



**FACULDADE BAIANA DE DIREITO**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO**

**DANIEL GERALDO TEIXEIRA**

**O SITE DE COMPRA COLETIVA É RESPONSÁVEL POR  
FATO E VÍCIO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS  
OFERTADOS?**

Salvador  
2016

**DANIEL GERALDO TEIXEIRA**

**O SITE DE COMPRA COLETIVA É RESPONSÁVEL POR  
FATO E VÍCIO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS  
OFERTADOS?**

Monografia apresentada ao curso de  
graduação em Direito, Faculdade Baiana de  
Direito, como requisito parcial para obtenção do  
grau de bacharel em Direito.

Salvador  
2016

**TERMO DE APROVAÇÃO**

**DANIEL GERALDO TEIXEIRA**

**O SITE DE COMPRA COLETIVA É RESPONSÁVEL POR  
FATO E VÍCIO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS  
OFERTADOS?**

Monografia aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em  
Direito, Faculdade Baiana de Direito, pela seguinte banca examinadora:

Nome: \_\_\_\_\_

Titulação e instituição: \_\_\_\_\_

Nome: \_\_\_\_\_

Titulação e instituição: \_\_\_\_\_

Nome: \_\_\_\_\_

Titulação e instituição: \_\_\_\_\_

Salvador, \_\_\_\_/\_\_\_\_/ 2016

A minha família e meus amigos, que me apoiaram em todos os momentos.

## **AGRADECIMENTOS**

Obrigado aos meus professores, por sempre me incentivar a buscar mais conhecimento, aos meus amigos e família, por sempre me dar suporte e motivação.

“Toda caminhada começa com o primeiro passo”.

Lao-Tsé.

## RESUMO

O presente trabalho monográfico se propõe a examinar a responsabilidade civil do site de compra coletiva quando do vício ou fato do serviço ou produto intermediado por ele. Para tanto, faz-se mister analisar o direito do consumidor, suas regras e princípios e analisar o instituto da responsabilidade civil, entendendo os seus pressupostos, suas excludentes e suas espécies. Discorre-se sobre as bases legais para justificar a responsabilização do site de compra coletiva e as consequências oriundas de cada base legal.

**Palavras-chave:** responsabilidade civil, direito do consumidor, comércio virtual.

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

art.	Artigo
CC/02	Código Civil
CF/88	Constituição Federal da República
CDC	Código de Defesa do Consumidor
MP	Ministério Público
nº	Número
CDC	Código de Defesa do Consumidor
STJ	Superior Tribunal de Justiça
TJ	Tribunal de Justiça

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	11
<b>2 DO COMÉRCIO ELETRÔNICO E DO DIREITO DO CONSUMIDOR</b>	13
2.1 A EVOLUÇÃO DA INTERNET	13
2.2 <i>E-COMMERCE</i>	16
2.3 TIPOS DE <i>E-COMMERCE</i>	17
2.4 CONTRATOS ELETRÔNICOS DE ADESÃO	19
2.5 DA INCIDÊNCIA DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	22
<b>2.5.1 A Relação de Consumo</b>	23
2.5.1.1 <i>Conceito de Consumidor</i>	23
2.5.1.2 <i>Conceito de Fornecedor</i>	24
2.5.1.3 <i>Conceito de Produto</i>	26
2.5.1.4 <i>Conceito de Serviços</i>	26
<b>2.5.2 Princípios do Direito do Consumidor</b>	27
<b>3 DA RESPONSABILIDADE CIVIL NO COMÉRCIO ELETRÔNICO</b>	36
3.1 CONCEITO DE RESPONSABILIDADE CIVIL	36
3.2 PRESSUPOSTOS	38
<b>3.2.1 Conduta Imputável no <i>E-commerce</i></b>	38
<b>3.2.2 Danos Causados no <i>E-commerce</i></b>	39
<b>3.2.3 Relação de Causalidade no <i>E-commerce</i></b>	42
3.3 CAUSAS EXCLUDENTES	44
<b>3.3.1 Culpa da Vítima</b>	45
<b>3.3.2 Culpa de Terceiro</b>	46
<b>3.3.3 Caso Fortuito e Força Maior</b>	47
<b>3.3.4 Cláusula de Não Indenizar</b>	48

3.4 A RESPONSABILIDADE CIVIL DO FORNECEDOR	47
<b>3.4.1 A responsabilidade por vício do produto ou serviço</b>	<b>51</b>
<b>3.4.2 A responsabilidade por fato do produto ou serviço</b>	<b>53</b>
<b>4 A RESPONSABILIDADE CIVIL DOS SITES DE COMPRA COLETIVA</b>	<b>55</b>
4.1 CONCEITO	55
4.2 CONTRATOS DO SITE DE COMPRA COLETIVA	59
4.3 A RESPONSABILIZAÇÃO DO SITE DE COMPRA COLETIVA POR VÍCIO OU FATO DE PRODUTO OU SERVIÇO	60
4.4 SUPEDÂNEO LEGAL PARA A RESPONSABILIZAÇÃO	64
<b>4.4.1 Código Civil</b>	<b>64</b>
<b>4.4.2 Código de Defesa do Consumidor</b>	<b>65</b>
<b>4.4.3 Projeto de Lei 1232/2011</b>	<b>68</b>
<b>5 CONCLUSÃO</b>	<b>69</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>72</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo precípua a demonstração de questões relacionadas a configuração da responsabilidade civil dos sites de compra coletiva em casos de fato ou vício do produto ou serviço cuja oferta foi intermediada entre o fornecedor e o consumidor.

Este assunto possui relevância não meramente acadêmica, tendo em vista que o recorrente equívoco na responsabilização dos sites de compra coletiva suprime grandes investimentos nesta área, que apenas beneficia o comércio.

Desde a Revolução Industrial, não houve outro acontecimento que modificasse o cotidiano das pessoas de forma tão intensa quanto o surgimento e popularização da internet.

O comércio sempre esteve presente na história da humanidade. Observa-se, através do tempo, a sua evolução, começando pelo escambo, evoluindo para compra e venda através de moeda e, com a popularização da internet, é possível comercializar sem que o dinheiro seja entregue presencialmente.

Existe uma série de fatores financeiramente benéficos para realizar a atividade de comércio na rede virtual de computadores, tendo em vista a facilidade de transmissão de informações em tempo real.

O segundo capítulo tratará sobre o histórico da internet como uma revolução no meio de comunicação humana, acabando por influir no meio comercial. Trata-se também dos tipos de contrato realizado no meio eletrônico e a incidência do Código de Defesa do Consumidor como meio de regular as relações entre consumidores e fornecedores, identificando os sujeitos e os objetos da relação de consumo e os princípios que norteiam essa relação.

O terceiro capítulo, por sua vez, versará sobre a responsabilidade civil no comércio eletrônico, demonstrando os pressupostos, as excludentes de responsabilidade e de que forma acontece a responsabilidade civil do fornecedor.

Por fim, o quarto capítulo conceituará o site de compra coletiva e, através de uma demonstração jurisprudencial e doutrinária, identificará os equívocos utilizando-se dos conceitos anteriormente tratados.

Este trabalho se propõe a analisar a fundo o comércio eletrônico, o funcionamento do site de compra coletiva, a responsabilidade civil e o direito do consumidor com o objetivo de verificar se a interpretação de responsabilizar o site de compra coletiva como fornecedor possui lógica jurídica.

## 2 DO COMÉRCIO ELETRÔNICO E DIREITO DO CONSUMIDOR

A intervenção da internet no cotidiano das pessoas possibilitou avanços em muitas áreas, como comunicação, pesquisa e comércio. Isso se deve ao fato da internet possibilitar interações entre os navegantes com velocidade aproximada ao que aconteceria caso estivessem frente a frente.

O comércio eletrônico surgiu aproveitando-se das vantagens da plataforma on-line, como a rapidez de interação entre os contratantes, facilidade e comodidade em contratar em qualquer lugar, ausência de filas e desnecessidade de ponto empresarial físico.

Apesar do comércio eletrônico não se resumir ao comércio no qual figuram fornecedores e consumidores, verifica-se que grande parte deste comércio é regido pelas regras do Código de Defesa do Consumidor por se tratar de relações de consumo.

### 2.1 A EVOLUÇÃO DA INTERNET

Com base nos reflexos que possui até hoje, é possível afirmar que, das invenções produzidas pela humanidade, as maiores dizem respeito à comunicação, ou seja, dizem respeito a passagem de informação de um indivíduo para o outro. Isto se deve ao fato de que, sem a comunicação, não seria possível que os humanos convivessem em sociedade e, desta forma, não seria possível haver um desenvolvimento tecnológico expressivo.

Evoluindo dos signos, a escrita surgiu com o objetivo de transmitir informação de forma detalhada de uma pessoa a outras, dependendo apenas da leitura do receptor da mensagem.

A imprensa foi o próximo passo na comunicação da raça humana. Neste ponto da história já se escrevia em papel, entretanto o diferencial foi a distribuição em larga escala em prol de um maior alcance da informação veiculada.

A invenção mais recente da humanidade em questões de comunicação é a Internet, sendo hoje desnecessário material físico para a escrita e distribuição, tendo em vista que toda a informação é virtual, sujeita ao olhar de todo o internauta, salvo casos de acesso limitado.

Em razão da Internet, existe uma grande modificação da conduta humana em comparação ao período anterior a sua publicização, desde a possibilidade de trabalhar como “youtuber<sup>1</sup>” à cultura de tirar e publicar “selfies”, o que também foi facilitado pela evolução tecnológica das câmeras fotográficas.

A Internet pode “ser definida como uma rede internacional de computadores conectados entre si. É um meio de comunicação que possibilita o intercâmbio de informações de toda natureza, em escala global, com um nível de interatividade jamais visto anteriormente”<sup>2</sup>.

A *intercontinental networks*, hoje popularmente conhecida como Internet, nem sempre foi utilizada com o propósito mercantil, científico ou de entretenimento como hoje.

A origem da internet remonta ao ápice da “guerra fria”, em meados dos anos 60, nos Estados Unidos, e foi pensada, originalmente, para fins militares. Basicamente, tratava-se de um sistema de interligação de redes dos computadores militares norte-americanos, de forma descentralizada. À época, denominava-se “Arpanet”. Esse método revolucionário permitiria que, em caso de ataque inimigo a alguma de suas bases militares, as informações lá existentes não se perderiam, uma vez que não existia uma central de informações propriamente dita<sup>3</sup>.

Neste sentido, a Advanced Research Project Agency (ARPA) desenvolveu a ARPANET pela que é a precursora do que hoje se entende como Internet, que era um sistema construído com a ideia de que quaisquer avarias ou danos em um lugar da rede não comprometeria outro, desde que alguma conexão física continue funcionando para conectar os demais locais, sendo os servidores conectados através de ligações telefônicas.

---

<sup>1</sup> “Youtuber” é o termo utilizado para denominar a pessoa que ganha dinheiro em parceria com o site *youtube* através de visualizações dos seus vídeos.

<sup>2</sup> LEONARDI, Marcel. Internet: Elementos Fundamentais. In: SILVA, Regina Beatriz Tavares da; SANTOS, Manoel J. Pereira dos (coords). **Responsabilidade Civil: Responsabilidade Civil Na Internet E Nos Demais Meios De Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Saraiva 2012, p. 58.

<sup>3</sup> PINHEIRO, Patrícia Peck. **Direito digital** – 3.ed. ver., atual. e ampl. – São Paulo: Saraiva, 2009, p 23.

Aproveitando-se da ideia de múltiplas redes independentes trazida pela ARPANET, foi aproveitada para a construção e aperfeiçoamento do que hoje entendemos como a Internet.

A Internet como conhecemos hoje incorpora uma idéia-chave: rede de arquitetura aberta. Nesta abordagem, a opção pela tecnologia de qualquer rede individual não é ditada por nenhuma arquitetura de rede particular e sim escolhida livremente pelo provedor, que a torna capaz de entrar em rede com outras redes pela "Arquitetura de Internetworking"<sup>4</sup>.

Como marco do processo de aperfeiçoamento, surge o serviço *world wide web*, sendo este o responsável por integrar as informações localizadas em servidores distintos e em diferentes partes do planeta.

A World-Wide Web (também chamada Web ou WWW) é, em termos gerais, a interface gráfica da Internet. Ela é um sistema de informações organizado de maneira a englobar todos os outros sistemas de informação disponíveis na Internet<sup>5</sup>.

A grande ferramenta que contribui para a conexão entre os computadores na Internet é o TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*), que fixa regras de comunicação na Internet e identifica as máquinas através de um número de protocolo.

Tendo em vista a grande expansão da Internet, houve uma migração de atividades para o mundo virtual, como por exemplo o *e-health* (saúde eletrônica), *e-government* (governo eletrônico), *e-education* (educação eletrônica) e *e-commerce* (comércio eletrônico).

## 2.2 E-COMMERCE

Atualmente, observa-se que, mesmo que haja a venda de um produto ou prestação de serviço de qualidade excepcional, este comércio estará fadado a mediocridade

---

<sup>4</sup> HISTÓRIA da internet. Disponível em: <<http://www.aisa.com.br/historia.htm>>. Acesso em 28 Dez. 2015.

<sup>5</sup> A HISTÓRIA da world wide web. Disponível em: <<https://sites.google.com/site/historiasobreossitesdebusca/www-world-wide-web>>. Acesso em 28 Dez. 2015.

caso não haja uma publicização adequada e gastos limitados, sendo aqueles os pontos em que o comércio eletrônico se especializa.

Dadas as vantagens da utilização de uma plataforma *online*, não tardou a utilização mercantil do espaço virtual, o qual se adaptou com excelência, não apenas otimizando a sua capacidade de comercializar produtos e serviços, como também criando novos produtos para a compra e venda, como por exemplo compra e venda de *bitcoin*.

Ao comércio realizado através da internet, foi dado o nome de *e-commerce*. Luis Henrique Ventura<sup>6</sup> conceitua o *e-commerce* como a operação que consiste em comprar e vender mercadoria por meio eletrônico. Mas o conceito de comércio eletrônico não pode se restringir apenas à compra e venda de mercadorias porque existe também a possibilidade de se prestar SERVIÇOS por meio de redes eletrônicas de comunicação à distância. Por conseguinte, quando se fala de comércio eletrônico refere-se tanto à compra e venda de bens quanto a prestação de serviços.

No mesmo sentido, Claudia Lima Marques<sup>7</sup>:

Podemos definir comércio eletrônico de uma maneira estrita, como sendo uma das modalidades de contratação não presencial ou à distância para a aquisição de produtos e serviços através de meio eletrônico ou via eletrônica. De maneira ampla, podemos visualizar o comércio eletrônico como um novo método de fazer negócios através de sistemas e redes eletrônicas. *Latu sensu*, pois, o comércio eletrônico abrangeria 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.

No Brasil, a Internet surgiu em 1988, mas apenas no ano de 1995, com a publicação da Portaria nº 295, de 20/07/1995, pelo Ministério das Comunicações, é que a Internet efetivamente passou a ter uso comercial em nosso país. E, somente três anos após a publicação da referida portaria, é que foi possibilitada a comercialização do acesso à rede, por empresas conhecidas como "provedoras de acesso"<sup>8</sup>.

---

<sup>6</sup> VENTURA, Luis Henrique. **Comércio e contratos eletrônicos**: aspectos jurídicos. 2. ed. São Paulo, EDIPRO, 2010, p. 18.

<sup>7</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor**: um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2004, p. 38-39.

<sup>8</sup> HONORATO, Flávia D'Ávila. **As relações jurídicas contratuais na internet**. Disponível em: <<http://www.buscalegis.ufsc.br/revistas/files/anexos/6072-6064-1-PB.pdf> >. Acesso em 28 Dez. 2015.

Apesar de não ter regulamentação expressa por meio de lei, o comércio eletrônico é regulamentado pelo Decreto nº 7.965/2013, o qual possui como principal preocupação a efetivação do princípio da transparência, obrigando aos sítios eletrônicos a identificarem-se ou a identificar o fornecedor do produto ou serviço comercializado.

Segundo Alexandre Libório Dias Pereira<sup>9</sup>, o comércio eletrônico pode ocorrer através de duas modalidades: indiretamente ou real, em casos onde há encomenda eletrônica de bens, que devem ser entregues fisicamente na residência do consumidor, por meio de serviços postais; de forma direta, quando há entrega imediata de bens incorpóreos e serviços, como cursos ministrados pela net, programas a serem baixados por *download* ou serviços de informação

### 2.3 TIPOS DE *E-COMMERCE*

Em razão da variedade de possibilidades com que o comércio ocorre, classifica-se o comércio eletrônico em *E-Commerce B2B*, *E-Commerce B2C*, *E-Commerce C2B*, *E-Commerce B2E*, *E-Commerce C2C* e *E-Commerce B2G*.

Há de se ressaltar que esta classificação não é taxativa, podendo haver negócios jurídicos que não se encaixem em alguma das classificações, mas ainda assim não deixa de ser comércio eletrônico.

#### a) *E-Commerce B2B*

O comércio business-to-business (B2B) é associado a operações de compra e venda de informações, de produtos e serviços através da internet ou através da utilização de redes privadas partilhadas entre duas empresas. Neste tipo de comércio pode ser feita a compra de produtos ou serviços à medida que se

---

<sup>9</sup> PEREIRA, Alexandre Libório Dias. **Comércio eletrônico na sociedade da informação: da segurança técnica à confiança jurídica**. Coimbra: Almedina, 1999.

necessite deles. Pode ser realizado entre um comprador e um vendedor, ou poderá haver um terceiro elemento on-line responsável por intermediar a transação<sup>10</sup>.

Observa-se que o tipo de comércio eletrônico B2B é o comércio realizado quando todas as partes do negócio, como a tradução do nome sugere, são empresas. Neste tipo de relação, não há consumidores finais.

#### b) *E-Commerce* B2C

Sendo o tipo de comércio eletrônico popular, o comércio eletrônico B2C (*business-to-consumer*) é o realizado entre as lojas virtuais, as quais são qualificadas como fornecedoras, e os consumidores finais.

B2C é o comércio eletrônico entre a empresa e o consumidor pela internet, sem intermediários. Negócio direto com consumidor. Também chamado de e-commerce, e-business, e-marketing, loja virtual, comércio eletrônico. A diferença entre um projeto B2C e um B2B é que, enquanto o primeiro diz respeito ao comércio entre uma empresa e um consumidor, o B2B se trata da comercialização entre duas empresas. Tanto o B2B quando o B2C são lojas virtuais, ou e-commerces.<sup>11</sup>

#### c) *E-Commerce* C2B

O comércio eletrônico C2B (*consumer-to-business*) ocorre de forma contrária ao anterior, de forma que pessoas físicas fazem ofertas direcionadas as empresas, como por exemplo em um serviço prestado por *freelancers*.

Inversamente ao sistema B2C, existe o modelo *consumer-to-business*. Nessa espécie de comércio eletrônico, as posições são trocadas. O consumidor vende e o fornecedor compra. Tal negociação ocorre em sites de leilões, tendo como principais

---

<sup>10</sup> BONIATI, Bruno Batista; VISSOTTO, Elisa Maria; WESTPHALER, Frederico. **Comércio Eletrônico**. Disponível em <[http://estudio01.proj.ufsm.br/cadernos/cafw/tecnico\\_informatica/comercio\\_eletronico.pdf](http://estudio01.proj.ufsm.br/cadernos/cafw/tecnico_informatica/comercio_eletronico.pdf)>. Acessado em 28 Jan 2016.

<sup>11</sup> **e-Commerce. B2C - Business to Consumer**. Disponível em: <<http://www.vm2.com.br/b2c-business-to-consumer>>. Acessado em 28 Jan 2016.

alvos pequenas empresas, que compram produtos usados para remanufaturá-los e revendê-los, principalmente com produtos eletrônicos. É método ecologicamente correto, empregando a reciclagem como forma de aquisição de matéria-prima<sup>12</sup>.

#### d) *E-Commerce* B2E

*Business-to-employee*, ou simplesmente B2E, é uma categoria de comércio eletrônico no qual o foco é o empregado, tratando das relações intra-organizacionais, da relação entre a empresa e seus empregados e destes entre si, consistindo em um conjunto de aplicações informáticas on-line que visam facilitar a comunicação entre a organização e os seus colaboradores internos e externos<sup>13</sup>.

Neste sentido, observa-se que o *E-Commerce* B2E é o comércio direcionado ao funcionário da empresa em um ambiente de intranet, como por exemplo a gestão online de apólices de seguros para os trabalhadores, programas de ofertas e recompensas para funcionários.

#### e) *E-Commerce* C2C

O *consumer-to-consumer* (C2C) é o comércio eletrônico realizado entre pessoas físicas que utilizam uma plataforma online para realizar suas compras e vendas com outros internautas.

Uma das principais formas de comércio de produtos no modelo C2C é através dos leilões. Diariamente, milhares de pessoas compram e vendem seus itens e serviços através de sites de leilão eletrônico, o que proporciona mais comodidade, menores

---

<sup>12</sup> VITAL, Rafael Pontes. **Tutela Preventiva dos Consumidores dos Sites de Compra** Coletiva. Vitória, 2013. Dissertação (Mestrado em Direito Econômico). Universidade Federal do Estado da Paraíba.

<sup>13</sup>MARSOLA, Renato Avante. **B2E - Business-to-Employee**. Disponível em <<http://www.zemoleza.com.br/trabalho-academico/exatas/informatica/b2e-business-to-employee/>> . Acessado em 28 Jan 2016.

custos e mais lucratividade. No Brasil, o site de leilões mais conhecido é o MercadoLivre.com e internacionalmente o site ebay.com é um dos mais utilizados<sup>14</sup>.

#### f) *E-Commerce* B2G

Por fim, o comércio eletrônico *business-to-government* ocorre entre as empresas e o governo, sendo que este tipo comércio normalmente é realizado através de licitações.

Governos podem usar o B2G também para melhorar a transparência de seus serviços. Pode-se usar o B2G para oferecer à população maior acesso dos serviços e atendimentos proporcionados pelo governo. O governo brasileiro possui um acordo com o Banco do Brasil que permite que municípios e estados façam a suas compras através da internet<sup>15</sup>.

## 2.4 CONTRATOS ELETRÔNICOS DE ADESÃO

Levando-se em conta o grande fluxo de internautas navegando na internet, o comércio eletrônico teve que se adaptar a grande e crescente demanda virtual, sob o risco de demorar demais para celebrar um contrato e eventualmente perder algum negócio.

A resposta quanto ao grande demanda foi a realização de contratos de adesão, nos quais as únicas opções disponíveis ao consumidor é contratar ou não contratar, ou seja, não há discussão dos termos do contrato.

O conceito de contrato, desde as suas concepções antigas, sempre teve como núcleo a união de vontades, um pacto realizado por duas ou mais pessoas levando-

---

<sup>14</sup> BONIATI, Bruno Batista; VISSOTTO, Elisa Maria; WESTPHALER, Frederico. **Comércio Eletrônico.** Disponível em <[http://estudio01.proj.ufsm.br/cadernos/cafw/tecnico\\_informatica/comercio\\_eletronico.pdf](http://estudio01.proj.ufsm.br/cadernos/cafw/tecnico_informatica/comercio_eletronico.pdf)>. Acessado em 28 Jan 2016.

<sup>15</sup> **B2G.** Disponível em <<https://easyfox.wikispaces.com/B2G>>. Acesso em 28 Jan 2016.

se em conta um fim determinado. No mesmo sentido, Fábio Ulhoa Coelho<sup>16</sup> conceitua o contrato:

Contrato define-se, assim, como um negócio jurídico bilateral ou plurilateral gerador de obrigações para uma ou todas as partes, às quais correspondem direitos titulados por elas ou por terceiros.

Logo, observa-se que o fato de um simples clique em um botão designado para aceitar a oferta é capaz de gerar obrigações para uma ou mais partes já se configura como uma contratação.

Entretanto, justamente por existir uma facilidade em se contratar no meio eletrônico existem possibilidades de uma pessoa ser vítima de um ato fraudulento, assim como retrata Renan Lotufo<sup>17</sup>:

O grande medo da doutrina, o grande medo daqueles que têm estudado o problema é a possibilidade de depois de emitida a mensagem ocorrer no meio do caminho uma alteração, que não foi desejada pelo emissor, quer pelas dificuldades que ocorrem no curso das diversas passagens da rede, como pode ocorrer uma interferência, um atentado por parte de terceiros, que possuam equipamento e tecnologia para interferir na mensagem. Há, ainda, a hipótese de uma deficiência qualquer nos próprios equipamentos, que faça com que partes da mensagem, ou parte das mensagens se percam e, por isso, distorcida a comunicação, implicando uma recepção de conteúdo diverso do da emissão.

Existem maneiras com que se pode realizar um contrato eletrônico. Estes podem ser:

#### a) Contratos eletrônicos intersistêmicos

Neste tipo de contrato eletrônico, o computador é usado apenas como meio de comunicação para a produção do contrato, o que acontece quando já houve negociações prévias e a utilização do meio virtual é apenas acessório.

Sua característica é de que as partes apenas transpõem para o computador as vontades resultantes de negociação prévia, sem que o equipamento interligado em

---

<sup>16</sup> COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito civil**, volume 3: contratos. 5. ed. São Paulo : Saraiva, 2012, p. 28.

<sup>17</sup> LOTUFO, Renan. Responsabilidade Civil na Internet. *In*: GRECO, Marco Aurelio; MARTINS, Ives Gandra da Silva (coords). **Direito e Internet: relações jurídicas na sociedade informatizada**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais 2001, p. 219.

rede tenha inferência na formação dessas vontades<sup>18</sup>.

#### b) Contratos eletrônicos interpessoais

Nos contratos eletrônicos interpessoais, o computador não é um acessório na produção do contrato, podendo ser contratos eletrônicos interpessoais simultâneos, quando as partes emitem a sua declaração de vontade de contratar por meio on-line, e podem ter intervalo entre a declaração de contratar, quando uma das partes envia sua proposta esta será posteriormente aceita pela outra parte.

#### c) Contratos eletrônicos interativos

Os contratos eletrônicos interativos são normalmente usado pelas empresas que possuem um grande nível de demanda em sua mercadoria. Neste caso existe um processamento eletrônico, estabelece-se um contrato de adesão para atender toda a massa de consumidores.

Observa-se que os contratos eletrônicos interativos são os mais utilizados, tendo em vista que, por exibir um contrato de adesão, no qual aceita-se ou não a proposta, faz-se possível atender a clientela.

## 2.5 DA INCIDÊNCIA DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Tendo em vista que o tipo de comércio eletrônico mais utilizado é o B2C, grande parte do comércio eletrônico é regida pelo Código de Defesa do Consumidor, o qual acaba por equilibrar as relações entre consumidores e fornecedores através dos princípios e regras do Direito do Consumidor.

---

<sup>18</sup> ARAÚJO, Natália Simões. Peculiaridades dos Contratos Eletrônicos. Disponível em <<http://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/1744/Peculiaridades-dos-contratos-eletronicos>>. Acesso em 28 Jan 2016.

### 2.5.1 A Relação De Consumo

Para analisar a relação de consumo com propriedade, é imprescindível identificar os sujeitos da relação de consumo (consumidor e fornecedor) e o objeto da relação de consumo (produtos e serviços).

Neste ponto, não será trabalhado com o consumidor por equiparação, tendo em vista que este não é o recorte deste trabalho e tendo em vista que este não é consumidor, mas apenas é equiparado em casos extraordinários em que sua equiparação é necessária para o resguardo de seus direitos.

#### 2.5.1.1 Conceito de Consumidor

Utilizando-se primariamente o art. 2º do CDC, “consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.” Observam-se dois elementos neste conceito: um elemento subjetivo, referente a quem pode ser consumidor, e um elemento anímico, referente a utilização do produto como destinatário final.

Sobre o elemento subjetivo, toda pessoa física ou jurídica podem ser consumidoras, sendo que, como já demonstrado, a pessoa jurídica deve comprovar a sua vulnerabilidade para ser considerada consumidora.

Já sobre o elemento anímico, trata-se sobre a aquisição do produto ou serviço com o ânimo definitivo, de modo que quem adquire com ânimo de intermediação lucrativa não é consumidor. É sobre este elemento que a doutrina possui interpretações divergentes. Entretanto, a maior parte da doutrina entende o consumidor da seguinte maneira:

A definição da expressão destinatário final e, por consequência a definição de consumido admite, portanto, diversas interpretações. Sustentamos, todavia, que o conceito de consumidor deve ser interpretado a partir de dois elementos; a) a aplicação do princípio da vulnerabilidade e b) a destinação econômica não profissional do produto ou do serviço. Ou seja, em linha de princípio e tendo em vista a teleologia da legislação protetiva deve-se identificar o consumidor como o destinatário final fático e econômico do produto ou do serviço<sup>19</sup>.

No mesmo sentido:

Na opinião deste autor, estando configurados os elementos da relação de consumo, não se cogita qualquer discussão a respeito de tal

---

<sup>19</sup> MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014, p. 145.

enquadramento, uma vez que, conforme outrora exposto, a vulnerabilidade é elemento posto da relação de consumo. Em outras palavras, é irrelevante ser pessoa jurídica forte ou não economicamente, pois tal constatação acaba confundindo a hipossuficiência com a vulnerabilidade<sup>20</sup>.

Entretanto, o professor José Geraldo Brito Filomeno conceitua o consumidor de maneira diferente, inclusive excluindo a possibilidade de a pessoa jurídica poder ser consumidora:

Entendemos que consumidor, abstraídas todas as conotações de ordem filosófica, tão somente econômica, psicológica ou sociológica, e concentrando-nos basicamente na acepção jurídica, vem a ser qualquer pessoa física que, isolada ou coletivamente, contrate para consumo final, em benefício próprio ou de outrem, a aquisição ou a locação de bens, bem como a prestação de serviço.

Tais interpretações foram chamadas de corrente finalista e corrente maximalista. A corrente maximalista, exemplificado como a segunda interpretação exposta, contenta-se a denominar o consumidor através de seu elemento anímico contentando-se apenas com o destinatário fático do produto, enquanto a corrente finalista leciona a inclusão do destinatário econômico, ou seja, incluindo aquele que adquire o bem para si e também objetivando retirá-lo do ciclo econômico. Contudo, há também a teoria finalista aprofundada, que aceita como consumidor mesmo quem não seja destinatário final, sendo esta teoria a adotada pelo Superior Tribunal de Justiça<sup>21</sup>.

### 2.5.1.2 Conceito de Fornecedor

Quanto ao conceito de fornecedor, não há muita divergência doutrinária sobre o conceito, até mesmo pela conceituação detalhada do art. 3º do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

Logo, conclui-se que qualquer pessoa pode ser fornecedora, assim como qualquer ente despersonalizado, contanto que obedeça a descrição contida no Código de

<sup>20</sup> TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor: Direito Material e Processual**. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2012, p.33.

<sup>21</sup> Como decisões demonstrando a adoção da teoria finalista aprofundada pelo STJ: Acórdão n.724712, 20130020163383AGI, Relator: ANA MARIA DUARTE AMARANTE BRITO, 6ª Turma Cível, Data de Julgamento: 16/10/2013, Publicado no DJE: 22/10/2013. Pág.: 129), Acórdão n.808460, 20050110672140APC, Relator: J.J. COSTA CARVALHO, Revisor: SÉRGIO ROCHA, 2ª Turma Cível, Data de Julgamento: 23/07/2014, Publicado no DJE: 04/08/2014. Pág.: 174 e Acórdão n.791120, 20100710217772APC, Relator: ALFEU MACHADO, Revisor: LEILA ARLANCH, 1ª Turma Cível, Data de Julgamento: 21/05/2014, Publicado no DJE: 23/05/2014. Pág.: 102.

Defesa do Consumidor, tendo como critério definidor, segundo a professora Daniela Silva Fontoura de Barcellos<sup>22</sup>, a profissionalidade com que o fornecedor exerce a sua atividade.

Destaca-se a amplitude da definição legal. O legislador não distingue a natureza, regime jurídico, ou nacionalidade do consumidor. São abrangidos, pelo conceito, tanto empresas estrangeiras ou multinacionais, quanto o próprio Estado, diretamente ou por intermédio de seus Órgãos e Entidades, quando realizando atividade de fornecimento de produto ou serviço no mercado de consumo. Da mesma forma, com relação ao elemento dinâmico da definição (desenvolvimento de atividade), o CDC buscou relacionar a ampla gama de ações, com relação ao fornecimento de produtos e à prestação de serviços. Neste sentido, é correto indicar que são fornecedores, para efeitos do CDC, todos os membros da cadeia de fornecimento, o que será relevante ao definir-se a extensão de seus deveres jurídicos, sobretudo em matéria de responsabilidade civil<sup>23</sup>.

Roberto Senise Lisboa<sup>24</sup> ensina que o vocábulo “fornecedor” é um gênero, sendo suas seguintes atividades as espécies:

- a) Produção, que é a elaboração ou realização de produtos e serviços capazes de suprir as necessidades econômicas do homem;
- b) A montagem, que é a operação de reunir as peças de um dispositivo, de um mecanismo ou de qualquer objeto complexo, de modo que ele possa funcionar satisfatoriamente ou preencher o fim para o qual se destina;
- c) A criação, que é a obra, o invento, a instituição ou a formação de um produto ou serviço, para a satisfação dos interesses humanos;
- d) A construção, que é a edificação ou a constituição de um bem;
- e) A transformação, que é a metamorfose, a operação de modificação do estado de um sistema físico ou orgânico;
- f) A importação, que é a introdução de mercadorias oriundas de território nacional diverso daquele em que o exportador se encontra domiciliado;

---

<sup>22</sup> BARCELLOS, Daniela Silvia Fontoura de. **Responsabilidade Civil e Direito do Consumidor**. Disponível

em: <[http://academico.direitorio.fgv.br/ccmw/images/2/2f/Responsabilidade\\_Civil\\_e\\_Direito\\_do\\_Consumidor\\_-\\_vol\\_II.pdf](http://academico.direitorio.fgv.br/ccmw/images/2/2f/Responsabilidade_Civil_e_Direito_do_Consumidor_-_vol_II.pdf)>. Acesso em: 09 set. 2015.

<sup>23</sup> MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014, p. 164 e 165.

<sup>24</sup> LISBOA, Roberto Senise. **Manual de Direito Civil, v. 2: direito das obrigações e responsabilidade civil**. 6 ed. São Paulo: Saraiva, 2012, p 131.

- g) A exportação, que é o transporte de mercadoria para fora do território nacional no qual o exportador se encontra domiciliado;
- h) A distribuição, que é a repartição social da riqueza como fato econômico; e
- i) A comercialização, que é a negociação de mercadorias.

#### *2.5.1.3 Conceito de Produto*

O Código de Defesa do Consumidor conceitua produto, de forma abrangente, em seu art. 3º, § 1º, como sendo “qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial”. Ao optar pela denominação “produto” ao invés de “bem”, opta-se por uma nomenclatura mais condizente com a relação de consumo. De fato, a expressão bem abrange tanto os bens de natureza patrimonial e econômica, como também os que não possuem natureza patrimonial, e, portanto, não são suscetíveis de valoração econômica. Por isso, diz-se que todo bem econômico é jurídico, mas a recíproca não é verdadeira, pois nem todo bem jurídico é econômico. Partindo do pressuposto de que o CDC só regula os bens econômicos, tem-se que a primeira característica dos produtos é possuir valoração no mercado de consumo<sup>25</sup>.

Entretanto, há de se observar não é qualquer bem que pode ser objeto de uma relação jurídica, tendo em vista que o ordenamento jurídico considera certos bens tão importantes que os retira do comércio, como pessoas, órgãos e coisas do gênero.

Destarte, para que um bem seja considerado um produto ele deve envolver interesse econômico não vedado pela ordem jurídica, sendo a descrição de “bem móvel ou imóvel, material ou imaterial” tendo o sentido de demonstrar que a qualidade do bem não interessa, mas apenas a possibilidade de comercialização do bem.

#### *2.5.1.4 Conceito de Serviços*

No mesmo artigo que o conceito de produto, o parágrafo seguinte conceitua serviço como “qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante

---

<sup>25</sup> ACADEMIA DIREITO RIO. **Aula 5: Produtos e Serviços**. Disponível em: <[http://academico.direito-rio.fgv.br/wiki/Aula\\_5:\\_Produtos\\_e\\_Servi%C3%A7os](http://academico.direito-rio.fgv.br/wiki/Aula_5:_Produtos_e_Servi%C3%A7os)>. Acesso em 26 de out, 2015.

remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista”.

Neste ponto é de se afirmar que a característica marcante da abrangente definição de serviços, para fins de proteção do consumidor, é a de que os mesmos devem ser prestados mediante remuneração – com expressa ressalva prestação de serviços decorrente de contrato de trabalho mediante vínculo de subordinação e dependência com o contratante, porque, neste caso, regida pelas leis trabalhistas. No sobejante, de observância obrigatória os requisitos da profissionalidade, da habitualidade e do recebimento de contraprestação em dinheiro<sup>26</sup>.

Destarte, excetuando-se as atividades que tenham caráter trabalhista, serviço é uma prestação, uma atividade fornecida ao mercado mediante remuneração, ainda que indireta.

## **2.5.2 Princípios Do Direito Do Consumidor**

Demonstrada a relação de consumo, verifica-se necessário demonstrar os princípios do Direito do Consumidor e de que maneira eles atuam na relação entre fornecedores e consumidores.

Em primeiro lugar, há de se reconhecer que princípios, diferentemente ao que ocorre com as regras, são passíveis de flexibilização ante o caso concreto através de sopesamento de valores, de modo que a aplicação dos princípios não é absoluta, mas variável de acordo ao caso, distinguindo-se, destarte, das regras, as quais tem aplicação absoluta e sua aplicação acontece com a simples subsunção, não abrindo espaço para qualquer debate.

Após, esclarece-se que, ainda que seja prescindível o fato de estar expressamente previsto na Carta Magna, tendo em vista o fato de que o Brasil é um Estado Democrático de Direito, o Direito do Consumidor tem como fonte interpretativa primeira e principal a Constituição Federal de 1988, de modo que toda a aplicação do Direito do Consumidor deverá, obrigatoriamente, obedecer ao texto e aos princípios constitucionais.

Tendo sido esclarecido o tema dos princípios, são princípios do Direito do Consumidor:

---

<sup>26</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Direito do Consumidor** 3. ed. São Paulo, Atlas, 2011, p. 77.

### a) Princípio do Protecionismo do Consumidor

Este princípio é extraído da interpretação do art. 1º da Lei 8.078/1990<sup>27</sup>. Através dele, observa-se que o Direito do Consumidor deixa de ser um microsistema de regulação de algumas relações para ser um macrossistema com natureza de ordem pública e interesse social.

Em razão deste princípio, Flávio Tartuce e Daniel Amorim Assumpção Neves<sup>28</sup> elencam as seguintes consequências deste princípio:

A primeira consequência é que as regras da Lei 8.078/1990 não podem ser afastadas por convenção entre as partes, sob pena de nulidade absoluta. Como fundamento para essa conclusão, pode ser citada a previsão do art. 51, inc. XV, do próprio CDC, segundo o qual são nulas de pleno direito as cláusulas abusivas que estejam em desacordo com o sistema de proteção ao consumidor. (...)

Como segunda consequência, cabe sempre a intervenção do Ministério Público em questões envolvendo problemas de consumo. O art. 82, inc. II, do Código de Processo Civil enuncia que compete ao MP intervir nas ações em que há interesse público evidenciado pelo interesse da lide ou qualidade da parte, o que é justamente o caso das demandas de consumo. Igualmente, a Lei da Ação Civil Pública (Lei 7347/1985) reconhece a legitimidade do Ministério Público para as demandas coletivas envolvendo danos materiais e morais aos consumidores (art. 1º). (...)

Como terceira consequência, toda a proteção constante da Lei protetiva deve ser reconhecida de ofício pelo juiz, caso da nulidade de eventual cláusula abusiva. Assim sendo, fica claro que representa uma total afronta ao princípio do protecionismo do consumidor a teor da súmula 381 do Superior Tribunal de Justiça, segundo a qual, nos contratos bancários, é vedado ao julgador conhecer de ofício das abusividades das cláusulas contratuais.

Logo, o comerciante eletrônico não é capaz de se esquivar da incidência do Código de Defesa do Consumidor quando evidenciada a configuração da relação de consumo, havendo ainda autorização do Ministério Público para agir em defesa do consumidor.

### b) Princípio da Vulnerabilidade do Consumidor

---

<sup>27</sup> Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias. (BRASIL. **Lei 8.078**, de 11 de Setembro de 1990. Institui o Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em: 10 de Abr. 2015).

<sup>28</sup> TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor: Direito Material e Processual**. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2012, p.27-28.

O princípio em questão, extraído da interpretação do art. 4º, I, do Código de Defesa do Consumidor<sup>29</sup> e é um princípio constitucional implícito, ou seja, não se encontra explicitamente na Constituição Federal de 1988, mas é possível extraí-lo de uma interpretação da Constituição Federal como um sistema normativo orgânico, sendo inferido no texto do já citado art. 5º, XXXII, da Constituição Federal.

A partir deste princípio, reconhece-se o consumidor, em qualquer relação que esteja, como sendo a parte mais fraca da relação e, destarte, mais vulnerável. Com este princípio, não é admissível prova em contrário da vulnerabilidade, existe uma presunção *iure et iure*.

Esclarece-se que o consumidor supracitado refere-se ao consumidor pessoa física, uma vez que, em se tratando de consumidor pessoa jurídica, não existe presunção de vulnerabilidade, sendo necessário provar a sua vulnerabilidade. Neste sentido, pronuncia-se o Superior Tribunal de Justiça:

Direito do Consumidor. Recurso especial. Conceito de consumidor. Critério subjetivo ou finalista. Mitigação. Pessoa Jurídica. Excepcionalidade. Vulnerabilidade. Constatação na hipótese dos autos. Prática abusiva. Oferta inadequada. Característica, quantidade e composição do produto. Equiparação (art. 29). Decadência. Inexistência. Relação jurídica sob a premissa de atos sucessivos. Renovação do compromisso. Vício oculto. - A relação jurídica qualificada por ser "de consumo" não se caracteriza pela presença de pessoa física ou jurídica em seus pólos, mas pela presença de uma parte vulnerável de um lado (consumidor), e de um fornecedor, de outro. - Mesmo nas relações entre pessoas jurídicas, se da análise da hipótese concreta decorrer inegável vulnerabilidade entre a pessoa-jurídica consumidora e a fornecedora, deve-se aplicar o CDC na busca do equilíbrio entre as partes. Ao consagrar o critério finalista para interpretação do conceito de consumidor, a jurisprudência deste STJ também reconhece a necessidade de, em situações específicas, abrandar o rigor do critério subjetivo do conceito de consumidor, para admitir a aplicabilidade do CDC nas relações entre fornecedores e consumidores-empresários em que fique evidenciada a relação de consumo. - São equiparáveis a consumidor todas as pessoas, determináveis ou não, expostas às práticas comerciais abusivas. - Não se conhece de matéria levantada em sede de embargos de declaração, fora dos limites da lide (inovação recursal). Recurso especial não conhecido<sup>30</sup>.

---

<sup>29</sup>Art. 4º 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: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995) I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo; (BRASIL. **Lei 8.078**, de 11 de Setembro de 1990. Institui o Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em: 10 de Abr. 2015).

<sup>30</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial n. 476.428 – Proc. 2002/0145624-5. Recorrente: 2002/0145624-5. Recorrido: Gracher Hotéis E Turismo Ltda. Relatora: Min. Nancy Andrighi. Brasília, DJ 09 Mai. 2005. Disponível em: <<http://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/103241/recurso-especial-esp-476428-sc-2002-0145624-5>>. Acesso em: 25 Set. 2010.

Existem vários tipos de vulnerabilidade, uma vez que a vulnerabilidade pode ser técnica, econômica ou jurídica. Entretanto, observa-se que é preciso ser consumidor para ser considerado vulnerável, mas não é preciso ser vulnerável para ser considerado consumidor.

### c) Princípio da Hipossuficiência do Consumidor

Este princípio é extraído do art. 6º, VIII do Código de Defesa do Consumidor<sup>31</sup>, sendo um elemento fático, ao contrário da vulnerabilidade, que é conceitual. Desde logo, já é possível concluir que todo consumidor é vulnerável, entretanto nem todo consumidor/vulnerável é hipossuficiente, sendo necessário analisar-se a situação fática do sujeito.

Após a análise fática e comprovação de hipossuficiência, o princípio da hipossuficiência do consumidor traz como valor normativo a determinação de facilitação da defesa dos direitos do consumidor, tendo o art. 6º, VIII do Código de Defesa do Consumidor exemplificado a inversão do ônus da prova. Destarte, observa-se que, apesar de ser o direito mais lembrado quanto ao princípio da hipossuficiência do consumidor, este não é o único direito, sendo outro exemplo o privilégio que o consumidor tem de litigar em seu domicílio, com disposto no art. 101 do CDC<sup>32</sup>.

O reconhecimento judicial da hipossuficiência pode ser feito, é verdade, à luz da situação socioeconômica do consumidor perante o fornecedor (hipossuficiência fática). Todavia, a hipossuficiência fática não é a única modalidade contemplada na noção de hipossuficiência, à luz do art. 4.º da Lei de Introdução ao Código Civil. Também caracteriza hipossuficiência a situação jurídica que, por exemplo, impede o consumidor de obter a prova que se tornaria indispensável para responsabilizar o fornecedor pelo dano verificado (hipossuficiência técnica). Explica-se. Muitas vezes o consumidor não tem como demonstrar o nexo de causalidade para a fixação da

---

<sup>31</sup> Art. 6º São direitos básicos do consumidor: 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. **Lei 8.078**, de 11 de Setembro de 1990. Institui o Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em: 10 de Abr. 2015).

<sup>32</sup> Art. 101. Na ação de responsabilidade civil do fornecedor de produtos e serviços, sem prejuízo do disposto nos Capítulos I e II deste título, serão observadas as seguintes normas: I - a ação pode ser proposta no domicílio do autor; (BRASIL. **Lei 8.078**, de 11 de Setembro de 1990. Institui o Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em: 10 de Abr. 2015).

responsabilidade do fornecedor, já que este é quem possui a integralidade das informações e o conhecimento técnico do produto ou serviço fornecido.

#### d) Princípio da Boa-Fé Objetiva

Além de integrar e nortear a totalidade das relações jurídicas, o princípio da boa-fé objetiva, extraído do art. 4º, III, do Código de Defesa do Consumidor<sup>33</sup>, recebe um enfoque importante no Direito do Consumidor.

Lecionam Flávio Tartuce e Daniel Amorim Assumpção Neves<sup>34</sup>:

Regramento vital do Código de Defesa do Consumidor, representando seu coração, é o princípio da boa-fé objetiva, constante da longa redação do art. 4º, inciso III. Enuncia tal comando que constitui um dos princípios da Política Nacional das Relações de Consumo a “harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170 da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre fornecedores e consumidores”. Neste contexto, nas relações negociais consumeristas deve estar presente o justo equilíbrio, em uma correta harmonia entre as partes, em todos os momentos relacionados com a prestação e o fornecimento.

Logo, observa-se que a boa-fé não diz respeito apenas no fornecimento do produto ou serviço, mas em todos os momentos relacionados ao fornecimento, de modo a garantir os direitos do consumidor sempre que devido.

Conclui-se que o se trata de um parâmetro, um paradigma de conduta, um padrão de eticidade. A boa-fé subjetiva é a consciência de atuar conforme o direito, agindo com lealdade, probidade e cooperação.

Em outras palavras, os contratantes não são apenas obrigados a realizar a prestação principal, mas também a usar os seus esforços para garantir o perfeito adimplemento do contrato. Quem quer os fins quer também os meios necessários à respectiva consecução. Destarte, o credor tem a obrigação de se abster de todo e

---

<sup>33</sup> Art. 4º 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: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995) III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores; (BRASIL. **Lei 8.078**, de 11 de Setembro de 1990. Institui o Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em: 11 de Abr. 2015).

<sup>34</sup> TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor: Direito Material e Processual**. Rio de Janeiro: Forense: São Paulo: Método, 2012, p.33.

qualquer ato, mesmo ilícito, que seja capaz de tornar a execução da obrigação do do devedor mais onerosa. O direito do outro, a ser preservado no contrato, é agora preocupação com o direito do outro, o sentimento de colaboração que deve presidir os negócios jurídicos<sup>35</sup>.

#### e) Princípio da Transparência

Tal princípio decorre diretamente do princípio da boa-fé objetiva. A transparência impõe as partes, ao fornecedor, sobretudo, atuar proporcionando ao consumidor todas as informações acerca da avença. Dois reflexos evidentes desse princípio estão no artigo 46 do CDC<sup>36</sup>: informação contratual e redação clara dos contratos.

O art. 31 do CDC<sup>37</sup>, no mesmo sentido, dá efetividade a este princípio, tendo em vista que obriga ao fornecedor informar sobre o produto vendido ou o serviço prestado, devendo a redação sobre o fornecimento do produto ou serviço estar clara, uma vez que, caso o consumidor não tiver condição de compreender o conteúdo da cláusula, esta incorrerá em nulidade.

A principal consequência do princípio da transparência é, por um lado, o dever de informar do fornecedor e, por outro, o direito à informação do consumidor, do qual trataremos oportunamente. Tal implica, em primeiro lugar, a proibição da criação artificial de barreiras de informação, em busca de ocultação de desvantagens para a outra parte ou de enganosa valorização das vantagens que o contrato lhe proporcionará. Esse dever negativo do fornecedor se faz presente desde a fase pré-contratual, através da proibição da publicidade enganosa, até a fase negocial, em

---

<sup>35</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Direito do Consumidor**. 3. ed. São Paulo, Atlas, 2011, p. 40.

<sup>36</sup> Art. 46. Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance. (BRASIL. **Lei 8.078**, de 11 de Setembro de 1990. Institui o Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em: 11 de Abr. 2015).

<sup>37</sup> Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores. (BRASIL. **Lei 8.078**, de 11 de Setembro de 1990. Institui o Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em: 11 de Abr. 2015).

face da proibição de qualquer forma de informação enganadora quanto aos elementos do contrato, como haveremos de ver<sup>38</sup>.

Como já citado, o Decreto nº 7.965/2013 concretiza o princípio da transparência no comércio eletrônico, determinando que os comerciantes eletrônicos se identifiquem ou identifiquem o fornecedor do produto ou serviço.

#### f) Princípio da Função Social do Contrato

Igualmente ao que acontece com o princípio da boa-fé, o princípio da função social do contrato também regula os mais variados negócios jurídicos e também recebe um enfoque consumerista.

Falar em um contrato que obedece a função social, significa que o referido contrato não mais é regulado puramente pela autonomia da vontade e pela obrigatoriedade de cumprimento dos contratos (*pacta sunt servanda*), mas exige-se que se observe os impactos que as partes e terceiros sofrem em razão do contrato e os impactos que o contrato sofre em razão de acontecimentos externos. Neste sentido, considera-se alcançada a função social de um instituto jurídico toda vez que os interesses das partes puderem ser obtidos através dele, sem prejuízo dos interesses socialmente mais relevantes<sup>39</sup>.

Tendo com um dos pontos negativos de se usar a plataforma *online*, é evidente o distanciamento do fornecedor e do consumidor, de modo que, normalmente, o consumidor está refém do Serviço de Atendimento ao Cliente, o qual, muitas vezes é ineficaz. Logo, em razão da distância entre as partes, observa-se a dificuldade em cumprir-se a função social do contrato.

#### g) Princípio da solidariedade

---

<sup>38</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Direito do Consumidor**. 3. ed. São Paulo, Atlas, 2011, p. 43.

<sup>39</sup> LISBOA, Roberto Senise. **Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2012, p.80.

Em razão da vulnerabilidade e hipossuficiência do consumidor, no aparente sentido de dar efetividade aos contratos celebrados entre o consumidor e o fornecedor, existe o princípio da solidariedade.

Orienta-se pelo princípio da solidariedade a divisão de riscos estabelecidos pelo CDC. A regra da responsabilidade civil objetiva estendida a toda cadeia de fornecimento (todos os fornecedores que participam do ciclo econômico do produto ou serviço no mercado) é resultado dos ditames de solidariedade social, uma vez que orienta a adoção de um critério sobre quem deve arcar com os riscos da atividade econômica no mercado de consumo, afastando a regra da culpa para a imputação da responsabilidade. A responsabilidade civil do fornecedor no CDC, deste modo, apresenta um novo critério de repartição dos riscos sociais, em vista justamente, dos reflexos da sua atividade econômica frente ao mercado. Este é o caso também da proteção pelo CDC não apenas do consumidor adquirente de produto ou serviço, senão do usuário, ou daqueles que simplesmente estavam expostos ou foram vítimas de eventos decorrentes do desempenho da atividade econômica do fornecedor<sup>40</sup>.

Ressalte-se quanto ao termo “cadeia de fornecimento”, sua conceituação é vaga e capaz de incluir sujeitos que, originalmente, sequer deveriam estar participando de um processo judicial na posição de litisconsórcio passivo. Não suficiente, há de se notar que não se diz que o fornecedor necessariamente é o fornecedor relativo ao produto ou ao serviço ou fornecedor intermediador, cuja função é reunir o fornecedor/vendedor/proprietário/prestador do serviço<sup>41</sup> e o consumidor. Neste sentido, defende-se uma interpretação diversa da literal, de modo a observar os sujeitos e as obrigações dos sujeitos das relações negociais, sob pena de o princípio da solidariedade ser entendido como “facilitador na distribuição das riquezas nacionais<sup>42</sup>”.

---

<sup>40</sup> MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014, p. 131.

<sup>41</sup> Esta será a denominação utilizada para diferenciar a pessoa que busca utilizar a plataforma virtual do site de compra coletiva para ofertar o produto ou serviço do site de compra coletiva, quando se apresenta como fornecedor para o consumidor, que é entendido como a pessoa que contrata o site de compra coletiva como intermediador para aceitar a oferta constante no sítio eletrônico.

<sup>42</sup> CARDOSO, Antonio Pessoa. **Princípio da solidariedade no CDC**. Migalhas. Disponível em: <<http://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI33148,21048-Principio+da+solidariedade+no+CDC>>. Acesso em 26 out. 2015.

#### h) Princípio da segurança

Presente no Código de Defesa do Consumido nos arts. 12, § 1º e 14, § 1º<sup>43</sup>, o princípio da segurança cria para o fornecedor o dever de assegurar a segurança do produto e do serviço fornecido.

O Código do Consumidor deu uma guinada de 180 graus na disciplina jurídica então existente, na medida em que transferiu os riscos do consumo do consumidor para o fornecedor<sup>44</sup>.

Neste sentido, observa-se que este princípio estabelece a incidência da Teoria do Risco, que se “subsume a ideia do exercício de atividade perigosa como fundamento da responsabilidade civil. O exercício de atividade que possa oferecer algum perigo representa um risco, que o agente assume, de ser obrigado a ressarcir os danos que venham resultar a terceiros dessa atividade”<sup>45</sup>.

Entretanto, há de se reassaltar que a Teoria do Risco diz respeito a atividade exercida pelo fornecedor, de modo que não pode o fornecedor assumir o risco da atividade de outrem.

---

<sup>43</sup> Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por d efeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos. § 1º O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais: (...); Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos. § 1º O produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:(...). (BRASIL. **Lei 8.078**, de 11 de Setembro de 1990. Institui o Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em: 11 de Abr. 2015).

<sup>44</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Direito do Consumidor** 3. ed. São Paulo, Atlas, 2011, p. 52-53.

<sup>45</sup> GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil Brasileiro**, Volume IV: Responsabilidade Civil. São Paulo: Saraiva, 2012, p.26.

### 3 DA RESPONSABILIDADE CIVIL NO COMÉRCIO ELETRÔNICO

Passando-se ao estudo da responsabilidade civil no comércio eletrônico, verifica-se que, mesmo através de tantas vantagens oferecidas pela plataforma *online*, ainda não é possível descartar a possibilidade de causar dano a outrem, de forma a ensejar o dever de indenizar.

Com o intuito de regradar e limitar a responsabilidade civil, observa-se necessária a existência de critérios que justifiquem a imputação da obrigação de indenizar, protegendo-se o patrimônio da vítima.

Neste sentido, também existem casos em que se justifica a não imputação da obrigação de indenizar, tendo em vista a não obediência de algum dos pressupostos de responsabilização ou até mesmo por existir alguma causa excludente.

Logo, com a responsabilidade civil, procura-se a compensação do dano causado pelo comerciante, visto que obedecido os pressupostos de responsabilidade e a não ocorrência de alguma causa excludente de responsabilidade.

#### 3.1 CONCEITO DE RESPONSABILIDADE CIVIL

Há de estabelecer, primeiramente, que a responsabilidade civil não se resume ao ilícito civil. É possível, inclusive, haver responsabilidade civil através de uma conduta lícita, sendo exemplo a responsabilidade civil por abuso de direito.

Neste sentido, lecionam Cristiano Chaves, Nelson Rosenvald e Felipe Peixoto Braga Netto<sup>46</sup>:

É necessária a superação de mais um dos diversos dogmas do direito privado: aquele que reduz o ato ilícito a mero fato gerador da responsabilidade civil, quando, em verdade, a obrigação de indenizar é somente uma das eventuais consequências de um ilícito civil. De saída, sobreleva evidenciar a existência de uma gama infinita de efeitos jurídicos potenciais decorrentes da ilicitude. Se o fato ilícito é um acontecimento contrário ao ordenamento jurídico, certamente, o próprio sistema jurídico poderá reconhecer diferentes consequências à prática desse comportamento desconforme a ordem jurídica.

---

<sup>46</sup> FARIAS, Cristiano Chaves de, ROSENVALD, Nelson, NETTO, Felipe Peixoto Braga. **Curso de Direito Civil: Responsabilidade Civil** - volume 3. 2. ed. rev., ampl. e atual. São Paulo: Atlas, 2015, p. 128.

A ideia de responsabilidade civil está intrinsecamente vinculada a ideia de contraprestação. Apesar dos vários conceitos dados ao instituto, a ideia de responsabilidade civil sugere que alguém foi lesado outrem e que esta última foi a pessoa responsável pelo dano, de modo a adquirir um débito com a pessoa lesada. Carlos Roberto Gonçalves<sup>47</sup> descreve um pouco do histórico da palavra “responsabilidade” nos primórdios do instituto:

A palavra “responsabilidade” origina-se do latim *respondere*, que encerra a ideia de segurança ou garantia da restituição ou compensação do bem sacrificado. Teria, assim, o significado de recomposição, de obrigação de restituir ou ressarcir.

Observa-se que desde o direito romano, o centro da ideia de responsabilidade era a compensação, a contraprestação em razão de algum prejuízo causado a alguém, de modo que essa responsabilidade muitas vezes era confundida com a responsabilidade penal. E o próprio direito romano também inseriu, com a *Lex Aquilia*, a ideia de reparação pecuniária da lesão, o que hoje se chama de compensação. Entendia-se que, em alguns casos, apesar de o dano ser irreversível, era possível compensá-lo com dinheiro.

Conclui-se que desde o direito romano se admite que uma pessoa, diante de uma lesão, possa responsabilizar a pessoa causadora do dano para que o repare, sendo através de uma obrigação de fazer ou uma obrigação de pagar.

Levando isso em consideração, o Código Civil adota o seguinte posicionamento quanto a responsabilidade civil:

Art. 186. Aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito.

E, assim, é forçoso se referenciar ao artigo próprio da responsabilidade civil:

Art. 927. Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo.

E, desde logo, observa-se que o simples dano não é suficiente para que surja uma responsabilidade civil, há outros requisitos para que uma pessoa seja responsabilizada e obrigada a reparação do dano.

Logo, concluem Pablo Stolze e Rodolfo Pamplona<sup>48</sup>:

---

<sup>47</sup> GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil Brasileiro**, Volume IV: Responsabilidade Civil. São Paulo: Saraiva, 2012, p.36

<sup>48</sup> GAGLIANO, Pablo Stolze, PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo Curso De Direito Civil**, Volume 3: Responsabilidade Civil. 10. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2012, p.72.

Responsabilidade, para o Direito, nada mais é, portanto, que uma obrigação derivada — um dever jurídico sucessivo — de assumir as consequências jurídicas de um fato, consequências essas que podem variar (reparação dos danos e/ou punição pessoal do agente lesionante) de acordo com os interesses lesados.

Logo, a responsabilidade civil funciona como uma maneira do Estado compelir o causador do dano a compensar a vítima quando obedecido os pressupostos de responsabilidade.

### 3.2 PRESSUPOSTOS

Para a configuração da responsabilidade civil, é preciso que todos os pressupostos de responsabilidade civil coexistam no caso, entendendo pressuposto como elemento essencial da responsabilidade civil, de modo que a ausência de qualquer dos pressupostos, excetuando os casos de excludentes de responsabilidade, resulta na não responsabilização.

Neste sentido, a culpa, portanto, não é um elemento essencial, mas sim acidental, pelo que reiteramos nosso entendimento de que os elementos básicos ou pressupostos gerais da responsabilidade civil são apenas três: a conduta humana (positiva ou negativa), o dano ou prejuízo, e o nexo de causalidade<sup>49</sup>.

Há de se diferenciar, destarte, pressuposto de responsabilização de elemento da responsabilidade, tendo em vista que o pressuposto é essencial para a responsabilização, enquanto o elemento é acidental, podendo não estar presente e ainda assim haver a responsabilização civil, de modo que conclui-se que a culpa é elemento de responsabilização, tendo em vista que a sua presença nem sempre é determinante para a responsabilização.

#### 3.2.1 Conduta Imputável no *E-commerce*

A conduta é o primeiro pressuposto da responsabilidade civil a ser estudado, até mesmo porque é o primeiro a ser evidenciado no artigo 186 do Código Civil. Percebe-se neste artigo que a conduta pode ser tanto comissiva, positiva, ou pode ser omissiva, negativa.

Embora não esteja explícito no citado artigo, a citada conduta deve ser uma conduta

---

<sup>49</sup> GAGLIANO, Pablo Stolze, PAMPLONA FILHO, Rodolfo. *Op. Cit.*, p. 47.

humana e dotada de voluntariedade, ou seja, o sujeito, ao praticar a ação ou omissão, deve ter a capacidade de decidir sobre a sua conduta para que seja responsabilizado civilmente.

A conduta, pressuposta na responsabilidade civil, pode acontecer por negligência, imprudência ou por dolo, ou seja, por culpa em sentido amplo, de modo que, contrariamente ao que ocorre na seara penal, o sujeito que, através de uma conduta voluntária, gera um dano a alguém, é responsabilizado da mesma forma se agir com dolo ou com culpa, excetuado o caso em que a vítima concorre culposamente para o dano, segundo o artigo 945 do Código Civil<sup>50</sup>.

Sobre a conduta, Pablo Stolze e Rodolfo Pamplona<sup>51</sup>:

O núcleo fundamental, portanto, da noção de conduta humana é a voluntariedade, que resulta exatamente da liberdade de escolha do agente imputável, com discernimento necessário para ter consciência daquilo que faz.

Por isso, não se pode reconhecer o elemento “conduta humana”, pela ausência do elemento volitivo, na situação do sujeito que, apreciando um raríssimo pergaminho do século III, sofre uma micro-hemorragia nasal e, involuntariamente, espirra, danificando seriamente o manuscrito. Seria inadmissível, no caso, imputar ao agente a prática de um ato voluntário. Restará, apenas, verificarmos se houve negligência da diretoria do museu por não colocar o objeto em um mostruário fechado, com a devida segurança, ou, ainda, se o indivíduo violou normas internas, caso em que poderá ser responsabilizado pela quebra desse dever, e não pelo espirro em si.

Logo, observa-se que a conduta imputável, não apenas no comércio eletrônico, mas em geral, deve ser voluntária para ser capaz de gerar uma responsabilidade civil do indivíduo causador do dano sofrido pela vítima.

A conduta imputável no comércio eletrônico se traduz no fato do comerciante exercer a sua atividade comercial, ou seja, se traduz no fato de o comerciante vender seus produtos e/ou serviços na plataforma *online*, o que é feito de forma voluntária.

### 3.2.2 Danos causados no *E-commerce*

---

<sup>50</sup> Art. 945. Se a vítima tiver concorrido culposamente para o evento danoso, a sua indenização será fixada tendo-se em conta a gravidade de sua culpa em confronto com a do autor do dano. (BRASIL. **Lei 10.406**, de 10 de Janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/l10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406.htm)>. Acesso em: 20 abr. 2015).

<sup>51</sup> GAGLIANO, Pablo Stolze, PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo Curso De Direito Civil**, Volume 3: Responsabilidade Civil. 10. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2012, p.75.

O dano é o pressuposto mais aparente da responsabilidade. Entretanto, apesar da doutrina muitas vezes classifica-lo como o elemento desencadeador da responsabilidade civil<sup>52</sup> ou o principal elemento, observa-se que o dano é apenas mais um pressuposto da responsabilidade civil, sendo tão importante quanto os outros. Admite-se, contudo, que o dano é o pressuposto que possui um número menor mitigações.

Ressalte-se que ter um menor número de mitigações não significa que o dano não é relativizado. Ocorre que a sua relativização, diferentemente do que ocorre com os outros pressupostos de responsabilização, ocorre de maneira a aumentar o número de danos indenizáveis. Anderson Schreiber<sup>53</sup> assevera no mesmo sentido:

Á parte essa expansão quantitativa, verifica-se, em todo mundo, e de modo ainda mais marcante, uma expansão qualitativa, na medida em que novos interesses, sobretudo de natureza existencial e coletiva, passam a ser considerados pelos tribunais como merecedores de tutela, consubstanciando-se a sua violação em novos danos ressarcíveis. De fato, o reconhecimento da necessidade de tutela dos interesses existenciais atinentes a pessoa humana, e, de outro lado, a verificação de danos demasiados abrangentes, identificados com interesses transindividuais ou supra-individuais, que passam a ser considerados dignos de proteção, vieram exigir o repensar da estrutura individualista e eminentemente patrimonial das ações de reparação.

O dano, como pressuposto da responsabilidade civil, é, efetivamente, o prejuízo causado à vítima, e o motivo pelo qual ela pleiteia a devida reparação. Segundo Sergio Cavalieri Filho<sup>54</sup>:

A obrigação de indenizar só ocorre quando alguém pratica ato ilícito e causa dano a outrem. O dano encontra-se no centro da regra de responsabilidade civil. O dever de reparar pressupõe o dano e sem ele não há indenização devida. Não basta o risco de dano, não basta a conduta ilícita. Sem uma consequência concreta, lesiva ao patrimônio econômico ou moral, não se impõe o dever de reparar.

Para o estudo do dano, classifica-se, primeiramente, como patrimonial e extrapatrimonial. O dano patrimonial refere-se ao prejuízo financeiro da vítima, de

---

<sup>52</sup> Neste sentido, Cristiano Chaves de Farias, Nelson Rosenvald e Felipe Peixoto Braga Netto lecionam que “o dano é o fato jurídico desencadeador de responsabilidade civil. Não há responsabilidade civil sem dano. Aliás – ao contrário do que se verificava em um passado recente -, pode mesmo se cogitar de reparação do dano sem a constatação do ato ilícito, da culpa, ou mesmo em casos extremos, do nexa causal. Todavia, o dano é elemento que dispara o mecanismo ressarcitório. Enfim, inexistente responsabilidade civil sem dano, ainda que ele possa assumir formas diferenciadas, como o dano reflexo ou a perda de uma chance”. In: *Curso de Direito Civil: Responsabilidade Civil, volume 3, 2. ed. rev., ampl. e atual.* – São Paulo: Atlas, 2015, p. 201.

<sup>53</sup> SCHREIBER, Anderson. **Novos paradigmas da responsabilidade civil**: da erosão dos filtros de reparação à diluição dos danos. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009, p.83 .

<sup>54</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade civil**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2012, p. 77.

modo que a lesão ocasionada recai sobre seu patrimônio. Nas palavras de Cavalieri Filho<sup>55</sup>:

“O dano patrimonial, como o próprio nome diz, também chamado de dano material, atinge os bens integrantes do patrimônio da vítima, entendendo-se como tal o conjunto de relações jurídicas de uma pessoa apreciáveis economicamente”.

O dano patrimonial ainda pode ser classificado em dano emergente e lucro cessante. O dano emergente constitui uma lesão ao patrimônio já constituído do ofendido, de modo que seja possível calcular a extensão do dano pela simples subtração do valor patrimônio prejudicado antes da lesão e o valor do patrimônio prejudicado após a lesão; enquanto que o lucro cessante se refere ao que o ofendido deixou de ganhar em razão da conduta do causador do dano.

No dano extrapatrimonial, por se tratar de uma lesão feita fora de alcance físico, não se admite a possibilidade de retorno ao *statu quo ante*, de modo que a compensação aqui ocorre apenas a título simbólico.

Vale também distinguir dano moral de dano extrapatrimonial, nas palavras de Alessandro Schirrmester Segalla<sup>56</sup>:

De início já se pode perceber a nítida diferença entre os denominados danos morais e os extrapatrimoniais: os primeiros repercutem nos chamados direitos da personalidade, ou na esfera íntima das pessoas: *sentimentos, dor, angústia, aflição, medo etc.*. Ao segundo, porém, apenas importa a ocorrência de um ato ou fato violador ou lesivo a um direito ou interesse juridicamente protegido, mesmo inexistindo qualquer reflexo nos direitos da personalidade ou na esfera íntima da vítima.

Logo, entende-se o dano extrapatrimonial como gênero do qual o dano mora é pertencente a espécie.

No comércio eletrônico é possível haver ambos os tipos de dano, tanto extrapatrimonial como patrimonial, inclusive podendo ocorrer ambos ao mesmo tempo.

Os problemas jurídicos mais comuns que esse tipo de transação suscita são: (a) efeitos da publicidade *online*, (b) demora ou não entrega do produto ou serviço, (c) cobrança de taxas não especificadas, (d) não atendimento das especificações contratadas e reclamações cobertas pela garantia do produto, (e) possibilidade de

---

<sup>55</sup> *Ibidem*, p 77-78.

<sup>56</sup> SEGALLA, Alessandro Schirrmester. **O dano extrapatrimonial contratual no âmbito das relações de consumo** - Página 3/4. Jus Navigandi, Teresina, ano 6, n. 50, 1 abr. 2001. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/2008/o-dano-extrapatrimonial-contratual-no-ambito-das-relacoes-de-consumo>>. Acesso em: 18 out. 2014.

devolução e exercício do direito de arrependimento e (f) dificuldades com o modo de pagamento disponibilizado pelo fornecedor<sup>57</sup>.

Em razão dos efeitos da publicidade decorrente do uso da plataforma *online*, o comerciante está vinculado à sua oferta, de modo que a oferta enganosa e a cobrança de taxas não especificadas, por exemplo, são capazes de causar dano ao contratante.

Da mesma forma, a demora ou não entrega do produto e o não atendimento das especificações contratadas não só geram um dano patrimonial, mas, dependendo das circunstâncias, são capazes de causar danos extrapatrimoniais, como por exemplo, a ocorrência de dano moral em razão da não entrega ou entrega danificada de um bolo de casamento.

### 3.2.3 Relação de Causalidade no *E-commerce*

O nexos de causalidade é o elemento da responsabilidade civil que conecta os elementos dano e conduta. Nas palavras de Cáo Mário<sup>58</sup>:

Não basta que o agente haja procedido contra direito, isto é, não se define a responsabilidade pelo fato de cometer um “erro de conduta”; não basta que a vítima sofra um “dano”, que é o elemento objetivo do dever de indenizar, pois se não houver um prejuízo a conduta antijurídica não gera obrigação ressarcitória. É necessário se estabeleça uma relação de causalidade entre a injuricidade da ação e o mal causado (...).

No mesmo sentido, Sérgio Cavalieri<sup>59</sup>:

O conceito de nexos causal não é exclusivamente jurídico; decorre primeiramente das leis naturais. É o vínculo, a ligação ou relação de causa e efeito entre a conduta e o resultado. A relação causal estabelece o vínculo entre um determinado comportamento e um evento, permitindo concluir, com base nas leis naturais, se a ação ou omissão do agente foi ou não a causa do dano; determina se o resultado surge como consequência natural da voluntária conduta do agente. Algo assim como: se chover fica molhado.

Não há, no Brasil, um consenso sobre como o dano e a conduta devem ser conectadas, motivo pelo qual existem três teorias sobre como o nexos de causalidade deve ocorrer.

---

<sup>57</sup> SANTOS, Manoel J. Pereira dos. Responsabilidade Civil Dos Provedores De Conteúdo Pelas Transações Comerciais Eletrônica. *In*: SILVA, Regina Beatriz Tavares da; SANTOS, Manoel J. Pereira dos (coords). **Responsabilidade Civil: Responsabilidade Civil Na Internet E Nos Demais Meios De Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Saraiva 2012, p. 104.

<sup>58</sup> PEREIRA, Caio Mário da Silva. **Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Forense, 2001, p. 75.

<sup>59</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade civil**. 10. Ed. São Paulo: Atlas, 2012, p. 49.

a) Teoria da equivalência de condições

A teoria da equivalência de condições (também chamada de teoria da *conditio sine qua non*) atribui como condição causal todas as condutas que de alguma maneira contribuíram para a ocorrência do dano. Esta teoria não é utilizada no Brasil, uma vez que é atribuída a todas as condições a qualidade de condição causal sem que se estabeleça um grau de contribuição para cada uma das condições.

b) Teoria da causalidade adequada

Esta teoria, elaborada por von Kries, é a que mais se destaca entre aquelas que individualizam ou qualificam as condições. Causa, para ela, é o antecedente não só necessário mas, também, adequado à produção do resultado. Logo, se várias condições concorreram para determinado resultado, nem todas serão causas, mas somente aquela que for a mais adequada à produção do evento<sup>60</sup>.

A teoria da causalidade adequada (*Adäquanztheorie*), portanto, procura analisar, em abstrato, qual seria a conduta mais adequada a causar um determinado dano, de forma a identificar apenas um evento como causa do dano.

c) Teoria da causalidade direta e imediata

A teoria da causalidade direta e imediata leva em conta a sucessão de eventos causadores do dano no tempo e determina, dentre esses eventos, um que está necessariamente conectado ao resultado danoso, sendo uma consequência direta e imediata.

Causa, para esta teoria, seria apenas o antecedente fático que, ligado por um vínculo de necessidade ao resultado danoso, determinasse este último como

---

<sup>60</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade civil**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2012, p. 51.

uma consequência sua, direta e imediata<sup>61</sup>.

Apesar de haverem tais teorias, não há uma eleita como a teoria oficial do nexo de imputação, de modo que, muitas vezes, este elemento da responsabilidade civil não recebe a devida atenção.

Neste sentido, ocorrerá uma relação de causalidade no comércio eletrônico quando haja uma conduta do comerciante que cause o dano como uma consequência direta e imediata (teoria da causalidade direta e imediata) ou quando a conduta do comerciante for necessária e adequada para a produção do evento danoso (teoria da causalidade adequada).

### 3.3 CAUSAS EXCLUDENTES

As causas excludentes da responsabilidade civil são causas que atacam o pressuposto do nexo de causalidade, de modo a considerar que há certos casos em que o nexo causal é interrompido e, por causa desta interrupção, não há responsabilidade civil.

Existe, entretanto, uma causa excludente de responsabilidade que não opera por interromper o nexo de causalidade, mas exclui a responsabilidade em razão da vontade das partes, sendo esta causa a cláusula de não indenizar, que também será tratada neste capítulo.

Neste sentido, Cristiano Chaves de Farias, Nelson Rosenvald e Felipe Peixoto Braga Netto lecionam<sup>62</sup>:

A exclusão da responsabilidade civil será um fenômeno consequente de uma interrupção do nexo causal ou da causalidade. Na causalidade interrompida surgirá uma “causa nova”, consubstanciada em um acontecimento inevitável que romperá o nexo causal da cadeia originária. Este segundo processo causal guarda total autonomia com o primeiro, propiciando um dano diverso ao que se verificaria se só existisse a cadeia causal primitiva. A verificação de certo efeito que originalmente seria atribuído ao primeiro fato, efetivamente culmina por ser produzido pelo segundo fato. A interrupção causal não é sinônimo da causalidade. Aqui, manifesta-se um concurso de causas através de uma soma de fatos que se

---

<sup>61</sup> GAGLIANO, Pablo Stolze, PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo Curso De Direito Civil**, Volume 3: Responsabilidade Civil. 10. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2012, p.142.

<sup>62</sup> FARIAS, Cristiano Chaves de, ROSENVALD, Nelson, NETTO, Felipe Peixoto Braga. **Curso de Direito Civil: Responsabilidade Civil**, volume 3. 2. ed. rev., ampl. e atual. São Paulo: Atlas, 2015, p. 380.

unem para gerar certo resultado lesivo ou uma pluralidade de autores agindo em um mesmo sentido. Na concausalidade não há causa nova, mas uma “causa estranha” que se une à cadeia casual como um fato ordinário, atuando na mesma direção do processo causal já iniciado.

Vale mencionar que, além das causas a seguir mencionadas, com exceção a cláusula de não indenizar, o Código de Defesa do Consumidor expressamente exclui a responsabilidade dos fabricantes, construtores, produtores e importadores nas hipóteses dos incisos do art. 12, § 3º do Código de Defesa do Consumidor<sup>63</sup>, adicionando no rol de excludentes a não ocorrência do dano.

### 3.3.1 Culpa exclusiva da vítima

A culpa exclusiva da vítima se refere ao caso em que a conduta da vítima necessariamente causa o resultado do danoso.

Quando o dano decorre de culpa exclusiva da vítima, também não se estabelece a relação de causalidade entre ele e o ato ou atividade do demandado. Na verdade, neste caso, é a vítima que causou o dano e não há razões para imputar-se a quem quer que seja a responsabilidade pela indenização dos prejuízos. A vítima deve suportá-los inteiramente porque foi apenas dela a culpa pelo evento danoso. Não basta que o demandado tenha-se envolvido direta ou indiretamente com o dano para que surja sua responsabilidade. É necessário que seus atos ou atividades tenham sido a causa do prejuízo. A culpa exclusiva da vítima afasta esta possibilidade<sup>64</sup>.

Entretanto, observa-se que a conduta causadora do dano deve ser exclusiva da vítima para que haja quebra do nexo de causalidade, pois, caso contrário, não se trataria de uma causa excludente, mas de concorrência de culpa, de modo que o agente vai ser civilmente responsabilizado e sua compensação será de acordo com

---

<sup>63</sup> Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos. § 3º O fabricante, o construtor, o produtor ou importador só não será responsabilizado quando provar: I - que não colocou o produto no mercado; II - que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexiste; III - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro (BRASIL. **Lei 8.078**, de 11 de Setembro de 1990. Institui o Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em: 29 de Jan. 2016).

<sup>64</sup> COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito civil**, volume 2: obrigações: Responsabilidade civil. 5. ed. São Paulo : Saraiva, 2012, p. 336.

a sua participação no evento danoso.

Sobre a culpa concorrente, Silvio de Salvo Venosa leciona<sup>65</sup>:

Quando há culpa concorrente da vítima e do agente causador do dano, a responsabilidade e, conseqüentemente, a indenização são repartidas, como já apontado, podendo as frações de responsabilidade ser desiguais, de acordo com a intensidade da culpa.

Logo, observa-se que a culpa exclusiva da vítima depende que a conduta da vítima seja a que enseje o dano.

### 3.3.2 Culpa de terceiro

Aqui, diferentemente do que ocorre na causa excludente anterior, o evento danoso deve ter sido provocado por terceiro para que excluir-se a responsabilidade civil.

Apenas a título de exemplo no comércio eletrônico, têm-se o caso em que uma pessoa “clone” um site vendedor de produtos e determinado consumidor tente efetuar a compra de um produto, pelo que, por se tratar de um site falso, o consumidor gastará seu dinheiro e não obterá o produto. Não há como responsabilizar o site original, pois este não falhou com sua segurança, sendo o autor do site falso o único a quem se deve atribuir a responsabilidade civil.

Aqui, tal e qual ocorre no fato exclusivo da vítima, dá-se uma interrupção do nexo causal, na medida em que não é a conduta do agente a causa necessária à produção dos danos. Consistindo o comportamento do terceiro na causa exclusiva do resultado lesivo, exclui-se a relação de causalidade, com a exoneração do aparente responsável<sup>66</sup>.

Neste mesmo sentido, Fábio Ulhoa Coelho<sup>67</sup>:

Quando a culpa pelo evento danoso é de terceiro, desconstitui-se a relação de causa e efeito entre o prejuízo da vítima e o ato ou atividade do demandado. Neste caso de excludente, a vítima terá direito de promover a responsabilização do terceiro culpado

---

<sup>65</sup> VENOSA, Silvio de Salvo. **Direito civil: Responsabilidade Civil**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2012, p. 55.

<sup>66</sup> FARIAS, Cristiano Chaves de, ROSENVALD, Nelson, NETTO, Felipe Peixoto Braga. **Curso de Direito Civil: Responsabilidade Civil**, volume 3. 2. ed. rev., ampl. e atual. São Paulo: Atlas, 2015, p. 391.

<sup>67</sup> COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito civil**, volume 2: obrigações: Responsabilidade civil. 5. ed. São Paulo : Saraiva, 2012, p. 332.

Tal excludente, entretanto, sofre mitigação nos casos de responsabilidade indireta, que são casos em que uma pessoa é responsável por ato de terceiro, apesar de não haver conduta de sua parte ou nexo de causalidade que conecte a conduta com o dano.

### 3.3.3 Caso fortuito e força maior

O caso fortuito e a força maior não são diferenciados no Código Civil e na prática forense, até mesmo porque a ocorrência de qualquer deles resulta na mesma coisa. Não cabe, aqui, discutir a diferença entre caso fortuito e força maior, mesmo porque não há uniformidade de entendimento entre os autores. Pelo contrário, esse é um terreno minado de divergências, que vão desde aqueles que não admitem distinção entre o fortuito e a força maior, corno, aliás, parece ser a posição do nosso Código Civil (art. 393, parágrafo único, reprodução fiel do art. 1.058 e parágrafo único do Código de 1916), até os que sustentam não mais haver campo de aplicação para o caso fortuito corno causa excludente de responsabilidade, porque nos tempos modernos tudo teria passado a ser previsível e evitável<sup>68</sup>.

Entretanto, a doutrina os diferencia, embora de maneira não uniforme, sendo apenas a inevitabilidade do evento danoso o elemento comum do caso fortuito e da força maior.

Exemplifica Fábio Ulhoa Coelho<sup>69</sup>:

A inevitabilidade pode ter razões diversas. Em primeiro lugar, como visto, explica-se pelo desconhecimento de sua ocorrência. Se o dano é imprevisível, não há como evitá-lo, claro. Raios “caem” no solo a todo momento, mas não é possível antecipar o seu local exato. Está-se aqui diante de inevitabilidade cognoscitiva. Em segundo lugar, pode decorrer da insuficiência dos conhecimentos científicos e tecnológicos amealhados pela humanidade. A queda do cometa ilustra a hipótese. Neste caso, a inevitabilidade é material, porque em nenhuma circunstância o fato previsível poderia ter seus efeitos bloqueados. Em terceiro lugar, o inevitável pode derivar da falta de economicidade nas medidas destinadas a obstar os efeitos do evento. Num carro popular, não há condições de se instalar airbag. De fato, o custo dessa instalação aumentaria o preço do veículo de tal modo, que ele deixaria de ser popular; não mais atenderia ao consumidor de baixa renda. Os danos pessoais que poderiam ser evitados por aquele dispositivo de segurança tornam-se inevitáveis não pela

<sup>68</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade civil**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2012, p. 334.

<sup>69</sup> COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito civil**, volume 2: obrigações: Responsabilidade civil. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2012, p. 330.

imprevisibilidade ou materialidade do evento, mas apenas por razões de racionalidade econômica. Trata-se, aqui, de inevitabilidade econômica.

Deve-se, portanto, ter a ciência que tanto o caso fortuito quanto a força maior estão relacionados a ideia de quebra do nexo de causalidade em razão de fato imprevisto pelas partes.

Além do caso fortuito e da força maior, Pablo Stolze e Rodolfo Pamplona<sup>70</sup> entendem a existência de uma subdivisão do caso fortuito quando em casos de relação consumerista, sendo a subdivisão o fortuito interno e fortuito externo, distinguidos e explicados da seguinte maneira:

- a) fortuito interno: trata-se do acontecimento imprevisível, causador de dano de consumo, e que incide no processo de elaboração ou fabricação do produto, ou, então, no momento da realização do serviço. Em tais casos, por óbvio, a responsabilidade do fornecedor, que assume os riscos da sua atividade, não poderá ser afastada. Ademais, até a colocação do produto ou a prestação do serviço no mercado, deverá o agente econômico garantir a qualidade daquilo que disponibiliza ao consumidor. Havendo dano, deverá indenizar. Exemplo: durante o processo de fabricação de uma engrenagem automotiva sensível, um leve, mas perceptível, abalo sísmico prejudicou o correto encaixe de fios, causando, posteriormente, dano ao condutor do veículo;
- b) fortuito externo: diferentemente do anterior, o fortuito externo traduz-se no acontecimento imprevisível, causador de dano, que incide após a colocação do produto ou a prestação do serviço no mercado. É logicamente estranho à atuação do fornecedor, que não poderá ser responsabilizado pelo dano. No mesmo exemplo supra, se o abalo sísmico ocorre após a aquisição do bem, não se poderia, por óbvio, atribuir responsabilidade ao fornecedor, pois, quando introduziu o bem no mercado de consumo, o defeito inexistia.

#### **3.3.4 Cláusula de não indenizar**

A cláusula de não indenizar resume-se a uma cláusula constante em um contrato

---

<sup>70</sup> GAGLIANO, Pablo Stolze, PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo Curso De Direito Civil**, Volume 3: Responsabilidade Civil. 10. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2012, p.333.

que expressa a vontade das partes de, obedecido as condições da cláusula de não indenizar, afastará a responsabilidade civil da pessoa beneficiada pela referida cláusula.

Entretanto, observa-se que a referida cláusula não poderá ser utilizada em contratos de consumo, tendo em vista que o princípio do protecionismo do consumidor torna nula toda disposição contratual que vise afastar a incidência das normas contidas no CDC.

### 3.4 DA RESPONSABILIDADE CIVIL DO FORNECEDOR NO COMÉRCIO ELETRÔNICO

Ao configurar-se uma relação de consumo, verifica-se que o fornecedor é responsável pelo vício e fato do produto ou serviço ofertado por ele, assim como aconteceria caso a responsabilidade civil comum.

Existe uma lógica de responsabilizar o fornecedor em se tratando dos defeitos explanados a seguir, tendo em vista que é o fornecedor é a pessoa que possui as melhores condições para prevenir a ocorrência de danos e, caso já tendo ocorrido o dano, é quem tem melhores condições de controlar o dano.

Entretanto, por ser uma relação de consumo, existem nuances a serem observadas, tendo em vista a proteção que Código de Defesa do Consumidor oferece para proteger a efetivação dos direitos do consumidor.

Leciona José Geraldo Brito Filomeno<sup>71</sup> sobre a responsabilidade civil do fornecedor de acordo com a jurisprudência norte-americana:

Desta forma, consoante a doutrina a jurisprudência norte-americanas, o interesse público exige a máxima proteção `saúde e segurança pessoais, já que o fato de se colocar um produto ou serviço no mercado já acarreta a responsabilidade exatamente porque seu responsável assegura sua fruição normal, ficando o consumidor sempre em situação de vulnerabilidade por não exercer qualquer tio de controle sobre os produtos e serviços que são colocados à sua disposição.

A primeira das nuances, e a mais aparente, é a inversão do ônus da prova. Em razão do princípio da hipossuficiência, tema este já abordado, obrigatório que o juiz, diante de uma relação de consumo, inverta o ônus da prova, de modo que não é

---

<sup>71</sup> FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de direitos do consumidor**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2012, p. 204.

mais o autor/consumidor que deverá fazer prova do seu direito para obter o êxito de sua pretensão, mas é o réu/fornecedor que deverá produzir provas impeditivas, extintivas ou modificativas do direito alegado pelo autor, o que, de início, já milita ao seu desfavor.

Outra nuance é a responsabilidade objetiva, o qual também foi abordado em capítulos passados. Em razão da responsabilidade objetiva, o elemento culpa não é analisado, ou seja, não se observa se o fornecedor agiu com imperícia, imprudência ou negligência.

Observa-se, também, que o nexo de causalidade é mitigado quando o fornecedor for responsabilizado por participar da cadeia de fornecimento, sendo esta uma forma de responsabilidade indireta, tendo em vista que o dano foi produzido por outra pessoa.

Verifica-se que, em se tratando do comércio eletrônico, por se tratar de um comércio com inúmeros consumidores em potencial, existe a prática de utilizar contratos de adesão, com o objetivo de acelerar a contratação. Entretanto, em razão do princípio do protecionismo do consumidor, as cláusulas que porventura estejam em desconformidade com o sistema de proteção ao consumidor são consideradas nulas de pleno direito, de modo a atacar o plano da invalidade do negócio jurídico e, destarte, tal cláusula não poderá produzir efeitos.

As causas, tanto da responsabilidade por fato quanto da responsabilidade por vício, são as mesmas, podendo ser falha de informação ou anomalia. Entretanto, a consequência da responsabilidade por vício e da responsabilidade por fato são distintas da responsabilidade por vício.

Distinguindo de modo inicial o fato e o vício do produto ou serviço, Sérgio Cavalieri Filho<sup>72</sup>:

A palavra-chave neste ponto é *defeito*. Ambos decorrem de um defeito do produto ou do serviço, só que no *fato do produto* ou do serviço o defeito é tão grave que provoca um acidente que atinge o consumidor, causando-lhe dano material ou moral. O defeito compromete a segurança do produto ou serviço. *Vício*, por sua vez, é defeito menos grave, circunscrito ao produto ou serviço em si; um defeito que lhe é inerente ou intrínseco, que apenas causa o seu mau funcionamento ou não funcionamento.

Feitas as considerações iniciais sobre fato e vício do produto ou serviço, resta diferenciar as causas e as consequências.

---

<sup>72</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Direito do Consumidor**. 3. ed. São Paulo, Atlas, 2011, p. 288.

### 3.4.1 A responsabilidade por vício do produto ou serviço

Também chamada de responsabilidade por incidente de consumo, a responsabilidade por vício do produto ou do serviço é atribuída em razão de um dano intrínseco, que pode consistir na impropriedade, inadequação, redução do valor ou ainda em uma disparidade com a oferta.

A responsabilidade pelo vício é regulada sob o aspecto de proteção e prevenção contra danos patrimoniais, ou seja, o fornecedor estará incurso na imputação legal a ele atribuída nos arts. 18 a 25 do CDC, sempre que o consumidor (adquirente ou utente destinatário final) vier a sofrer prejuízo econômico puro<sup>1</sup>, ou, ainda, cumulado com ameaça de dano extrapatrimonial (se houver efetivamente o dano extrapatrimonial, o caso será de responsabilidade pelo fato do produto e serviço, conforme o regime jurídico dos arts. 12 a 17 do CDC)<sup>73</sup>.

Se trata de um dano intrínseco, no sentido em que é interno ao produto ou serviço. Este tipo de dano pode ser aparente ou oculto, sendo o dano intrínseco aparente facilmente perceptível ao consumidor, enquanto o oculto não possibilitar ao consumidor identificar o vício por vias normais.

Existem três modalidades de vício do produto: o vício de qualidade, vício de quantidade e vício de informação, sendo que todas as três estão disciplinadas, de forma geral, no art. 18 do CDC<sup>74</sup>.

#### a) Vício de qualidade

---

<sup>73</sup> LISBOA, Roberto Senise. **Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2012, p.192.

<sup>74</sup> Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas. (BRASIL. **Lei 8.078**, de 11 de Setembro de 1990. Institui o Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em: 21 de Set. 2015).

O vício de qualidade do produto torna o produto impróprio, inadequado, de modo a reduzir o valor do produto ou o torna díspare com a oferta. O produto é considerado impróprio, segundo o art. 18, § 3º, quando o seu prazo de validade está vencido, quando deteriorado, alterado, adulterado, avariado, falsificado, corrompido, fraudado, nocivo à vida ou à saúde, perigoso ou em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação ou quando se revela inadequado ao fim que se destina.

Nas palavras de Roberto Senise Lisboa<sup>75</sup>, o vício de qualidade do produto é aquele que existe à época da sua aquisição do fornecedor, que torna o bem inadequado para o fim ao qual ordinariamente se destina. Trata-se, pois, de vício que afeta a funcionalidade econômica do produto, dele não se podendo extrair o proveito esperado.

#### b) Vício de quantidade

O vício de quantidade, como o próprio nome sugere, acontece quando existe redução quantitativa do produto. Neste sentido, é possível entendê-lo como uma forma de vício de qualidade por disparidade com a oferta, entretanto o Código de Defesa do Consumidor dedica o artigo 19<sup>76</sup> exclusivamente para o vício de quantidade, de forma a individualizá-lo.

No mesmo sentido, Rizzato Nunes conceitua o vício de quantidade:

Vício de quantidade se dá, portanto, toda vez que ocorra diferença a menor de qualquer tipo de medida da porção efetivamente adquirida e paga pelo consumidor. E isso por uma simples questão de pagamento do preço. Temos, então, pelo sentido de norma do *caput* do art. 19, que vício de quantidade é aquele que gera uma perda ao consumidor, pelo fato de ter este pago certa quantidade e ter recebido menos.

#### c) Vício de informação

---

<sup>75</sup> LISBOA, Roberto Senise. **Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2012, 193

<sup>76</sup> Art. 19. Os fornecedores respondem solidariamente pelos vícios de quantidade do produto sempre que, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, seu conteúdo líquido for inferior às indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou de mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha: (...) (BRASIL. **Lei 8.078**, de 11 de Setembro de 1990. Institui o Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em: 20 de Out. 2015).

Por fim, o vício de informação versa sobre o desrespeito do princípio da transparência, em que a oferta do produto induz o consumidor a erro, de modo que este adquira o produto com propriedades diversas àquelas esperadas e constantes na oferta.

Quando se está diante de um caso de responsabilidade por vício do produto ou por serviço, todos os fornecedores respondem a pretensão do consumidor de forma solidária.

José Geraldo Brito Filomeno<sup>77</sup> leciona e exemplifica:

Por vício, por outro lado, entende-se qualquer anomalia que torne a coisa inadequada ao fim a que se destina, bem como assim se revela um serviço prestado por determinado fornecedor. Como por exemplo poderíamos citar: a venda de um veículo cuja cor venha desbotada; ou então cujo “trio elétrico” não funcione a contento; no caso da venda de um imóvel (bem entendido, de um fornecedor/incorporador a um consumidor), os azulejos soltam-se com a simples alteração do clima; ou o reboco está mal executado, manifestando-se ondulações nas paredes dos apartamentos etc. Ou, ainda, em termos de produtos de consumo não duráveis, suponha-se a aquisição de alimentos com prazo de validade vencido; ou, então, cujo peso não atende à especificação da embalagem; ou, ainda, um produto deteriorado; a vacinação de animais domésticos com produto inócuo etc.

Percebe-se, através dos exemplos, que o dano intrínseco, e conseqüentemente a responsabilidade por vício do produto ou do serviço, sempre atinge o patrimônio, ou seja, sempre implica em um dano patrimonial.

### 3.4.2 A responsabilidade por fato do produto ou serviço

A responsabilidade por fato do produto ou do serviço, por sua vez, é ensejada em razão de um dano extrínseco, que pode ser físico, psíquico ou patrimonial.

A responsabilidade pelo fato do produto, também conhecida como responsabilidade por acidente de consumo, está disciplinada nos arts. 12 e 13 do Código de Defesa do Consumidor<sup>78</sup>.

---

<sup>77</sup> FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de direitos do consumidor**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2012, p. 207.

“Fato do produto” ou “fato do serviço” quer significar dano causado por um produto ou por um serviço, ou seja, dano provocado (fato) por um produto ou serviço. Encaixa-se em um sistema mais amplo de dados, regrado pelo Código Civil; danos esses decorrentes ora de “fato próprio” (a regra geral) ora de “fato de outrem” (arts. 932 a 934), ou ainda, de “fato causado por animais” (art.936). O novo regime desta matéria quer dizer exatamente isto: o Código Civil, em matéria de danos causados por produtos ou serviços de consumo, é afastado, de maneira absoluta, pelo regime especial do Código de Defesa do Consumidor. Só excepcionalmente aplica-se o Código Civil, ainda assim quando não contrarie o sistema e a principiologia (art. 4º) do Código de Defesa do Consumidor<sup>79</sup>.

Neste sentido, sempre que o site de compra coletiva fornecer um produto ou serviço que acabe causando danos para o consumidor, o site, na qualidade de fornecedor, deverá compensar o dano.

---

<sup>78</sup> Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos. Art. 13. O comerciante é igualmente responsável, nos termos do artigo anterior, quando: I - o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador não puderem ser identificados; II - o produto for fornecido sem identificação clara do seu fabricante, produtor, construtor ou importador; III - não conservar adequadamente os produtos perecíveis. (BRASIL. **Lei 8.078**, de 11 de Setembro de 1990. Institui o Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em: 21 de Set. 2015).

<sup>79</sup> BENJAMIN, Antonio Herman V., MARQUES, Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013, p 153.

## 4. A RESPONSABILIDADE CIVIL DOS SITES DE COMPRA COLETIVA

Os sites de compra coletiva exercem atividade comercial extremamente significativa para o comércio, no sentido de disponibilizar o acesso de produtos ou serviços através de descontos e de conceder a oportunidade para outras empresas captarem clientes que, sem a publicação no site de compra coletiva, talvez nem soubessem da existência da referida empresa.

Entretanto, por não haver lei expressa sobre a sua responsabilização civil por vício e fato do produto ou serviço ofertado em seu site, é possível aplicar as regras de responsabilidade constantes no Código de Defesa do Consumidor, classificando-o como fornecedor juntamente com o fornecedor/proprietário do bem/prestador do serviço, ou aplicar as regras de responsabilidades constantes no Código Civil de 2002.

### 4.1 CONCEITO

Sites de compra coletiva são sítios eletrônicos que se especializam em exercer uma atividade econômica de intermediação, com o funcionamento similar ao de uma “vitrine virtual”.

Os sites de compra coletiva contratam com fornecedores para que sejam publicadas ofertas de bens e serviços no sítio eletrônico, as quais são visualizadas por internautas, que por sua vez acessam os sites de compra coletiva objetivando obter produtos e/ou serviços com desconto.

No mesmo sentido, Bruno Miragem<sup>80</sup> conceitua o site de compra coletiva e resume o seu funcionamento:

Trata-se de um sistema em que fornecedores de produtos e serviços anunciam em um determinado site de internet determinada oferta cuja contratação deve se dar exclusivamente por meio do provedor, comprometendo-se a assegurar uma vantagem substancial (normalmente desconto no preço), sob a condição de que um determinado número de consumidores venham a celebrar o contrato. Os termos do negócio e, especialmente as vantagens oferecidas ao consumidor estarão condicionadas ao atingimento de um determinado número de negócios que sejam celebrados com consumidores interessados dentro de um prazo pré-estabelecido pelo site.

---

<sup>80</sup> MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014, p. 813.

À título exemplificativo, o funcionamento de dois dos maiores sites de compra coletiva no Brasil, o Groupon<sup>81</sup> e o Peixe Urbano<sup>82</sup>, segundo seus próprios sítios eletrônicos:

O Groupon não vende produtos e nem presta os serviços divulgados em nosso site. Tudo, tudo mesmo, o que você vê ofertado em nosso site é vendido através de empresas terceiras.

Nosso trabalho é negociar com esses Anunciantes ofertas extremamente vantajosas para o consumidor, que vão ao ar somente depois de um criterioso processo de seleção. Isso quer dizer que o papel do Groupon é proporcionar o seu acesso a ofertas de produtos ou serviços, que serão prestados ou fornecidos por um estabelecimento comercial terceiro. A nossa remuneração vem através de comissões sobre as vendas das ofertas divulgadas em nosso site.

Observa-se que desde o princípio já é esclarecido que não existe um serviço de venda ou prestação de serviços exercido pelo Groupon, mas exercido por empresas terceiras. Destarte, conclui-se que o serviço prestado pelo Groupon é um serviço de intermediação entre o fornecedor/proprietário do produto/prestador do serviço e o consumidor.

É também demonstrada a forma com que o site de compra coletiva lucra, sendo esta as comissões por venda em razão da divulgação no site.

O nosso negócio permite que tanto grandes como pequenas empresas tenham a possibilidade de utilizar a internet como ferramenta de promoção e vendas. Muitas empresas, provavelmente, jamais conseguiriam fazer suas ofertas chegarem a um público tão amplo, se não fosse por meio da metodologia de vendas aplicada pelo Groupon.

Do mesmo modo, o nosso negócio possibilita, ainda, a universalização da diversão, já que oferecemos diversas opções a preços arrasadores. Ou seja, você não precisa gastar muito para ter acesso ao que a cidade onde estiver têm de melhor a oferecer.

Demonstra-se também a vantagem de se contratar com o site de compra coletiva, tendo em vista que o tamanho da empresa contratante não importa, sendo o importante o produto vendido ou serviço prestado, os quais serão encaixados em categorias no site, para fins de organização e melhor organização para a visualização do consumidor.

Os termos e condições das ofertas, bem como a prestação dos serviços ou venda dos produtos, são todos estabelecidos ou realizados diretamente pelas empresas terceiras. E, por isso, é tão importante que você também confie nessa empresa, e reporte ao Groupon qualquer problema que eventualmente tiver com ela para que possamos tomar as devidas providências, afinal, você, consumidor, é a razão de ser do nosso negócio, e

---

<sup>81</sup> Termos de contrato do Groupon. Disponível em: [https://www.groupon.com.br/termos\\_de\\_contrato#\\_Toc398562253](https://www.groupon.com.br/termos_de_contrato#_Toc398562253). Acesso em 25 Out. 2015.

<sup>82</sup> Termos de uso do Peixe Urbano. Disponível em: <<http://sobre.peixeurbano.com.br/termos-de-uso/>>. Acesso em 25 Out. 2015.

nós não queremos Anunciantes que não te ofereçam uma experiência incrível!

Ao final, evidencia-se mais uma vez que a venda dos produtos e a prestação dos serviços são realizados diretamente com as empresas, participando o site de compra coletiva apenas como o intermediador, disponibilizando o produto ou serviço exclusivamente para fins de mediação entre o consumidor e o fornecedor/proprietário do bem/prestador do serviço.

#### 1. OBJETO

1. Os serviços objeto do presente Termo de Uso consistem em colocar a disposição dos Usuários, direta ou indiretamente cadastrados em seu website, ofertas periódicas para aquisição com desconto de produtos e/ou serviços de empresas parceiras do Peixe Urbano.

1.2. O Peixe Urbano não vende produtos e nem presta os serviços divulgados em nosso site, os serviços e produtos ofertados são vendidos através de empresas terceiras.

1.3. A função do Peixe Urbano é divulgar e intermediar no seu website as ofertas dos Anunciantes/Parceiros, que só serão publicadas após uma criteriosa análise do setor de aprovação de ofertas.

1.4. Os termos e condições das ofertas, bem como a prestação dos serviços ou venda dos produtos, são todos estabelecidos ou realizados diretamente pelos Parceiros. Contamos com a ajuda dos usuários para avaliar os nossos Parceiro/Anunciantes, para que o nível de satisfação seja mantido.

1.5. Ao adquirir um produto e/ou serviço através do Website, o Usuário declara ter aderido ao Regulamento da Oferta e conhecer as condições de uso, pagamento, recebimento e prazo de validade destes.

1.6. Ressaltando que, o simples ato de envio de dados de pagamento não implica necessariamente na aquisição da oferta, tendo em vista a possibilidade de restrição, devido à checagem de dados relacionados por intermediador financeiro.

1.7. O Peixe Urbano, por ser apenas um **shopping on line**, não é o proprietário dos produtos e/ou serviços ofertados pelos Parceiros, não guarda a posse deles e não realiza Ofertas em seu nome, entretanto, fica à disposição, através de seus canais de atendimento ao Usuário, para intermediar qualquer comunicação necessária com o Parceiro e tomar as providências necessárias para a solução de eventual transtorno.

1.8. Em relação às ofertas de viagens, o Peixe Urbano não é responsável por qualquer taxa que eventualmente seja cobrada pela operadora de viagem ou taxas pagas diretamente aos aeroportos. As referidas taxas serão sempre informadas no regulamento da oferta em nosso Website.

1.9. O Peixe Urbano utiliza os cookies para facilitar o uso e melhor adaptar o site aos interesses do usuário. Os cookies também podem ser utilizados para ajudar a acelerar suas atividades e experiências futuras em nossa Página. Também utilizamos cookies para compilar estatísticas anônimas e agregadas que nos permitem entender como as pessoas utilizam nossa Página e para nos ajudar a melhorar suas estruturas e conteúdos.

Observa-se que o regulamento de ambos os sites esclarecem que o serviço prestado por eles limita-se apenas a intermediação, de modo que suas obrigações resumem-se a intermediar a relação fornecedor/proprietário do produto/prestador do serviço e o consumidor.

Pelo exposto, demonstrou-se claro que não há envolvimento do site de compra coletiva após a intermediação se concretizar com a prestação do serviço ou venda do produto.

No mesmo sentido o Clickon registra que eventuais defeitos no produto serão resolvidos pelo fabricante, como se extrai de um trecho do termo de uso do Clickon<sup>83</sup>:

- PRODUTO COM DEFEITO: A solicitação de troca deverá ser comunicada ao SAC em até 7 (sete) dias corridos, a contar da data do recebimento.

Se o produto apresentar defeito após 7 (sete) dias, a contar da data do recebimento, mas dentro do prazo de garantia do fabricante, você deve entrar em contato com o fabricante para comunicar a ocorrência e obter esclarecimentos ou dirigir-se a uma das assistências técnicas credenciadas pelo próprio fabricante, indicadas no manual. Caso não consiga contato com o fabricante, avise o SAC.

Os produtos devem ser devolvidos, preferencialmente, na embalagem original. É indispensável que o lacre original do fabricante esteja intacto, e que as mercadorias estejam acompanhadas da nota fiscal, manual e todos os acessórios.

Todos os produtos são analisados. Eles serão reenviados ao cliente sempre que não for constatado qualquer defeito, ou se tiver sido cumprido uma das condições descritas no tópico acima.

A garantia contratual é de inteira responsabilidade do fabricante e seu prazo e forma de utilização constam no Termo de Garantia que acompanha o produto.

Da mesma forma, a política de troca de produtos defeituosos do Groupon é clara quanto aos seus deveres e quanto aos deveres do fornecedor/proprietário do bem/prestador do serviço:

Uma vez verificado o vício no produto ou serviço, você poderá comunicar diretamente a empresa que realizou a venda / prestação de serviço, nas informações sobre o Anunciante disponíveis no voucher e também nas regras da oferta. Você também poderá acessar diretamente o Groupon, através do nosso SAC nos telefones (11) 4082-1700 ou (21) 4007-1627, ou pelo site [http://www.groupon.com.br/suporte\\_ao\\_cliente](http://www.groupon.com.br/suporte_ao_cliente), para que nós possamos verificar a solução para você junto à empresa fornecedora, o mais breve possível.

O Groupon lembra que, de acordo com o que dispõe o Código de Defesa do Consumidor, se a questão não for resolvida em até 30 (trinta) dias da data da comunicação, você tem direito a optar por uma das seguintes alternativas:

- a) a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;
- b) a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos; ou
- c) o abatimento proporcional do preço.

Percebe-se que, em ambos os trechos, em função do princípio da função social do contrato, o site de compra coletiva ainda exerce obrigações na qualidade de

<sup>83</sup> Termos de uso do Clickon. Disponível em: < <http://static.clickon.com.br/site/v113/doc/termos-de-uso.pdf>>. Acesso em 25 Out. 2015.

intermediador, facilitando a relação entre o fornecedor/proprietário do produto/prestador do serviço e o consumidor adquirente.

#### 4.2 CONTRATOS DO SITE DE COMPRA COLETIVA

Em primeiro lugar, há de se ressaltar que “a contratação por meio eletrônico é efetivamente complexa e diferente daquela que estamos acostumados, contratação presencial e interpessoal (com vendedores, representantes, caixas bancários), na língua natal (contratação oral, por meio de palavras e gestos, ou por escrito, por meio de prospectos, manuais e textos contratuais impressos), geralmente sobre bens corpóreos e nacionais<sup>84</sup>”.

Logo, tendo em vista que o contrato entre o consumidor e o site de compra coletiva é um contrato realizado na internet, existem certas peculiaridades que ainda não foram totalmente esclarecidas pela doutrina, de modo que, sem reflexão, é fácil incorrer em equívoco.

Observa-se que os sites de compra coletiva mantêm dois contratos e, conseqüentemente duas relações com duas pessoas distintas: a relação site de compra coletiva-fornecedor/proprietário do produto/prestador do serviço e a relação site de compra coletiva-consumidor.

Desta forma, observa-se que o site de compra coletiva exerce dois tipos de comércio eletrônico, o B2B, quando se relaciona com o fornecedor/proprietário do bem/prestador do serviço para fins de publicação da oferta no site, e o *e-commerce* B2C, quando se relaciona com o consumidor na prestação de serviços de intermediação;

Há de se ressaltar que existem três relações distintas, sendo que o site de compra coletiva participa de duas:

- a) Fornecedor/proprietário do produto/prestador do serviço e consumidor

É a situação final, em que o consumidor adquire o produto ou serviço ofertado no site de compra coletiva. Este é o caso padrão de responsabilidade civil do

---

<sup>84</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor**: um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2004, p. 57.

fornecedor, em que o fato ou vício do produto ou serviço ensejará a compensação adequada.

- b) Fornecedor/proprietário do produto/prestador do serviço e site de compra coletiva

Nesta relação, existe o contrato entre ambas as partes em que o fornecedor disponibiliza um número de produtos ou serviços para que o site de compra coletiva publique a oferta em seu site com o objetivo de fazer com que o consumidor tenha acesso ao produto ou serviço disponibilizado.

- c) Consumidor e Site de compra coletiva

Ao acessar o site de compra coletiva, o consumidor paga o valor descrito em troca do produto ou serviço. É neste ponto em que geralmente confundem o site de compra coletiva. Observa-se que o site de compra coletiva, por ser intermediador, tem como obrigação estabelecer a relação entre o consumidor e o fornecedor. Destarte, o site de compra coletiva configura-se como fornecedor apenas no que tange aos seus deveres de intermediador, de modo que responderá junto ao fornecedor/proprietário do produto/prestador do serviço na qualidade de consumidor sempre que surgir algum problema na intermediação. Tem-se como exemplo o não registro da compra, a inexistência da pessoa do fornecedor/proprietário do produto/prestador do serviço.

#### 4.3 A RESPONSABILIZAÇÃO DO SITE DE COMPRA COLETIVA POR VÍCIO OU FATO DE PRODUTO OU SERVIÇO

Verifica-se que existe uma tendência em considerar que o site de compra coletiva é fornecedor, no sentido de responder pelas mesmas obrigações que o fornecedor/proprietário do produto/prestador do serviço.

Neste sentido, expõe-se:

Vale ressaltar que os sites de compras coletivas são remunerados em um determinado percentual sobre cada venda realizada. Este é mais um fator que os insere na categoria de "fornecedor" e enseja as responsabilidades, obrigações e deveres descritos no Código de Defesa do Consumidor, uma vez que eles, juntamente com o fornecedor do produto colocado à venda, recebem valores, o que confirma a legitimidade para serem réus em ação movida pelo consumidor que se sentir lesado ou o for efetivamente.<sup>85</sup>

Esta tese responsabiliza os sites de compra coletiva, inserindo-os na categoria de fornecedor em razão de, supostamente, ingressar o produto ou serviço no mercado.

Igualmente os sites devem responder pela integridade daquilo que oferecem, haja vista vincularem-se à oferta dos produtos e serviços, independente desses serem prestados por terceiros. Por isso, a responsabilidade pelo defeito é objetiva, nos termos do art. 14, *caput* e ambos podem vir a ser obrigados a restituir em dobro para o consumidor nos termos do art. 42, parágrafo único, do CDC, houver dolo ou culpa por parte do fornecedor. Finalmente, podem vir a responder pelos danos morais sofridos pelo consumidor, uma vez serem *in re ipsa* e prescindem da demonstração de sentimentos desagradáveis para a configuração do dever de indenizar. Portanto, esta parece ser a interpretação mais adequada do fenômeno das redes contratuais no âmbito dos fornecedores de intermediação. A pluralidade de partes num dos polos da relação não deve servir para violar os direitos do consumidor. Por essa razão os contratos conexos devem ser interpretados como uma única relação, prestigiando-se tanto a função social do contrato como as normas imperativas do CDC, decorrência natural da proteção concedida ao cidadão do século XXI<sup>86</sup>.

Já neste caso, responsabiliza-se os sites de compra coletiva em razão de haver uma conexão entre o contrato celebrado entre o site de compra coletiva e o fornecedor/proprietário do bem/prestador do serviço e o contrato celebrado entre o site de compra coletiva e o consumidor.

Na evolução dos meios de comunicação surgiu o comércio eletrônico que introduziu facilidades para os consumidores, além de inovação. A parte mais recente dessas inovações são os sites de compras coletivas, onde o consumidor adquire por valores reais produtos e serviços ofertados pelos fornecedores mediatos por intermédio de um fornecedor imediato, o site de compras coletivas. Esses sites, conforme delimitado neste artigo, são comerciantes, para fins de aplicação do CDC, com remuneração indireta, respondendo de forma subsidiária nos acidentes de consumo, ou fato dos produtos e dos serviços e de forma solidária nos vícios dos produtos e serviços. Decerto, essa modalidade de comércio eletrônico padece de regulamentação específica, como o projeto de lei nº 1232/2011, em tramitação na Câmara dos Deputados, visando um detalhamento de sua atividade. Contudo, os ditames impostos pelo Código de Defesa do Consumidor são suficientes para que se possa dar guarida aos vulneráveis, visando o atendimento das necessidades destes, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos,

<sup>85</sup> REIS, Maria Elisa. **A responsabilidade civil dos sites de compra coletiva**. Migalhas. Disponível em: <http://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI140283,91041-A+responsabilidade+civil+dos+sites+de+compras+coletivas>. Acesso em 25 Out. 2015.

<sup>86</sup> MARTINS, Guilherme Magalhães. Contratos conexos de consumo na internet: fornecedores de intermediação e sites de compras coletivas. **Revista de Direito do Consumidor**. Rio de Janeiro: Revista dos Tribunais, v.085, 2013, p.204 e 205.

a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo.<sup>87</sup>

Assim como a ultima tese, verifica-se que há a confusão em relação a atividade, novamente inserindo o site de compra coletiva como fornecedor como se este participasse ativamente da venda.

No mesmo sentido, manifesta-se parte da jurisprudência:

APELAÇÃO CÍVEL. DIREITO PRIVADO NÃO ESPECIFICADO. AÇÃO INDENIZATÓRIA POR DANOS MATERIAIS E MORAIS. COMPRA DE MERCADORIA EM SITE DE COMPRAS COLETIVAS. NÃO REALIZADA A ENTREGA DO PRODUTO. ILEGITIMIDADE PASSIVA AFASTADA. HIPÓTESE DE RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA. Conforme disposições do Código de Defesa do Consumidor, todos aqueles que participam da cadeia de fornecimento do produto ou serviço, são responsáveis pelos danos que causarem a outrem. De acordo com o art. 7º, parágrafo único do referido diploma, é solidária a responsabilidade de todos que causarem danos aos consumidores por defeito no produto ou serviço ofertado. DANOS MORAIS CONFIGURADOS. FALHA NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO. QUANTUM INDENIZATÓRIO REDUZIDO. VERBA HONORÁRIA MANTIDA. REJEITARAM A PRELIMINAR E DERAM PARCIAL PROVIMENTO AO RECURSO. UNÂNIME<sup>88</sup>.

No caso acima, o Groupon foi condenado ao pagamento de danos morais e materiais em razão de uma mercadoria não entregue. O Groupon, figurando como o único réu do processo, recorre da sentença do juiz de primeiro grau pleiteando o reconhecimento da sua ilegitimidade passiva, pleiteando de modo sucessivo a redução do valor do dano moral, material e dos honorários advocatícios. A 11ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul justificou a legitimidade passiva do site de compra coletiva evidenciando sua “participação” na cadeia de fornecimento em razão de disponibilizar a oferta no site. O único ponto da sentença que foi modificado diz respeito ao valor da condenação em danos morais, o qual foi reduzido.

Da mesma forma que a doutrina, o julgado acima considera que o site de compra coletiva participa da cadeia de fornecimento, ou seja, insere o produto ou serviço no mercado.

APELAÇÃO AÇÃO INDENIZATÓRIA LEGITIMIDADE DE PARTE CADEIA DE CONSUMO RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA SITE DE COMPRA COLETIVA DANOS MATERIAIS E MORAIS FRUSTRAÇÃO PRODUTO NÃO ENTREGUE EMPRESA INEXISTENTE OFERTA ABUSIVA DEVER DE INDENIZAR. - Legitimidade passiva 'ad causam' incontroversa relação

<sup>87</sup> RIBEIRO, Leandro Correa. **A responsabilidade civil dos sites de compras coletivas à luz do Código de Defesa do Consumidor.** Jus Navigandi. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/20261/a-responsabilidade-civil-dos-sites-de-compras-coletivas-a-luz-do-codigo-de-defesa-do-consumidor>>. Acesso em 25 out 2015.

<sup>88</sup> RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça de Rio Grande do Sul. Apelação nº 70061140000. 11ª Câmara Cível. Apelante: Groupon Serviços Digitais Ltda. Apelado: Naira Pereira Frota. Julgado em 17 Set. 2014. Disponível em: <<http://tj-rs.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/141107935/apelacao-civel-ac-70061140000-rs>>. Acesso em 03. Jan. 2016.

de direito material, inserida na relação de consumo, que fundamenta a pretensão processual inteligência do art. 7º, parágrafo único, do Código de Defesa do Consumidor; - Os sites de compras coletivas exercem intermediação relevante e remunerada na aproximação entre consumidor e fornecedor, de forma que integram a cadeia de consumo (art. 3º, da Lei n. 8.078, de 1990) evento danoso que integra o risco da atividade exercida precedentes responsabilidade solidária das corrés; - Pacífica a natureza consumerista do contrato, nos termos dos artigos 2º e 3º do Código de Defesa do Consumidor direito básico de prevenção e reparação de danos (art. 6º, da Lei 8.078, de 1990); - O descumprimento contratual pode, excepcionalmente, caracterizar dano extrapatrimonial descumprimento da avença, ausência de entrega de bem móvel e retenção do valor pago por prazo superior a três anos, que viola elemento integrante da moral humana, constituindo dano (modalidades própria e imprópria) indenizável inteligência dos artigos 186, 188 e 927 do Código Civil; - Responsabilidade civil que tem o condão de punir condutas ilícitas, especialmente quando reiteradamente adotadas por justificativas econômicas ("lucro ilícito"); - Indenização arbitrada de acordo com os paradigmas jurisprudenciais e com a extensão do dano (art. 944, CC) R\$15.000,00; RECURSO PROVIDO<sup>89</sup>.

De modo inverso ao primeiro caso, aqui o juízo de primeiro grau reconheceu a ilegitimidade do site SaveMe, pertencente a GWHC Serviços On-line, e do site MenteUrbana, pertencente a Mente Urbana Serviços Digitais Ltda. Entretanto, apesar de reconhecer a atividade dos sites como de intermediação, a 12ª Câmara Extraordinária do Tribunal de Justiça de São Paulo reformou a sentença para incluir e condenar ambos os sites de compra coletiva sob a justificativa de integrarem a cadeia de consumo por prestarem serviço remunerado de aproximação de internautas e fornecedores e, portanto, sujeitas a Teoria do Risco e, desta forma, solidariamente responsáveis com o fornecedor/proprietário do bem/prestador do serviço.

Observa-se que existem duas justificativas para a responsabilização e ambas não analisam as obrigações do site de compra coletiva quanto ao seu consumidor e quanto ao fornecedor, inserindo o site de compra coletiva no polo passivo da obrigação de indenizar e, eventualmente, ter direito de regresso.

De outro lado, existe entendimento divergente, sendo este, entretanto, apenas doutrinário e minoritário, tendo em vista a inexpressividade jurisprudencial neste sentido.

Logo, expõe-se:

---

<sup>89</sup> SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação nº 0023581-46.2011.8.26.0006. 12ª Câmara Extraordinária. Apelante: Daniel Barros Pessoa De Almeida. Apelado: GWHC Serviços Online Ltda., Mente Urbana Serviços Digitais Ltda. e Theocharides Informática Ltda.. Julgado em 29 Ago. 2014. Disponível em: <<http://tj-sp.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/136645573/apelacao-apl-235814620118260006-0023581-4620118260006>>. Acesso em 26. Out. 2015.

Conforme amplamente exposto no curso deste artigo, as empresas de compra coletiva são, em sua essência, prestadoras de serviço. A prestação deste serviço tem como consumidor a empresa fornecedora do produto e/ou serviço que será anunciado no sítio eletrônico e não as pessoas que irão efetivamente consumir estes produtos e/ou serviços.

Como toda empresa, as empresas de compra devem recolher impostos. Por se enquadrarem entre as empresas prestadoras de serviço, elas devem efetuar o pagamento do Imposto Sobre Serviços (ISS).

De acordo com os serviços que oferecem, as empresas de compra coletiva somente podem ser responsabilizadas por falhas e vícios na execução da oferta de produtos e/ou serviços.

Ressalte-se que a reclamação em razão destas falhas e vícios cabe às empresas que fornecem os produtos e/ou serviços oferecidos e não aos consumidores destes.

Portanto, não se pode pretender infligir às empresas de compra coletiva responsabilidade que se atribua aos fornecedores dos produtos e/ou serviços.

Ou seja, se o produto contiver algum defeito ou se o serviço não for devidamente prestado, as empresas de compra coletiva não poderão ser responsabilizadas, tal responsabilidade cabe única e exclusivamente às empresas que efetivamente comercializam os produtos ou prestam os serviços<sup>90</sup>.

Fica demonstrado que não isenta-se o site de compra coletiva de responsabilidade civil, mas apenas limita a sua responsabilidade à atividade que desempenhada por ele.

#### 4.4 SUPEDÂNEO LEGAL PARA RESPONSABILIZAÇÃO

Visto o conteúdo exposto de direito do consumidor e responsabilidade civil, verifica-se que a divergência sobre a responsabilidade civil dos sites de compra coletiva centraliza-se sobre qual norma servirá como base legal.

##### 4.4.1 Código Civil

Tendo o Código Civil como supedâneo legal para responsabilização, os sites de compra coletiva serão responsabilizados quando obedecidos todos os pressupostos da responsabilidade: a conduta, o dano e o nexo de causalidade.

Ao tratar-se de fato ou vício do produto ou serviço realizado pelo fornecedor/proprietário do produto/prestador do serviço, os sites de compra coletiva não serão responsabilizados, em razão de que a conduta dos sites limita-se a intermediar o fornecedor/proprietário do produto/prestador do serviço e o

---

<sup>90</sup> MENDES, Fábio. **Compras Coletivas Virtuais, Sua Forma, Constituição e a Incidência do ISS**. JurisWay. Disponível em <[http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id\\_dh=6655](http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id_dh=6655)>. Acesso em 26 Out. 2015.

consumidor, existe quebra do nexo de causalidade com a venda do produto ou a prestação de serviço, que é atividade exclusiva do fornecedor/proprietário do produto/prestador do serviço.

Logo, os sites de compra coletiva não seriam responsabilizados em razão de haver a excludente de responsabilidade civil referente a culpa exclusiva de terceiro, uma vez que não há conexão entre a sua conduta e o dano provocado ao consumidor, ou seja, não há nexo de causalidade.

A teoria do risco do negócio, expresso no art. 927, parágrafo único, do CC<sup>91</sup>, a qual diz respeito da obrigação de indenizar o dano sempre que a atividade oferecer a possibilidade de causar o referido dano, não é aplicável ao site de compra coletiva, tendo em vista que a atividade exercida pelo site de compra coletiva é apenas de intermediação, possuindo o site de compra coletiva apenas o dever de indenizar quando a atividade de intermediação causar algum dano,

Os sites de compra coletiva seriam, no entanto, responsabilizados pelo descumprimento de suas obrigações de intermediador para com o consumidor, seguindo-se o Código de Defesa do Consumidor, sendo sua responsabilidade civil contratual.

#### **4.4.2 Código De Defesa Do Consumidor**

Pelo Código de Defesa do Consumidor, os sites de compra coletiva serão responsáveis em razão dos deveres de intermediação e em razão da execução da obrigação do fornecedor/proprietário do produto/prestador do serviço.

Existem três justificativas para a responsabilização dos sites de compra coletiva conjuntamente com o fornecedor/proprietário do bem/prestador do serviço em relação a fatos e vícios de produtos ou serviços.

---

<sup>91</sup> Art. 927. Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo. Parágrafo único. Haverá obrigação de reparar o dano, independentemente de culpa, nos casos especificados em lei, ou quando a atividade normalmente desenvolvida pelo autor do dano implicar, por sua natureza, risco para os direitos de outrem. (BRASIL. **Lei 10.406**, de 10 de Janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm)>. Acesso em: 20 de Dez. 2015.)

#### a) Participação no ciclo econômico

A primeira diz respeito ao considerar-se que o site de compra coletiva, por intermediar o consumidor e o fornecedor/proprietário do produto/prestador do serviço, acaba por participar do ciclo econômico do produto ou serviço no mercado, de modo a inserir-se na relação como fornecedor, apesar de não se envolver sobre a execução das obrigações entre o consumidor e o fornecedor/proprietário do produto/prestador do serviço.

Neste sentido, Leandro Correa Ribeiro<sup>92</sup>:

Em qualquer hipótese de vício do produto ou do serviço há a sujeição passiva solidária dos fornecedores, indiferentemente da sua posição na cadeia de fornecimento. (...). O site de compras coletivas que é um comerciante intermediário, tendo em vista a sua remuneração indireta pela circulação de produtos e serviços, é, igualmente, fornecedor para efeito da aplicação da responsabilidade objetiva solidária.

#### b) Coligação de contratos

A segunda justificativa existente diz respeito ao contrato firmado entre o site de compra coletiva e o fornecedor/proprietário do produto/prestador do serviço, de modo que, em razão haver um contrato entre o site de compra coletiva e o fornecedor/proprietário do produto/prestador do serviço, considera-se a existência de uma coligação de contratos capaz de vincular o site de compra coletiva a perfeita execução das obrigações do fornecedor/proprietário do produto/prestador do serviço. Neste sentido, Guilherme Magalhães Martins<sup>93</sup>:

Ainda que possam parecer desconexos, ambos os contratos tem a mesma causa jurídica, havendo a necessidade de se interpretar a relação entre os vários negócios jurídicos como um único contrato perante o consumidor.

Entretanto, apesar de haver, de fato, uma coligação em razão do conteúdo entre os contratos realizados entre o consumidor e o site de compra coletiva, os contratos realizados entre o fornecedor/proprietário do bem/prestador do serviço e o site de compra coletiva e os contratos realizados entre o consumidor e o fornecedor/proprietário do bem/prestador do serviço, observa-se que interpretar

---

<sup>92</sup> RIBEIRO, Leandro Correa. **A responsabilidade civil dos sites de compras coletivas à luz do Código de Defesa do Consumidor**. Jus Navigandi. Disponível em <<http://jus.com.br/artigos/20261/a-responsabilidade-civil-dos-sites-de-compras-coletivas-a-luz-do-codigo-de-defesa-do-consumidor>>. Acesso em 26 Out. 2015.

<sup>93</sup> MARTINS, Guilherme Magalhães. Contratos conexos de consumo na internet: fornecedores de intermediação e sites de compras coletivas. **Revista de Direito do Consumidor**. Rio de Janeiro: Revista dos Tribunais, v.085, 2013, p.199.

estes contratos como um só tem o único e equivocadamente responsabilizar o site de compra coletiva por eventuais vícios ou fatos do produto ou serviço.

Em verdade, a coligação dos contratos apenas ressalta o princípio da boa-fé, no sentido de que o site de compra coletiva, que age como intermediador, não encerra suas obrigações na intermediação, mas também possui deveres anexos, estes exemplificados anteriormente como a facilitação de comunicação com o fornecedor/proprietário do bem/prestador do serviço através do site de compra coletiva.

### c) Venda efetiva

Por fim, esta justificativa considera o site de compra coletiva como efetivo vendedor do produto. Entretanto, já é reconhecido que o site de compra coletiva exerce atividade de intermediação, sendo que sua remuneração oriunda por venda apenas reflete a sua contraprestação do serviço de intermediação.

Em todos os casos, a responsabilidade é solidária e admite-se direito de retorno do site de compra coletiva, assim como expõe Joseane Stuart Lopes da Silva<sup>94</sup>:

Quando se defende a responsabilidade solidária não está preconizado que esteja igualmente repartida entre os fornecedores, devendo o maior ônus recair para os que tenham realmente causado o descumprimento comercial. Contudo, sendo todos condenados ao ressarcimento dos danos causados aos consumidores, posteriormente, aquele que não teve participação direta no problema, poderá propor ação regressiva contra os demais.

Logo, ao impor a responsabilidade do site de compra coletiva por fato e/ou vício de produto ou serviço, de acordo com as justificativas acima, a sua responsabilidade civil seria ou extracontratual, em razão de participar da cadeia de fornecimento conjuntamente com o fornecedor/proprietário do produto/prestador do serviço, ou seria contratual, em razão da coligação dos contratos existente entre o site de compra coletiva, o fornecedor/proprietário do produto/prestador do serviço e o consumidor. Contudo, a responsabilidade seria também indireta, independentemente da justificativa, tendo em vista que quem pratica a lesão é o fornecedor/proprietário do produto/prestador do serviço.

---

<sup>94</sup> SILVA, Joseane Suzart Lopes da. In: SILVA, Joseane Suzart Lopes da; SOUZA, Bruno Moitinho Andrade de; FELIPE, Rafael Luengo. (Orgs.). **Comércio eletrônico de produtos e serviços: uma análise das principais práticas abusivas em prejuízo dos consumidores**. Salvador: Editora Paginæ, 2014, p. 59.

#### 4.4.3 Projeto de Lei 1232/2011

O Projeto de Lei 1232/2011 refere-se a proposta de regulamentação específica do site de compra coletiva em resposta a divergência doutrinária e jurisprudencial sobre o assunto.

O Marco Civil na Internet possui o mesmo propósito que o Projeto de Lei 1232/2011, ou seja, pretende determinar a responsabilidade civil em razão da falta de legislação expressa.

Entre os deveres de informação, facilitação de diálogo com o consumidor e regulamentação das ofertas, o referido projeto, em seus arts. 7º e 8º<sup>95</sup>, fixam que o site de compra coletiva não será responsabilizado segundo as regras do Código Civil, mas segundo o Código de Defesa do Consumidor, de forma contrária ao que aconteceu com o Marco Civil na Internet, o qual estabeleceu que os sites provedores de hospedagem seriam responsabilizados segundo as regras do Código Civil, ao contrário da doutrina majoritária que sustentava a responsabilização segundo o Código de Defesa do Consumidor.

Neste sentido, a responsabilidade civil do site de compra coletiva será, caso haja a aprovação do referido projeto em lei ordinária, extracontratual em razão do texto legal.

---

<sup>95</sup> Art. 7º - Serão responsáveis pela veracidade das informações publicadas a empresa proprietária do sítio de vendas coletivas e o estabelecimento ofertante, respondendo solidariamente por eventuais danos causados ao consumidor; Art. 8º - Aplica-se ao comércio coletivo eletrônico, no que couber, o disposto no Código de Defesa do Consumidor. (BRASIL. CÂMARA. **Projeto de Lei 1232/2011**. Disponível em: <[http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop\\_mostrarintegra;jsessionid=B0ED3AEBCD758B3B7C8B8425B7719F8A.proposicoesWeb2?codteor=866154&filename=PL+1232/2011](http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=B0ED3AEBCD758B3B7C8B8425B7719F8A.proposicoesWeb2?codteor=866154&filename=PL+1232/2011)>. Acesso em 26 out. 2015).

## 5. CONCLUSÃO

Os direitos consumeristas evoluíram muito desde a sua origem como resposta a revolução industrial. Através dele, verifica-se que o consumidor, subentendendo-se vulnerável e hipossuficiente, é capaz de ter o seus direitos protegidos contra eventuais abusos cometidos por fornecedores ou simplesmente de ser compensado por eventuais danos causados por produtos ou serviços comercializados por fornecedores..

O Código de Defesa do Consumidor, levando-se em conta seu supedâneo constitucional, transformou-se em um sistema jurídico capaz de regular as relações entre consumidores e fornecedores de modo amplo e assegurando a ordem econômica constante na Constituição Federal e concretizando a defesa dos direitos consumeristas.

Entretanto, observa que, com o passar do tempo, novas formas de relação humana foram criadas, especialmente através da internet, de modo a originar contratos eletrônicos, enquanto o Código de Defesa do Consumidor necessita de um movimento legislativo relativamente demorado para alcançar essas novas formas de contrato.

Essas novas formas de contrato possuem algumas características semelhantes com os contratos tradicionais. Entretanto, existem determinadas nuances que o Poder Legislativo ainda não regulou, ou o fez de forma superficial.

Desta forma, é natural utilizar-se do direito atual para regular estes novos tipos de contratos. O que, no entanto, não pode acontecer, é o equívoco na interpretação normativa, de modo a regular estes contratos de forma errônea e, desta maneira, desencorajar a celebração destes tipos de contrato.

Tal equívoco acontece corriqueiramente com os sites intermediadores do comércio eletrônico, como os sites de compra coletiva e os sites de leilão virtual, sendo o recorte deste trabalho apenas o que se refere a responsabilidade civil dos sites de compra coletiva.

Neste sentido, Ao invés de analisar as relações que os sites de compra coletiva mantêm com o consumidor e com o fornecedor/proprietário do produto/prestador do

serviço, este é apenas inserido como fornecedor, sem muita reflexão sobre o assunto.

Demonstrou-se o conceito de responsabilidade civil, demonstrando-se também os critérios necessários para que alguém seja responsabilizado civilmente, ou seja, os pressupostos de responsabilidade e o que se faz necessário para não ser responsabilizado em determinados casos especiais, que são denominados excludentes de responsabilidade.

Foi observado que o site de compra coletiva possui diferentes relações com o fornecedor/proprietário do produto/prestador do serviço e com o consumidor, exercendo a atividade de o comércio eletrônico B2B com o fornecedor/proprietário do produto/prestador do serviço e o comércio eletrônico B2C com o consumidor quanto ao seu serviço de intermediação.

Entretanto, observa-se que o site de compra coletiva figura como fornecedor apenas no tocante a intermediação, tendo em vista que o site de compra coletiva atua sempre na forma de intermediador, sem se envolver diretamente na relação dos referidos, agindo apenas para intermediar os sujeitos e garantir a função social do contrato.

Logo, é possível chegar a conclusão que o site de compra coletiva não se insere na cadeia de fornecimento, tendo em vista que a sua ação como intermediador não o permite participar da cadeia. Tal afirmação é comprovada ao analisar que as obrigações do intermediador se resumem a apenas aproximar o fornecedor que se utilizou da plataforma virtual para fazer sua oferta e a pessoa interessada em adquirir a oferta. Destarte, quem participa do ciclo econômico do produto ou serviço no mercado é apenas o referido fornecedor, sendo a atuação do intermediador limitada apenas em relação às pessoas, não se relacionando com a venda do bem ou a prestação do serviço por si própria.

Por fim, conclui-se que o site de compra coletiva não deve ser responsabilizado por fato ou vício do produto ou serviço ofertado em sua plataforma virtual, tendo em vista que não há disposição legal que determine a sua responsabilidade civil e que, em razão de prestar serviços de intermediação entre o consumidor e o fornecedor/proprietário do bem/prestador do serviço, seu dever legal como

fornecedor se estende apenas a prestação do serviço de intermediação, sendo responsabilizado apenas em relação a este serviço.

## REFERÊNCIAS

A HISTÓRIA da world wide web. Disponível em:

<<https://sites.google.com/site/historiasobreositesdebusca/www-world-wide-web>>. Acesso em 28 Dez. 2015.

ACADEMIA DIREITO RIO. **Aula 5: Produtos e Serviços**. Disponível em:

<[http://academico.direito-rio.fgv.br/wiki/Aula\\_5:\\_Produtos\\_e\\_Servi%C3%A7os](http://academico.direito-rio.fgv.br/wiki/Aula_5:_Produtos_e_Servi%C3%A7os)>. Acesso em 26 de out, 2015.

ARAÚJO, Natália Simões. Peculiaridades dos Contratos Eletrônicos. Disponível em

<<http://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/1744/Peculiaridades-dos-contratos-eletronicos>>. Acesso em 28 Jan 2016.

**B2G**. Disponível em <<https://easyfox.wikispaces.com/B2G>>. Acesso em 28 Jan 2016.

BARCELLOS, Daniela Silvia Fontoura de. **Responsabilidade Civil e Direito do Consumidor**. Disponível

em:<[http://academico.direitorio.fgv.br/ccmw/images/2/2f/Responsabilidade\\_Civil\\_e\\_Direito\\_do\\_Consumidor\\_-\\_vol\\_II.pdf](http://academico.direitorio.fgv.br/ccmw/images/2/2f/Responsabilidade_Civil_e_Direito_do_Consumidor_-_vol_II.pdf)>. Acesso em: 09 set. 2015.

BENJAMIN, Antonio Herman V., MARQUES, Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013.

BONIATI, Bruno Batista; VISSOTTO, Elisa Maria; WESTPHALER, Frederico.

**Comércio Eletrônico**. Disponível em

<[http://estudio01.proj.ufsm.br/cadernos/cafw/tecnico\\_informatica/comercio\\_eletronico.pdf](http://estudio01.proj.ufsm.br/cadernos/cafw/tecnico_informatica/comercio_eletronico.pdf)>. Acessado em 28 Jan 2016.

BRASIL. CÂMARA. **Projeto de Lei 1232/2011**. Disponível em:

<[http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop\\_mostrarintegra;jsessionid=B0ED3AEBCD758B3B7C8B8425B7719F8A.proposicoesWeb2?codteor=866154&filename=PL+1232/2011](http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=B0ED3AEBCD758B3B7C8B8425B7719F8A.proposicoesWeb2?codteor=866154&filename=PL+1232/2011)>. Acesso em 26 out. 2015.

BRASIL. **Lei 10.406**, de 10 de Janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm)>. Acesso em: 20 de Dez. 2015.

BRASIL. **Lei 8.078**, de 11 de Setembro de 1990. Institui o Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em: 10 de Abr. 2015.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial n. 476.428 – Proc. 2002/0145624-5. Recorrente: 2002/0145624-5. Recorrido: Gracher Hotéis E Turismo Ltda. Relatora: Min. Nancy Andrighi. Brasília, DJ 09 Mai. 2005. Disponível em: <<http://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/103241/recurso-especial-resp-476428-sc-2002-0145624-5>>. Acesso em: 25 Set. 2010.

CARDOSO, Antonio Pessoa. **Princípio da solidariedade no CDC**. Migalhas. Disponível em: <<http://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI33148,21048-Principio+da+solidariedade+no+CDC>>. Acesso em 26 out. 2015.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Direito do Consumidor**. 3. ed. São Paulo, Atlas, 2011.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade civil**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito civil**, volume 2: obrigações: Responsabilidade civil. 5. ed. São Paulo : Saraiva, 2012.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito civil**, volume 3: contratos. 5. ed. São Paulo : Saraiva, 2012.

**e-Commerce. B2C - Business to Consumer**. Disponível em: <<http://www.vm2.com.br/b2c-business-to-consumer>>. Acessado em 28 Jan 2016.

FARIAS, Cristiano Chaves de, ROSENVALD, Nelson, NETTO, Felipe Peixoto Braga. **Curso de Direito Civil: Responsabilidade Civil - volume 3**. 2. ed. rev., ampl. e atual. São Paulo: Atlas, 2015.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de direitos do consumidor**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

GAGLIANO, Pablo Stolze, PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo Curso De Direito Civil**, Volume 3: Responsabilidade Civil. 10. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2012.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil Brasileiro**, Volume IV: Responsabilidade Civil. São Paulo: Saraiva, 2012.

GRECO, Marco Aurelio; MARTINS, Ives Gandra da Silva (coords). **Direito e Internet: relações jurídicas na sociedade informatizada**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais 2001.

HISTÓRIA da internet. Disponível em: <<http://www.aisa.com.br/historia.htm>>| Acesso em 28/12/2015.

HONORATO, Flávia D'Ávila. **As relações jurídicas contratuais na internet**. Disponível em: <<http://www.buscalegis.ufsc.br/revistas/files/anexos/6072-6064-1-PB.pdf>>. Acesso em 28 Dez. 2015.

LISBOA, Roberto Senise. **Manual de Direito Civil, v. 2: direito das obrigações e responsabilidade civil**. 6 ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

LISBOA, Roberto Senise. **Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

MARQUES, Cláudia Lima. **Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor**: um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2004.

MARSOLA, Renato Avante. **B2E - Business-to-Employee**. Disponível em <<http://www.zemoleza.com.br/trabalho-academico/exatas/informatica/b2e-business-to-employee/>>. Acessado em 28 Jan 2016.

MARTINS, Guilherme Magalhães. Contratos conexos de consumo na internet: fornecedores de intermediação e sites de compras coletivas. **Revista de Direito do Consumidor**. Rio de Janeiro: Revista dos Tribunais, v.085, 2013.

MENDES, Fábio. **Compras Coletivas Virtuais, Sua Forma, Constituição e a Incidência do ISS**. JurisWay. Disponível em <[http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id\\_dh=6655](http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id_dh=6655)>. Acesso em 26 Out. 2015.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014.

PEREIRA, Alexandre Libório Dias. **Comércio eletrônico na sociedade da informação**: da segurança técnica à confiança jurídica. Coimbra: Almedina, 1999.

PEREIRA, Caio Mário da Silva. **Responsabilidade Civil**. Rio de Janeiro: Forense, 2001.

PINHEIRO, Patrícia Peck. **Direito digital** – 3.ed. ver., atual. e ampl. – São Paulo: Saraiva, 2009.

REIS, Maria Elisa. **A responsabilidade civil dos sites de compra coletiva**. Migalhas. Disponível em: <<http://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI140283,91041-A+responsabilidade+civil+dos+sites+de+compras+coletivas>>. Acesso em 25 Out. 2015.

RIBEIRO, Leandro Correa. **A responsabilidade civil dos sites de compras coletivas à luz do Código de Defesa do Consumidor**. Jus navigandi. Disponível em <<http://jus.com.br/artigos/20261/a-responsabilidade-civil-dos-sites-de-compras-coletivas-a-luz-do-codigo-de-defesa-do-consumidor>>. Acesso em 26 Out. 2015.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça de Rio Grande do Sul. Apelação nº 70061140000. 11ª Câmara Cível. Apelante: Groupon Serviços Digitais Ltda. Apelado: Naira Pereira Frota. Julgado em 17 Set. 2014. Disponível em: <<http://tj-rs.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/141107935/apelacao-civel-ac-70061140000-rs>>. Acesso em 03. Jan. 2016.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação nº 0023581-46.2011.8.26.0006. 12ª Câmara Extraordinária. Apelante: Daniel Barros Pessoa De Almeida. Apelado: GWHC Serviços Online Ltda., Mente Urbana Serviços Digitais Ltda. e Theocharides Informática Ltda.. Julgado em 29 Ago. 2014. Disponível em: <<http://tj-sp.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/136645573/apelacao-apl-235814620118260006-sp-0023581-4620118260006>>. Acesso em 26. Out. 2015.

SCHREIBER, Anderson. **Novos paradigmas da responsabilidade civil**: da erosão dos filtros de reparação à diluição dos danos. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SEGALLA, Alessandro Schirrmeister. **O dano extrapatrimonial contratual no âmbito das relações de consumo** - Página 3/4. Jus Navigandi, Teresina, ano 6, n. 50, 1 abr. 2001. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/2008/o-dano-extrapatrimonial-contratual-no-ambito-das-relacoes-de-consumo>>. Acesso em: 18 out. 2014.

SILVA, Joseane Suzart Lopes da; SOUZA, Bruno Moitinho Andrade de; FELIPE, Rafael Luengo. (Orgs.). **Comércio eletrônico de produtos e serviços**: uma análise das principais práticas abusivas em prejuízo dos consumidores. Salvador: Editora Paginæ, 2014.

SILVA, Regina Beatriz Tavares da; SANTOS, Manoel J. Pereira dos (coords). **Responsabilidade Civil**: Responsabilidade Civil Na Internet E Nos Demais Meios De Comunicação. 2. ed. São Paulo: Saraiva 2012.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor**: Direito Material e Processual. Rio de Janeiro: Forense: São Paulo: Método, 2012.

Termos de contrato do Groupon. Disponível em: [https://www.groupon.com.br/termos\\_de\\_contrato#\\_Toc398562253](https://www.groupon.com.br/termos_de_contrato#_Toc398562253). Acesso em 25 Out. 2015.

Termos de uso do Clickon. Disponível em: <<http://static.clickon.com.br/site/v113/doc/termos-de-uso.pdf>>. Acesso em 25 Out. 2015.

Termos de uso do Peixe Urbano. Disponível em: <<http://sobre.peixeurbano.com.br/termos-de-uso/>>. Acesso em 25 Out. 2015.  
VENOSA, Silvio de Salvo. **Direito civil**: Responsabilidade Civil. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

VENTURA, Luis Henrique. **Comércio e contratos eletrônicos**: aspectos jurídicos. 2. ed. São Paulo, EDIPRO, 2010.

VITAL, Rafael Pontes. **Tutela Preventiva dos Consumidores dos Sites de Compra Coletiva**. Vitória, 2013. Dissertação (Mestrado em Direito Econômico). Universidade Federal do Estado da Paraíba.