UNIVERSIDADE PRESIDENTE ANTÔNIO CARLOS
FACULDADE DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS DE BARBACENA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

JOÃO PAULO ARAÚJO OLIVEIRA

RESPONSABILIDADE CIVIL DOS SITES DE COMPRAS COLETIVAS SOB A ÓTICA DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

BARBACENA
2013

RESPONSABILIDADE CIVIL DOS SITES DE COMPRAS COLETIVAS SOB A ÓTICA DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

João Paulo Araújo Oliveira[*]

Rafael Francisco de Oliveira[**]

Resumo

O presente trabalho traz um breve histórico do mercado virtual brasileiro, abordando seus aspectos principais e desenvolvimento e tratando da segurança jurídica que oferece, em face dos seus riscos e implicações. Feitas as considerações acima, parte à análise especificamente do fenômeno compras coletivas, abordando os riscos gerados ao consumidor, como a veiculação de ofertas coletivas desprovidas de clareza, inverídicas, duvidosas, enganosas ou, de qualquer forma, prejudiciais ao mesmo. São abordados aspectos gerais da responsabilidade civil, a aplicação desse instituto no direito consumerista, caracterizando as hipóteses gerais de fato do produto ou serviço e vício do produto ou serviço, no intuito de esclarecer, no caso de danos ao consumidor, sobre quem (site de compras coletivas e/ou proponente da oferta) recai o dever de indenizar. Ainda, se o site de compras coletivas terá responsabilidade solidária ou mesmo se poderá eximir-se da responsabilidade, quando provar que agiu de boa fé e que, dessa forma, não há nexo causal entre o dano causado e a veiculação da oferta. A pesquisa é exploratória, documental, de abordagem: dedutiva, assistemática e qualitativa. Os documentos utilizados foram: periódicos, impressos online, doutrinas e jurisprudência. Ao fim, constata-se que a responsabilização, quanto à eventual dano causado ao consumidor, será solidária dos sites de compras coletivas.

Palavras-chave: Consumidor. Compras coletivas. Responsabilidade Civil.

[*] Acadêmico do 10º Período do Curso de Direito da Universidade Presidente Antônio Carlos – UNIPAC Barbacena – MG – E-mail: jp.aoliveira@yahoo.com

[**] Professor Orientador. Especialista em Direito Civil e Processual Civil pela UNIPAC. Professor de Direito Processual Civil e Direito Processual Constitucional do Curso de Direito da UNIPAC/Barbacena. E-mail: rafaeloliveira@barbacena.com.br

1 Introdução

As atividades relativas à comercialização de mercadorias verificam-se desde os primórdios da civilização. Dentre as muitas fases que teve, a Revolução Industrial destaca-se, já que tornou efetivos os meios de produção em massa, mesmo porque tal era necessário para atender a demanda de consumidores, tendo em vista a explosão demográfica pelos continentes verificada.

Não adentrando no mérito de questões históricas tão significativas, observamos, nos dias atuais, a evolução contínua, não só da indústria (meios de produção), mas dos meios de comunicação, que apresentam diversas formas de disseminação dos produtos/ofertas, alcançando um número sem igual de potenciais consumidores.

Diante da facilidade da transmissão de informações em tempo real, que é vantagem proporcionada atualmente, os fornecedores, visando o aumento de vendas e faturamento, aproveitaram-se da internet, hoje disseminada em grande parte das residências brasileiras, para veiculação de ofertas, atingindo, de forma bastante efetiva, uma quantidade enorme de consumidores, denominando-se o fenômeno de mercado eletrônico.

Verificando-se bem sucedido o mercado eletrônico, e visando aumentar ainda mais o consumo, surgiram no Brasil os sites de compras coletivas, por volta de abril de 2010, possibilitando preços menores num número limitado de ofertas.

Ocorre que, como o preço é baixo, nem sempre são de qualidade os produtos ofertados ou os serviços prestados, ficando eivados de problemas (fato, ou vício, do produto ou serviço).

Assim, imperioso destacar a responsabilidade indenizatória no caso de eventual dano ao consumidor, tema que será abordado no presente trabalho, verificando a legislação pertinente à matéria, bem como a possibilidade de responsabilização solidária.

Apenas por cautela, vale destacar, ainda, que o tema é objeto do Projeto de Lei do Senado 281/2012[1], que visa a atualização da Lei n° 8.078/90[2] – Código de Defesa do Consumidor. A questão foi discutida em audiência pública, no dia 06 de novembro de 2012, onde os participantes atentaram para a priorização dos princípios gerais da norma consumerista em relação às transações feitas pela internet, pois são dotadas de enorme e veloz mutabilidade, caso em que as normas específicas rapidamente ficariam desatualizadas e ineficazes.

[1] http://www.senado.gov.br/atividade/materia/detalhes.asp?p_cod_mate=106768
[2] http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078compilado.htm

No mesmo sentido, a regulamentação geral da utilização dos serviços de internet é objeto do Projeto de Lei 2126/2011[3], mais conhecido como Marco Civil da Internet, com a seguinte Ementa: "Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil"; bem como a regulamentação específica das compras coletivas é objeto do Projeto de Lei 1.232/2011[4], com a seguinte ementa: "Disciplina a venda eletrônica coletiva de produtos e serviços através de sítios na internet e estabelece critérios de funcionamento para essas empresas".

Não menos importante é o fato de que foi sancionada, e publicada no Diário Oficial da União, a Lei n° 12.737/2012[5] – Lei dos Crimes Cibernéticos –, que acrescenta ao Decreto Lei 2.848/40[6] – Código Penal Brasileiro – condutas criminosas relativas ao mundo virtual, garantindo, assim, mais uma proteção não só ao consumidor, mas a todos aqueles que se utilizam da internet.

2 O mercado eletrônico brasileiro

2.1 A Internet e o Mercado eletrônico (*e-commerce*)

A Internet consiste em um conjunto de redes que possibilitam a interligação entre computadores, permitindo que os usuários se comuniquem, troquem dados, arquivos e informações, ainda que estejam nos locais mais diversos, desde que conectados a um provedor de acesso.

Com as facilidades do mundo moderno e diminuição de custos em razão do avanço tecnológico, ficou mais fácil ter acesso à rede mundial de computadores, tendo o número de usuários aumentado significativamente em todo o mundo.

Segundo resultados de uma pesquisa realizada pelo Ibope Média Online (2012)[7], que foi divulgada em 17 de dezembro de 2012, o total de pessoas com acesso à internet no Brasil, no terceiro trimestre de 2012, foi de 94,2 milhões. Esse número considera as pessoas de 16 anos ou mais de idade com acesso em qualquer ambiente (domicílios, trabalho, escolas, lan houses e outros locais), mais as crianças e adolescentes (de 2 a 15 anos de idade) que têm acesso em domicílios.

---

[3] http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=517255
[4] http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=500481
[5] http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12737.htm
[6] http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848compilado.htm
[7] http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/paginas/acesso-a-internet-no-brasil-atinge-94-milhoes-de-pessoas.aspx

Como se vê, é enorme o número de individuos que atualmente acessam a internet, sendo certo que, a cada ano, verificar-se-á ainda superior, já que trouxe inúmeras vantagens e avanços nas mais diversas áreas, sendo um campo fértil para a atuação comercial, pois consegue atingir um número muito grande de consumidores, sendo certo que o mercado não poderia deixar de acompanhar tamanha evolução, e oportunidade, diga-se de passagem.

Surgiu, então, o chamado mercado eletrônico, comércio eletrônico ou *e-commerce*, em que a Internet é o meio pelo qual são disseminadas as ofertas e celebradas as transações comerciais, os contratos de consumo.

Marques (2004, p. 38/39) assim conceitua o Comércio Eletrônico:

> 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. Lato sensu, pois, o comércio eletrônico abrangeria qualquer forma de transação ou troca de informação comercial ou visando 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.

Segundo dados do site *e-commerce.org.br* (2013)[8], o comércio eletrônico lucrou aproximadamente 549 milhões de reais em 2001, atingindo o patamar de 22,5 bilhões de reais no ano de 2012, não sendo consideradas as vendas de automóveis, passagens aéreas e leilões on-line.

Em pleno desenvolvimento, crescendo num lapso temporal relativamente pequeno, se comparado com o das demais modalidades comerciais, há previsão de um crescimento ainda maior nos próximos anos.

Impende destacar que, em abril de 2013, o tempo de acesso a lojas virtuais (e da categoria) atingiu a média de 45 minutos no mês, o que representa um crescimento de 13,2% na comparação com o mesmo período de 2012, isso de acordo com dados do NetView, estudo do IBOPE Media (2013)[9], o que apenas atesta a já sabida prosperidade da modalidade eletrônica de comércio.

3 As compras coletivas

3.1 Os contratos conexos

[8] http://*e-commerce.org.br*

[9] http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Brasileiros-passam-mais-tempo-conectados-as-lojas-virtuais.aspx

Como nos demais ramos comerciais, constata-se que os contratos de consumo celebrados via internet não são figuras únicas, isoladas, já que os fornecedores especializam-se nas etapas do processo em que são mais eficientes, deixando as demais etapas para aqueles que nelas tenham um desempenho superior, fato que semeia a construção dos contratos conexos.

Os sites intermediadores surgem desse entendimento, consistindo na expressão pura e simples da figura jurídica dos contratos conexos ou coligados, que nada mais são que aquelas relações jurídicas que se completam, que colaboram entre si, isso visando uma determinada prestação, como também entende Lorenzetti (1998) apud MARTINS E LONGHI, 2012, p. 189):

> A situação do provedor e do certificador que figuram, portanto, como intermediários entre o fornecedor e o consumidor, enquadra-se na figura das redes contratuais, definidas por Ricardo Luis Lorenzetti como uma cadeia decorrente da união de contratos, em se tratando de um meio utilizado para a satisfação de um interesse que não poderia ser normalmente atingido através das figuras típicas existentes.

3.2 As Compas coletivas

Essa modalidade de comércio eletrônico iniciou-se nos Estados Unidos, em meados do ano de 2008, quando um músico arregimentou na rede de computadores pessoas interessadas em adquirir o mesmo produto e, assim, contatou os fornecedores, a fim de negociar o preço do produto. Esse foi o ponto de partida para a eclosão dos sites especializados em compras coletivas.

Suas atividades tiveram início no mercado brasileiro em abril de 2010, havendo, desde então, um crescimento demasiado de sites destinados a essa modalidade de compras. Nesse sentido, Betti (2011) destaca que o Brasil possuía aproximadamente 1000 sites de compras coletivas em 2011 com projeção para chegar a 2000 sites até o final daquele ano.

Esses sítios figuram como intermediadores da relação entre o fornecedor e o consumidor, divulgando para este os produtos e serviços daquele, com preços abaixo da média, no intuito de promover os produtos e serviços, visando maior lucratividade, apesar do preço mais baixo, em decorrência do número potencial de consumidores que vem a atingir.

Em síntese, as empresas de compras coletivas disponibilizam em seus sites, mediante remuneração ou porcentagem da venda, produtos e serviços dos fornecedores, que se dispõem

a ofertá-los com preços reduzidos, para um número certo de consumidores, cadastrados direta ou indiretamente naqueles websites, ficando as ofertas divulgadas por um período determinado, onde seria necessário o preenchimento de todas as vagas dispostas no site, ou melhor dizendo, a oferta somente seria válida se as vagas fossem preenchidas naquele prazo preestabelecido.

Seria o exemplo um salão de cabeleireiro que, através de um site de compras coletivas, oferta 10 cortes de cabelo por um preço vil, 80% abaixo do valor de mercado. No contrato fica estabelecido que o serviço estaria disponível no site por 2 horas. Então, para que haja a validação da oferta aos consumidores, eles teriam que preencher todas as vagas, sob pena de não poderem usufruir da oferta com preço inferior. Havendo a aquisição de todas as ofertas, são disponibilizados cupons numerados e identificados para que o adquirente possa se deslocar ao fornecedor para receber o produto ou serviço.

Na teoria, o consumidor só tem a ganhar, já que, reunindo-se com diversas pessoas que almejam adquirir um mesmo produto ou serviço, tem poder negocial frente ao fornecedor, o que possibilita conseguir um preço mais baixo, mais atrativo.

Ocorre que, como os produtos ou serviços caracterizam-se por um preço mais baixo que o normal, e devido às proporções que a oferta pode tomar, nem sempre serão de boa qualidade, ou, sem medo de arriscar, muitas das vezes os produtos não atenderão às expectativas dos consumidores, seja por defeitos, falsas informações, propaganda enganosa, ausência das devidas instruções de utilização, etc.

3.3 Os problemas das compras coletivas

Diante da oferta coletiva, o primeiro passo que deve ser tomado é a verificação do contrato, que, apesar de virtual, deve estar disponível e de fácil acesso ao potencial consumidor.

Analisando-o, além daqueles requisitos aplicáveis a qualquer outro, deve-se observar se não contém as denominadas cláusulas abusivas, ao teor do que prevê o artigo 51, IV, do Código de Defesa do Consumidor (CDC), sendo aquelas que conferem uma disparidade excessiva e até mesmo indevida ao fornecedor, o que ensejaria à sua nulidade e possível indenização ao consumidor

Não obstante, se possui a devida clareza, em virtude do princípio da transparência, consagrado no art. 6º do CDC, possibilitando o prévio conhecimento do serviço pelo consumidor, e também do seu conteúdo.

Superada essa fase, os problemas verificados se fazem presentes na veiculação das ofertas, devido às diversas falhas encontradas em sua publicidade, o que contraria o disposto no art. 6º, III, do CDC.

Assim entende Gonçalves, A. B. (2012, p. 80):

> (...) Na oferta, consta o nome do hotel, informa-se que a passagem aérea está inclusa e que o consumidor tem uma data limite para usufruir do pacote.
> À primeira vista, não existem problemas, porém, nesse simples anúncio, uma série de abusos e falhas contra a relação de consumo estão presentes: 1) Não se sabe a distância do hotel em relação ao centro; 2) Não se sabe o que a companhia aérea fará em caso de motivo de força maior, overbookig, ou cancelamento sumário do voo, sem disponibilidade para o período previamente imposto pela companhia; 3) Não é informado ao consumidor que, se não for encontrada uma data disponível para a viagem, este perderá a quantia paga, pois, no mais das vezes, as datas escolhidas já estão preenchidas; 4) Sobre as vagas, outro paradoxo, pois, se cem pessoas compram os pacotes, então é de se presumir que existam, no mínimo cem datas ou horários disponíveis, senão haverá lesividade consumada da relação contratual; 5) Em nenhum lugar, constam os dados exatos do fornecedor, como CNPJ, endereço, telefone para contado; 6) O contrato, em geral, é silente no tocante ao cancelamento; 7) Não existe qualquer tipo de aviso ou multa por parte do sítio de compra coletiva no caso do serviço do fornecedor não ser adequado ou consoante com o ofertado.

Nesses casos, surge a problemática da responsabilização, ou seja, no caso de dano ao consumidor devido às falhas acima citadas, dentre outras, quem terá o dever de indenizar: o fornecedor dos produtos ou serviços ou o site de compras coletivas (intermediador)?

Vale dizer, não obstante, que a contratação por meios eletrônicos foi disciplinada pelo Decreto 7.965, de 15 de março de 2.013, que regulamente o a Lei 8.078/90 – Código de Defesa do Consumidor, dispondo sobre os deveres do sítio eletrônico, em partes especialmente aplicáveis aos de compras coletivas, *in verbis*:

> Art. 3º. Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para ofertas de compras coletivas ou modalidades análogas de contratação deverão conter, além das informações previstas no art. 2º, as seguintes:
> I - quantidade mínima de consumidores para a efetivação do contrato;
> II - prazo para utilização da oferta pelo consumidor; e
> III - identificação do fornecedor responsável pelo sítio eletrônico e do fornecedor do produto ou serviço ofertado, nos termos dos incisos I e II do art. 2º.

4 Responsabilidade Civil dos sites de compra coletiva

4.1 Considerações sobre Responsabilidade Civil

A responsabilidade civil é o instituto jurídico pelo qual o agente, cometedor de ato ilícito e, assim, causador de dano, traz para si o dever de reestabelecer a coisa ao *status quo*

ante, ou, na impossibilidade de fazê-lo, de pagar a respectiva compensação pecuniária à vítima.

Esse é o entendimento de Gagliano e Pamplona (2010, p. 51):

> De tudo o que se disse até aqui, conclui-se que a noção jurídica de responsabilidade pressupõe a atividade danosa de alguém que, atuando a priori ilicitamente, viola uma norma jurídica preexistente (legal ou contratual), subordinando-se, dessa forma, às consequências do seu ato (obrigação de reparar).
> Trazendo esse conceito para o âmbito do Direito Privado, e seguindo essa mesma linha de raciocínio, diríamos que a responsabilidade civil deriva da agressão a um interesse eminentemente particular, sujeitando, assim, o infrator, ao pagamento de uma compensação pecuniária à vítima, caso não possa repor in natura o estado anterior de coisas.

Do mesmo modo, Gonçalves, C. R. (2012, p. 22):

> Todo aquele que violar direito e causar dano a outrem comete ato ilícito (CC, art. 186). Complementa este artigo o disposto no art. 927, que diz: "Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo". A responsabilidade civil tem, pois, como um de seus pressupostos, a violação do dever jurídico e o dano. Há um dever jurídico originário, cuja violação gera um dever jurídico sucessivo ou secundário, que é o de indenizar o prejuízo.
> Responsabilidade civil é, assim, um dever jurídico sucessivo que surge para recompor o dano decorrente da violação de um dever jurídico originário. Destarte, toda conduta humana que, violando dever jurídico originário, causa prejuízo a outrem é fonte geradora de responsabilidade civil.

Não obstante, Cavalieri Filho (2008, p. 478) ensina que "O risco por si só não gera a obrigação de indenizar. Risco é perigo, mera probabilidade de dano. [...] A responsabilidade só surge quando há violação do dever jurídico correspondente".

Ainda, vale destacar que a responsabilidade civil, dentre as outras classificações que tem, subdivide-se em objetiva e subjetiva. Em síntese, a responsabilidade objetiva independe de culpa, ou seja, verificado o dano, este terá de ser reparado pelo indivíduo causador. Em sentido diverso, a responsabilidade subjetiva prevê que se apure a culpa do agente.

4.2 Responsabilidade Civil no CDC

Bem elucida Cavaliere Filho (2008, p.484), ao dizer que "o direito do consumidor foi concebido para eliminar as desigualdades criadas nas relações de consumo pela Revolução Industrial".

Como se sabe, o consumidor é de fato o sujeito mais fraco na relação de consumo, não só pelo poderio econômico dos fornecedores, mas também porque estes dominam a técnica do produto.

Diante dessas e de outras peculiaridades, o legislador pátrio optou por construir normas protecionistas, que amparam o consumidor diante dos percalços enfrentados na relação consumerista, estabelecendo a responsabilidade civil objetiva do fornecedor como regra aplicada às relações de consumo.

Insta salientar que a Norma Consumerista distingue fato e vício do produto ou serviço. O fato consiste no defeito do produto ou serviço, entendendo-se por defeituoso aquele produto ou serviço que não oferece a segurança que dele se espera (art. 12, § 1º do CDC). Em sentido diverso, o vício do produto ou serviço é aquele de quantidade ou qualidade, que o torne impróprio para o consumo ou lhe diminua o valor (art. 18, do CDC).

Não obstante, para ambos os casos será aplicada a responsabilização objetiva, como também entendem Nery Junior e Nery (2011, p. 799):

> A responsabilidade civil no CDC se assenta no risco da atividade do fornecedor em face do consumidor, tanto pelo aspecto contratual quanto pelo aspecto extracontratual. Tanto a responsabilidade pelos acidentes de consumo como a decorrente dos vícios do produto ou serviço (CDC, arts. 12, 14, 18 e 19) se estribam na teoria objetiva. O fundamento do dever de indenizar, aqui, é o risco da atividade: por isso a responsabilidade objetiva se aplica a todas as hipóteses decorrentes de danos experimentados pelo consumidor em decorrência de relação jurídica de consumo.

E no mesmo sentido Gonçalves, C. R. (2012, p. 289):

> O Código de Defesa do Consumidor, atento a esses novos rumos da responsabilidade civil, também consagrou a responsabilidade objetiva do fornecedor, tendo em vista especialmente o fato de vivermos, hoje, em uma sociedade de produção e de consumo em massa, relação entre produtores, comerciantes e prestadores de serviços, em um polo, e compradores e usuários dos serviços, no outro.

4.3 Responsabilidade Civil dos Sites de compras coletivas

Os sítios de compras coletivas muitas vezes fazem acreditar que não tem responsabilidade sobre os produtos ou serviços comercializados, induzindo o consumidor ao pensamento de que figuram apenas como intermediadores da operação comercial.

Tal não merece prosperar, já que, como acima visto, auferem remuneração direta ou indireta quando da venda dos produtos através dos sítios eletrônicos, o que os torna partes integrantes da relação consumerista.

Diante disso, as disposições constantes dos contratos de adesão que tendem a eximir os ditos fornecedores de suas responsabilidades devem ser consideradas cláusulas abusivas, ao teor do art. 51, incisos I, III e XV, do CDC, e, portanto, nulas de plenos direito.

Ademais, a conexidade contratual gerada pelas relações entre os fornecedores não pode ser invocada em face do consumidor, a fim de dificultar que este alcance a prestação jurisdicional, sendo os contratos coligados considerados como um todo, em face, inclusive, do princípio da boa-fé objetiva, tão consagrado no Direito Pátrio.

E mais além, os contratos de consumo celebrados pela internet, especialmente os de compras coletivas, além das disposições comuns aos demais, devem conter, conforme acima explicitado, ao menos, a quantidade mínima de consumidores para a efetivação do contrato, o prazo para utilização da oferta pelo consumidor e a identificação do fornecedor responsável pelo sítio eletrônico e do fornecedor do produto ou serviço ofertado, nos termos do Decreto 7.965/2013, o que via de regra não acontece.

Desse modo, não há que se falar em exclusão da responsabilidade dos sítios de compras coletivas, que devem responder de forma solidária aos fornecedores primários, no caso de fato ou vício do produto ou serviço, conforme dispões o art. 7º, parágrafo único, do CDC, cabendo, obviamente, ação de regresso em face destes.

Do mesmo modo entendem Martins e Longhi (2013):

> A legitimidade passiva do provedor que administra o site surge da natureza da relação jurídica entre os fornecedores imediatos dos serviços anunciados e o serviço por ele fornecido, repercutindo diretamente na situação jurídica de direito material, que atrai sua legitimidade processual e forma o litisconsórcio passivo entre as rés
> (...)
> A estrutura e o funcionamento dos modelos de negócio praticados pelos sites de compras coletivas revelam que não se trata de estranhos à cadeia de consumo. Por essa razão, não devem ser considerados partes ilegítimas, nem terem sua responsabilidade civil limitada, vez que solidárias, nos termos do art. 7º, parágrafo único, do CDC.

E, assim, também os Nossos Tribunais:

> CONSUMIDOR. MERCARDO VIRTUAL. INTERMEDIAÇÃO DE COMPRA E VENDA DE PACOTE TURÍSTICO AO EXTERIOR. PAGAMENTO DO PREÇO. CANCELAMENTO UNILATERAL DO FORNECEDOR. SOLIDARIEDADE E LEGITIMIDADE DAS PARTES. RESPONSABILIDADE CIVIL OBJETIVA. RISCO DA ATIVIDADE. REPARAÇÃO DO DANO MATERIAL E MORAL. SENTENÇA CONDENATÓRIA. RAZOABILIDADE E PROPORCIONALIDADE DO VALOR ARBITRADO PARA O DANO MORAL. RECURSO NÃO PROVIDO. 1. Descabido o acolhimento da alegada ilegitimidade para a causa, haja vista a Teoria da Asserção, ou seja, condições da ação devem ser analisadas pelo fato narrado. Ademais a recorrida está legitimada a pleitear, em nome próprio, reparação pelos serviços que foram, por ela mesma, contratados, bem como pelo aproveitamento econômico que, em tese, deixou de usufruir por culpa do fornecedor. Já a legitimidade passiva da recorrente é manifesta na medida em que integra a cadeia de fornecimento do serviço contratado, auferindo os lucros decorrentes dos negócios jurídicos que disponibiliza em seu sítio eletrônico, no caso, a prestação de serviços no ramo turístico. Assim, há relação de consumo entre as partes, pois a recorrente, por meio da página eletrônica, se qualifica como fornecedor do serviço

de aproximação e intermediação entre vendedor e interessado comprador (CDC no art. 3º) e, este, como destinatário final desse serviço (CDC no art. 2º). Rejeita-se, pois, a ilegitimidade ativa e passiva. 2. Sendo incontroversa a aquisição do pacote turístico por intermédio da página eletrônica da recorrente, bem como o pagamento do preço e a não prestação do serviço contratado, evidencia-se o serviço defeituoso porque a recorrente não proporcionou a segurança e a garantia que dele esperava o consumidor, tanto que não evitou a frustração das expectativas da recorrida. Portanto, deve reparar os danos suportados pela recorrida. Não se trata de mera plataforma de classificados, pois o recorrente participa da compra e venda como intermediador, auferindo lucro, ainda que de forma indireta, pelos serviços prestados e, por isso, deve responder, objetivamente, pelos riscos da atividade econômica desenvolvida (art. 927, § único, do Código Civil), em solidariedade com os demais fornecedores (art. 7º, § único, do CDC). Com efeito, a teoria do risco do negócio ou atividade constitui base da responsabilidade objetiva do Código de Defesa do Consumidor, harmonizando-se com o sistema de produção e consumo em massa, de modo a proteger a parte mais frágil da relação jurídica. (...)[10]

REPARAÇÃO DE DANOS. COMPRA E VENDA DE PRODUTOPELA INTERNET. PROMOÇÃO VEICULADA EM SITE DE COMPRAS COLETIVAS CONHECIDO POR "PEIXE URBANO". PRODUTO PAGO E NÃO ENTREGUE. FRAUDE. DIREITO À RESTITUIÇÃO DO VALOR PAGO. RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA DO SITE RESPONSÁVEL PELA INTERMEDIAÇÃO DA COMPRA E QUE AUFERE LUCROS COM O SERVIÇO OFERTADO. PRELIMINAR AFASTADA. 1. A parte recorrente, que administra a empresa de compras coletivas, obtém lucro significativo com o serviço que disponibiliza e a partir daí deve responder por eventuais prejuízos decorrentes de fraudes que seu sistema de segurança não consiga impedir. Veja-se que a responsável direta pelo ilícito somente chegou até a autora graças ao serviço disponibilizado pelo demandado, o qual tinha tal loja em seus cadastros. Em outras palavras, o responsável pela conduta criminosa atingiu a autora graças ao serviço de ofertas organizado e disponibilizado pela demandada aos consumidores cadastrados, lucrando, assim, valores significativos, e até por isso deve responder quando o sistema mostra-se falho, responsabilidade esta que pode ser afastada quando demonstrada absoluta falta de cautela por parte do usuário, o que não foi o caso. 2. Danos morais configurados. Inexecução contratual que ultrapassa o limite do razoável no caso concreto, submetido a autora a considerável frustração, tendo que se valer da via judicial para assegurar direito manifesto. Caráter punitivo e pedagógico da medida. Quantum adequado (R$ 2.000,00). SENTENÇA MANTIDA POR SEUS PRÓPRIOS FUNDAMENTOS. RECURSO IMPROVIDO.[11]

REPARAÇÃO DE DANOS. CONSUMIDOR. COMPRA E VENDA DE PACOTE TURÍSTICO PELA INTERNET. PROMOÇÃO VEICULADA EM SITE DE COMPRAS COLETIVAS CONHECIDO COMO "CLICK ON". PACOTE TURÍSTICO DESCUMPRIDO. RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA DAS DEMANDADAS DIANTE DA FALHA NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO. DIREITO DE RESTITUIÇÃO DO DÉBITO. DANO MORAL CONFIGURADO. QUANTUM INDENIZATÓRIO ADEQUADO. SENTENÇA MANTIDA POR SEUS PRÓPRIOS FUNDAMENTOS. RECURSO IMPROVIDO.[12]

---

[10] http://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistj

[11] http://www1.tjrs.jus.br/busca/?q=compras+coletivas&tb=jurisnova&partialfields=tribunal%3ATurmas%2520Recursais.%28TipoDecisao%3Aac%25C3%25B3rd%25C3%25A3o%7CTipoDecisao%3Amonocr%25C3%25A1tica%7CTipoDecisao%3Anull%29&requiredfields=Relator%3ACarlos%2520Eduardo%2520Richinitti&as_q=>

[12] http://www1.tjrs.jus.br/busca/?q=compras+coletivas&tb=jurisnova&partialfields=tribunal%3ATurmas%2520Recursais.%28TipoDecisao%3Aac%25C3%25B3rd%25C3%25A3o%7CTipoDecisao%3Amonocr%25C3%25A1tica%7CTipoDecisao%3Anull%29&requiredfields=Relator%3ACarlos%2520Eduardo%2520Richinitti&as_q=>

> REPARAÇÃO DE DANOS. COMPRA E VENDA DE NETBOOK PELA INTERNET. PROMOÇÃO VEICULADA EM SITE DE COMPRAS COLETIVAS CONHECIDO POR "PLANETA BÔNUS". PRODUTO PAGO E NÃO ENTREGUE. FRAUDE. DIREITO À RESTITUIÇÃO DO VALOR PAGO. RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA DO SITE RESPONSÁVEL PELA INTERMEDIAÇÃO DA COMPRA E QUE AUFERE LUCROS COM O SERVIÇO OFERTADO. PRELIMINAR AFASTADA. DANO MORAL OCORRENTE. 1. A parte recorrente, que administra a empresa de compras coletivas, obtém lucro significativo com o serviço que disponibiliza e a partir daí deve responder por eventuais prejuízos decorrentes de fraudes que seu sistema de segurança não consiga impedir. Veja-se que a responsável direta pelo ilícito - no caso a empresa Net Ofer - somente chegou até a autora graças ao serviço disponibilizado pela demandada, a qual tinha tal loja em seus cadastros. Em outras palavras, o responsável pela conduta criminosa atingiu a autora graças ao serviço de ofertas organizado e disponibilizado pela demandada aos consumidores cadastrados, lucrando, assim, valores significativos, e até por isso deve responder quando o sistema mostra-se falho, responsabilidade esta que pode ser afastada quando demonstrada absoluta falta de cautela por parte do usuário, o que não foi o caso. Assim, devem ser rechaçadas as alegações de ilegitimidade passiva, culpa exclusiva de terceiro e caso fortuito ou força maior. 2. Danos morais configurados. Inexecução contratual que ultrapassa o limite do razoável no caso concreto, submetido o autor a considerável frustração, tendo que se valer da via judicial para assegurar direito manifesto. Caráter punitivo e pedagógico da medida. Quantum adequado (R$ 1.000,00). SENTENÇA MANTIDA. RECURSO IMPROVIDO.[13]

5 Considerações Finais

O presente trabalho desbravou parte do complexo ramo de relações comerciais travadas via internet, notadamente as relativas aos sítios de compras coletivas, os quais buscam, na maioria dos casos, a exclusão da sua responsabilidade face ao consumidor, diante de fato ou vício do produto ou serviço.

Inicialmente foi trazida uma breve noção da internet e do mercado eletrônico, seguido do surgimento dos sites de compras coletivas. Não obstante, foram demonstrados os problemas e peculiaridades desta modalidade de comércio eletrônico, seguidos de linhas gerais sobre responsabilidade civil, responsabilidade civil no Código de Defesa do Consumidor e, enfim, a responsabilidade civil dos sites de compras coletivas.

Os mesmos consideram-se meros intermediadores, apesar de participantes ativos da relação de consumo, já que eles próprios buscam os fornecedores e disponibilizam, através de remuneração direta e/ou indireta, as ofertas destes.

Entrementes, diante das considerações postas, resta claro que fazem parte da cadeia de consumo e, desse modo, não podem furtar-se à responsabilidade indenizatória, que será

---

13 http://www1.tjrs.jus.br/busca/?q=compras+coletivas&tb=jurisnova&partialfields=tribunal%3ATurmas%2520Recursais.%28TipoDecisao%3Aac%25C3%25B3rd%25C3%25A3o%7CTipoDecisao%3Amonocr%25C3%25A1tica%7CTipoDecisao%3Anull%29&requiredfields=Relator%3ACarlos%2520Eduardo%2520Richinitti&as_q=>

solidária, nos casos de fato ou vício do produto ou serviço, ao teor do que prevê o art. 7º, parágrafo único do CDC, fato atestado através de entendimento doutrinário.

RESPONSIBILITY OF COLLECTIVE BUYING SITES IN ACCORDANCE WITH THE CONSUMER PROTECTION CODE

ABSTRACT

This paper presents a brief history of the Brazilian virtual market, concerning its main aspects and development and talks about the legal security that it offers, considering its risks and complications. After the previously explanations, we set out to the specific analysis of the phenomenon of collective purchases, including the risks posed to consumers, such as the existence of collective offers without clarity, false, doubtful, misleading, or even harmful in some way. General aspects of the civil responsibility are covered, such as the application of this institute in the consumer law, featuring the general hypothesis about the product or service and addiction of the product or service, in order to clarify, in case of damages to consumer, about who (website who offered the product) has the duty to indemnify. Although, if the website will have supportive responsibility or if it will prove not having the duty, when it proves that it has not acted to cause any damage to the consumer, there is no nexus between the damage caused and the offer appearance. This research is exploratory, documental, and has coverage: deductive, unsystematic and qualitative. The documents used were: printed online, doctrines and jurisprudence. All in all, it is seen that the accountability, due to eventual damage caused to the consumer, will be supportive from the collective purchases websites.

Key words: Consumer. Collective purchases. Civil responsibility.

Referências

BETTI, Renata. VEJA: **Agora a liquidação é em casa**. 2.204. ed. São Paulo: Abril, 2011.

BRASIL. **Decreto 7.965**, de 15 de março de 2.013: Regulamenta a Lei no 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7962.htm> Acesso em: 18 out. 2013.

_____. **Decreto-Lei 2.848**, de 07 de dezembro de 1940: Código Penal. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848compilado.htm> Acesso em: 20 set. 2013.

_____. **Lei 8.078**, de 11 de setembro de 1990: Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078compilado.htm> Acesso em: 20 out. 2013.

_____. **Lei 12.737**, de 30 de novembro de 2012: Lei dos Crimes Cibernéticos. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12737.htm> Acesso em: 20 set. 2013.

_____. **PL - Projeto de Lei Nº 1.232** de 2011. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=500481> Acesso em: 15 out. 2013.

_____. **PL - Projeto de Lei Nº 2.126** de 2011. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=517255> Acesso em: 15 out. 2013.

_____. **PLS - Projeto de Lei do Senado Nº 281** de 2012. Disponível em: <http://www.senado.gov.br/atividade/materia/detalhes.asp?p_cod_mate=106768> Acesso em: 19 out. 2013.

DISTRITO FEDERAL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. **Apelação Cível 20120111082653ACJ**, da 3ª Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, Apelante: Peixe Urbano Web Serviços Digitais Ltda, Apelado: Nilza Leal de Andrade Brasília. Acórdão em: 05 de março de 2.013. Disponível em: <http://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistj>. Acesso em: 25 out. 2013

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade Civil**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

DENARI, Zelmo. **Código de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto**. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2011.

E-COMMERCE. Disponível em: < ecommercenews.com.br>. Acesso em: 08 jun. 2013.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de direito comercial**: Direito de Empresa. 22. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo Curso de Direito Civil**: Responsabilidade Civil. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2010. v. 3.

GOMES, Luiz Flávio. **A responsabilidade civil dos sites de compras coletivas à luz do código de defesa do consumidor**. Disponível em: <http://ww3.lfg.com.br/artigos/Blog/A_RESPONSABILIDADE_CIVIL_DOS_SITES_DE_COMPRAS_COLETIVAS_A_LUZ%20_DO_CODIGO_DE_DEFESA_DO_CONSUMIDOR.pdf> Acesso em: 22 maio. 2012.

GONÇALVES, Antônio Baptista. Compras Coletivas e as Lesividades na Relação de Consumo. **Revista Síntese de Direito Civil e Processual Civil**, São Paulo, v. 12, n. 78, p. 72-89, jul. / ago. 2012.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil Brasileiro**: Responsabilidade Civil: v 4. 7. ed. – São Paulo: Saraiva, 2012.

LORENZETII, Ricardo L. Redes contratuales: Conceptualización jurídica, relaciones internas de colavoración, efectos frente a terceros. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 28, out. / dez. 1998 *apud MARTINS*, Guilherme Magalhães. LONGHI, João Victor Rozatti. Contratos conexos de consumo na internet: fornecedores de intermediação e sites de compras coletivas. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 22, n. 85, p. 177-207, jan. / fev. 2013.

MARTINS, Guilherme Magalhães. LONGHI, João Victor Rozatti. Contratos conexos de consumo na internet: fornecedores de intermediação e sites de compras coletivas. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 22, n. 85, p. 177-207, jan. / fev. 2013.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul. **Recurso Cível Nº 71004459376**, Terceira Turma Recursal Cível, Turmas Recursais, Relator: Carlos Eduardo Richinitti, Julgado em 24/10/2013. Disponível em: <http://www1.tjrs.jus.br/busca/?q=compras+coletivas&tb=jurisnova&partialfields=tribunal%3ATurmas%2520Recursais.%28TipoDecisao%3Aac%25C3%25B3rd%25C3%25A3o%7CTipoDecisao%3Amonocr%25C3%25A1tica%7CTipoDecisao%3Anull%29&requiredfields=Relator%3ACarlos%2520Eduardo%2520Richinitti&as_q=> Acesso em: 25 out. 2013.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul TJRS - **Recurso Cível Nº 71004430740**, Terceira Turma Recursal Cível, Turmas Recursais, Relator: Carlos Eduardo Richinitti, Julgado em 25/09/2013. Disponível em: <http://www1.tjrs.jus.br/busca/?q=compras+coletivas&tb=jurisnova&partialfields=tribunal%3ATurmas%2520Recursais.%28TipoDecisao%3Aac%25C3%25B3rd%25C3%25A3o%7CTipoDecisao%3Amonocr%25C3%25A1tica%7CTipoDecisao%3Anull%29&requiredfields=Relator%3ACarlos%2520Eduardo%2520Richinitti&as_q=> Acesso em: 25 out. 2013.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul. **Recurso Cível Nº 71003778719**, Primeira Turma Recursal Cível, Turmas Recursais, Relator: Carlos Eduardo Richinitti, Julgado em 21/11/2012. Disponível em: <http://www1.tjrs.jus.br/busca/?q=compras+coletivas&tb=jurisnova&partialfields=tribunal%3ATurmas%2520Recursais.%28TipoDecisao%3Aac%25C3%25B3rd%25C3%25A3o%7CTipoDecisao%3Amonocr%25C3%25A1tica%7CTipoDecisao%3Anull%29&requiredfields=Relator%3ACarlos%2520Eduardo%2520Richinitti&as_q=> Acesso em: 25 out. 2013.