelo que diz respeito ao Art. 6º correspondente aos direitos básicos do consumidor, tomando como norteio os incisos VII e VIII, literalmente falando:

VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências; (BRASIL, 2016, p. 13)

O mencionado princípio, o princípio do acesso à justiça também encontra-se citado por meio do Título III, Da Defesa do Consumidor em Juízo, também do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, de modo de ser possível entendê-lo conforme circunstâncias como então situadas, e que mais diretamente falando, com ênfase: na defesa do consumidor a partir da oferta da ocasião de criar condições favoráveis à valorização dos interesses do mesmo. Defesa estaseja em sentido individual ou coletivo, mas de fato, diga-se que em juízo. (BRASIL, 2016)

Um estudo como anteriormente considerado em meio a uma relação para com o Direito do Consumidor. Uma relação, isto no que concerne a uma análise quanto a conhecimentos voltados para resolução de conflitos na relação fornecedor - consumidor, e que mais precisamente fazendo por se considerar, conflito referente aos danos morais, e à reparação de tais danos. Ainda que dentro deste contexto, outros pontos sendo imprescindíveis de levar em conta. Pontos estes com vista a buscar conhecimentos e desta forma poder e se certificar de como contribuir com melhorias, através, por exemplo, que não apenas da implementação no que se relaciona à legislação de defesa do consumidor, mas também do aprimoramento desta.

3 METODOLOGIA

Sobre a metodologia aplicada, optou-se pela pesquisa bibliográfica, fazendo uso de recursos, que como tais, conforme o posicionamento de Fonseca (2002, p. 32), concebidos:

a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites. Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto. Existem, porém, pesquisas científicas que se baseiam unicamente na pesquisa bibliográfica, procurando referências teóricas publicadas com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta.

Todo um contexto quando do trato também para com pontos metodológicos onde houve por envolver a pesquisa exploratória e a pesquisa qualitativa.

Aspectos que em relação aos objetivos aqui adotados, eis uma referência à pesquisa exploratória, um tipo de pesquisa, e que segundo Gil (2007), envolve, dentre outras demandas úteis a realização de uma produção científica, um levantamento bibliográfico.

Já com relação à forma de abordagem, para tanto se mostrou-se presente a pesquisa qualitativa. Tal pesquisa, que segundo Rodrigues (2007), tem sua efetivação a partir da obtenção de determinados saberes, e isto sob uma dimensão metodológica quando há de levar em conta também a pesquisa exploratória como acima já mencionada.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o estudo como aqui apresentado, supôs-se haver possibilidade de compreender de modo que com uma percepção já bem abrangente, o que diz respeito às relações dos consumidores partindo do uso da internet no comércio eletrônico na proporção que também se teve em vista interpretar sobre novas perspectivas em torno destes encadeamentos. E isto em função da realidade em que as viabilidades nesta ocasião situadas se encontram, quando diante de supostos prejuízos ao usuário em referência à transação aqui mencionada, como a exemplo, de danos morais conforme estudos como então aqui, de certo modo, também correlacionados.

E por esta circunstância ainda que também se fez por considerar como perspectivas as correspondentes à legislação brasileira tomando por base além de premissas constitucionais, toda uma argumentação acerca de noções verificadas através do convencionado segundo o Direito do Consumidor.

E ainda que, de certa maneira, um estudo a partir de toda uma sistematização que para tanto uma abordagem se fez com a pressuposição de ter adquirido todo um conhecimento. Saber este proveitoso tanto para com a realização desta produção científica, como de outras que porventura às mesmas possa ser um objeto de estudo influente.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, R.; ALYRIO, R.; VILAS BOAS, A. **Cultura e Ética na Negociação Internacional**. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2006.

AZEVEDO, A. J. de. **Negócio Jurídico**: existência, validade e eficácia. São Paulo: Saraiva, 2002.

BARROS, R. F. de; LARA, P. M. T.; FERREIRA, J. M. M. (orgs.). **DIREITO E JUSTIÇA: estudos jurídicos contemporâneos**. Raleigh, Carolina do Norte, Estados Unidos da América: Lulu Publishing, 2013.

BENJAMIN, A. H. V.; MARQUES, C. L.; BESSA, L. R. **Manual de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais Ltda, 2008.

BOLZAN, F. **Direito do Consumidor Esquematizado**. São Paulo: Saraiva, 2014.

BRASIL. Ministério da Justiça. Secretaria Nacional do Consumidor. Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor. **Código de Proteção e Defesa do Consumidor**. Edição - Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 - ampliada com os Decretos nº 2.181, de 20 de março de 1997, nº 6.523 de 31 de julho de 2008, nº 7.962 de 15 de março de 2013, nº 7.963 de 15 de março de 2013 e nº 8.753 de 19 de novembro de 2015. Brasília: Ministério da Justiça, 2016.

_____. Senado Federal. Subsecretaria de Edições Técnicas. **Código de Proteção e Defesa do Consumidor e Legislação Correlata**. Dispositivos Constitucionais Pertinentes. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. 5ª ed. Brasília: Senado Federal, 2012.

CAVALIERI FILHO, S. **Programa de Direito do Consumidor**. 3ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2011.

COELHO, F. U. **Curso de Direito Comercial**. Direito de Empresa. v. 3. 8ª ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2008.

DELGADO, M. G. Os Princípios na Estrutura do Direito. **Rev. TST**, v. 75, nº 3, Brasília, jul./set., 2009.

DOBARRO, S. L. C.; VILLAVERDE, A. Análise da interação entre a vulnerabilidade do consumidor à luz do princípio da dignidade da pessoa humana e a desconsideração da personalidade jurídica para o consumidor brasileiro. **RJLB**, Ano 2, nº 6, p. 1275-1313, 2016.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da Pesquisa Científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

GAGLIANO, P. S.; PAMPLONA FILHO, R. **Novo curso de direito civil: contratos: teoria geral**. São Paulo: Saraiva, 2005.

GARCIA, L. de. M. **Direito do Consumidor: Código Comentado e Jurisprudência**. 10ª ed. rev., ampl. e atual. Salvador: Editora JusPODIVM, 2013.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GODOY, C. L. B. de. **Função Social do Contrato**. São Paulo: Saraiva, 2004.

GRINOVER, A. P. et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto**. 7ª ed. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 2004.

_____. A concretização do direito de ação por danos morais nas relações de consumo: novos paradigmas sob a ótica da banalização do direito na ideologia social. **Jus Navegandi**, ano 17, nº 3278, Teresina, jun. de 2012. In: BARROS, R. F. de; LARA, P. M. T.; FERREIRA, J. M. M. (orgs.). **DIREITO E JUSTIÇA: estudos jurídicos contemporâneos**. Raleigh, Carolina do Norte, Estados Unidos da América: Lulu Publishing, 2013.

JOSÉ, S. V.; RABELO, I. F. de A. A concretização do direito de ação por danos morais nas relações de consumo: novos paradigmas sob a ótica da banalização do direito na ideologia social. **Jus Navegandi**, ano 17, nº 3278, Teresina, jun. de 2012.

KLAUSNER, E. A. Perspectivas para a proteção do consumidor brasileiro nas relações internacionais de consumo. **Revista CEJ**, Ano XII, n. 42, p. 59-76, Brasília, jul./set. 2008.

LORENZETTI, R. L. **Comércio Eletrônico**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004. p. 24-25.

MACEDO, D. C. de et al. Comércio eletrônico: identificação do perfil do e-consumidor. **Revista FAE**, v. 16, nº 1, p. 90-103, Curitiba, jan./jun. 2013.

MARQUES, C. L. **Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

MELLO, C. A. B. de. **Curso de Direito Administrativo**. 26. ed. São Paulo: Malheiros, 2009.

MENDES, D. F. de S. A boa-fé como princípio ideal do processo. **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, XV, n. 98, mar., 2012.

MORAES, P. V. D. P. **Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade nas demais práticas comerciais: interpretação sistemática do direito**. 3ª ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009.

NUNES, L. A. R. **Curso de direito do consumidor**. 6ª ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2011.

NUNES, R. **O Princípio Constitucional da Dignidade da Pessoa Humana**. São Paulo: Saraiva, 2002.

PINHEIRO, A. P. B. A.; BITTENCOURT, E. **Comércio eletrônico: o perfil do consumidor do curso de Engenharia de Produção da UDESC - Joinville**. In: Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 29. Anais. Salvador, 2009.

RODRIGUES, W. C. **Metodologia Científica**. Paracambi: FAETEC/IST, 2007.

SANDRI, J. S. **Função social do contrato. Conceito. Natureza jurídica e fundamentos**. Revista de Direito Público, v. 6, nº 2, p. 120-141, Londrina, ago./set., 2011.

SARLET, I. W. **Dignidade da pessoa humana e direitos fundamentais na constituição federal de 1988**. Porto Alegre: Livraria do advogado, 2011.

SARLET, I. W. **Dignidade da Pessoa Humana e Direitos Fundamentais na Constituição Federal de 1988**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001.

SILVA, J. A. Q. de C. **Código de Defesa do Consumidor Anotado e legislação complementar**. 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

SILVA, L. N. O princípio da função social do contrato. Conteúdo e alcance. Análise econômica. In: **Âmbito Jurídico**, XIV, n. 87, Rio Grande, abr., 2011.

STJ - Supremo Tribunal de Justiça. **REsp 1121275/SP**. Relatora Ministra NANCY ANDRIGHI, TERCEIRA TURMA, julgado em 27/03/2012, DJe 17/04/2012. STJ, 2012.

_____. **REsp. 196031/MG, DJ 11062001**. Relator Ministro Antônio de Pádua Ribeiro. STJ, 2001.

SZWARC, P. A Publicidade no Comércio Eletrônico. **Revista de Artigos Científicos**, v. 7, nº 1, Tomo IV (P/Y), p. 1440-1459, jan./jun., 2015.

TEPEDINO, G.; BARBOZA, H. H.; MORAES, M. C. B. de. **Código civil interpretado**: v. II. Rio de Janeiro: RENOVAR, 2006

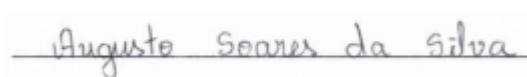
TOZZI, J. et al. **Responsabilidade do Dano Frente ao Código do Consumidor no Direito Brasileiro**. nº 1. XIV Jornada Científica. Cacaoal: UNESC, 2016.

Declaração

Eu, AUGUSTO SOARES DA SILVA, portador do CPF 037.960.203-21 e do RG 2.391.393, declaro, para os devidos fins, que realizei a revisão do TCC intitulado “**AS NOVAS PERSPECTIVAS DAS RELAÇÕES DOS CONSUMIDORES COM O USO DA INTERNET NO COMÉRCIO ELETRÔNICO**” de autoria do acadêmico JOÃO FERNANDO ALVES SOBREIRA, consistindo em correção gramatical, adequação do vocabulário e inteligibilidade do texto.

Por ser verdade, firmo a presente.

Fronteiras – PI, 30 de novembro de 2020.

A handwritten signature in blue ink that reads "Augusto Soares da Silva" is written over a horizontal line.

AUGUSTO SOARES DA SILVA

Licenciado em Letras/Português (URCA)

Especialista em Língua Portuguesa e Arte Literária (URCA)

Professor da Rede Estadual de Ensino em Fronteiras-PI