

OS NOVOS PARADIGMAS DO DIREITO NOS CONTRATOS DE COMPRA COLETIVA.

Evandro Junior SPIGAROLI¹

RESUMO: Com o surgimento dos sites de compra coletiva nos Estados Unidos em 2008, e no Brasil desde 2010, ocorreram inovações na modalidade de comércio eletrônico através da internet, nos mais diversos âmbitos. Fazendo-se necessário, por sua vez, que o Direito acompanhe esse processo evolutivo, regulamentando e estabelecendo normas, que além de conduzir essa relação de consumo, delimitem a responsabilidade de cada ente jurídico, e principalmente proporcionem a tutela jurisdicional adequada para cada demanda.

Palavras-chave: compras coletivas, responsabilidade civil, defesa do consumidor, novas legislações.

1 INTRODUÇÃO

O Direito, enquanto uma ciência de inestimável importância para a manutenção da paz social e da justiça deve atentar-se sempre para a evolução de todas as áreas do conhecimento, e com estas evoluir, conformar-se, estabelecendo leis que contenham não somente as regras, as sanções, mas as normas necessárias para que estas transformações ocorram em favor da humanidade.

E com esta evolução tecnológica atual cada vez mais ilimitada, veloz e digital, a gama de benefícios e malefícios proporcionados pelas transformações nos hábitos e formas de relação humana, também parecem não ter limites. Observa-se que nos últimos anos, ocorreram fenômenos surpreendentes, desde a explosão de sites de relacionamento como o facebook, ao fato de pessoas comuns ganharem fama em questão de pouquíssimo tempo.

Neste mesmo ritmo encontra-se a mudança no meio de comercialização na internet, principalmente no que se refere aos sites de compra

¹ Graduado em Pedagogia pela UNESP – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, e discente do 2º ano do curso de Direito das Faculdades Integradas “Antonio Eufrásio de Toledo” de Pres. Prudente / SP. E-mail: evandro_spigaroli@unitoledo.com.br.

coletiva, tema específico, tratado nesse artigo. E claro, não podemos deixar de mencionar o crescimento da prática de crimes virtuais, que vão até a esfera penal e que se modernizam em velocidade desproporcional ao Direito.

Antes de adentrarmos o conceito em si de compra coletivas e os demais tópicos deste artigo, é preciso entender que o comércio eletrônico, não muito diferente das demais formas de comércio, também é passível de vícios, ilegalidades, e de certo modo, oferece um risco maior, pois não há o contato direto e prévio com objeto de consumo. Ou seja, nem sempre o produto ou serviço oferecido condiz com a imagem ou com a oferta, ocorrendo a denominada publicidade enganosa e outras práticas abusivas, como a não entrega do produto ou não realização do serviço.

Isso tudo gera um grau de constrangimento e insatisfação muito grande nos consumidores, que sofrem para conseguir resolver a situação, ou pelo menos serem ressarcidos. Mesmo com a atuação do PROCON, que contribui e muito para a solução de conflitos, e para que seja respeitado o Código de defesa do consumidor, a demanda acerca de violação dos direitos dos consumidores cresce diariamente. Por isso, se faz necessária algumas reformas legislativas, em especial no CDC, para acompanhar esse processo, e exercer uma melhor tutela jurisdicional respeitando os direitos fundamentais de qualquer cidadão.

Através de uma pesquisa bibliográfica e virtual acerca do tema, encontramos diversas linhas de raciocínio, e nos cativou muito, em especial, o que se refere às novas legislações que visam tutelar este ramo: A Lei Nº 6161 de 9 de janeiro de 2012 – do Estado do Rio de Janeiro, já vigente, o PL 001/2012 aprovado no MS, o PL 558/2011 em tramitação em São Paulo, e o PL 1232/2011 - Projeto de Lei em tramitação na Câmara dos Deputados.

Com isso, pretendemos explicar de maneira perspicaz, colaborando para a compreensão, e quem sabe, na construção desses novos paradigmas do Direito nos contratos de compra coletiva.

2 DO CONCEITO DE COMPRAS COLETIVAS

Trata-se de uma nova tendência de mercado, em que ocorre uma parceria entre as empresas de sites de compra coletiva que disponibilizam em seus domínios os produtos e serviços dos fornecedores. Há uma variedade imensa de opções de compra, os mais diversos ramos de sociedades empresárias e profissionais, que oferecem produtos e serviços com descontos normalmente entre 40% e 90%, ou seja, em boas condições que propiciam o consumismo.

Segundo matéria da jornalista Renata Betti, publicada na revista VEJA em abril de 2011, essa nova modalidade de compras começou nos Estados Unidos em 2008, com um músico que arregimentou na rede de computadores pessoas interessadas em adquirir o mesmo produto. Então, ele entrou em contato com os fornecedores para negociar o preço do produto almejado pelo grupo de pessoas reunidas. Esse foi o ponto de partida para a eclosão dos sites especializados em compras coletivas.

De lá pra cá se tornou um ramo extremamente lucrativo, que teve rápida ascensão e disseminou-se por todo o mundo. No Brasil no início de 2010 surgiu o peixe urbano, e com ele vieram outros milhares de sites, facilmente encontrados listados por cidade na internet, chegando a mais de 1.000 apenas no primeiro ano.

Atualmente, no município de Pres. Prudente / SP há cerca de 11 sites em atividade: Aldeia ativa, clickon, clube melancia, clube mixaria, desconto combinado, desconto do Salim, mercado zero, na colmeia, pexinxaria, quero 2, e república da banana. (FONTE: - site da Rede Coletiva).

Normalmente as ofertas ficam disponíveis no site por um período, onde é necessário que se preencha um determinado número de vagas para a validação ou não da oferta aos consumidores, e conseqüentemente o direito de usufruir do produto ou serviço. A forma de pagamento é facilitada, seja no cartão ou boleto bancário, tornando-se acessível a praticamente todas as classes sociais.

3 DA RESPONSABILIDADE

De acordo com Cavalieri Filho “o *dever jurídico é uma conduta externa imposta pelo Direito Positivo, cuja violação gera outro dever jurídico: o de reparar o dano*”. Em outras palavras, a responsabilidade é a “obrigação” de reparar o dano ou de indenizar, em consequência da violação de outro dever jurídico primário, seja de ordem legal ou contratual.

A responsabilidade se divide em várias espécies: *civil ou penal, contratual ou extracontratual, subjetiva ou objetiva, solidária ou subsidiária*, mas não vamos entrar em todos esses conceitos para delimitar o tema em questão neste artigo. É importante saber que, O Código de Defesa do Consumidor não refere diferença entre a responsabilidade contratual e extracontratual, estabeleceu como regra a responsabilidade objetiva, sem necessidade de comprovação de culpa, reportando a responsabilidade subjetiva para os profissionais liberais, conforme estabelece o art. 14, § 4º do CDC.

Vale ressaltar que, reconhecendo a vulnerabilidade do consumidor, o CDC inverteu o ônus da prova, partindo da premissa que o fornecedor deve suportar os riscos da atividade por colocar produtos e serviços no mercado, lucrando com tal situação, devendo para tanto, repartir o ônus com a sociedade (risco do empreendimento), impôs como regra do estatuto a responsabilidade objetiva do fornecedor.

Na responsabilidade objetiva o lesado não precisa comprovar que a conduta foi culposa, bastando, somente, a comprovação do defeito, nexo de causalidade e o dano. O Código Civil é claro no art. 927 trazendo expressamente que “aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo.” Veja-se que o art. 927 faz remissão ao art. 186 e 187, principalmente no primeiro que define o conceito de ato ilícito perpetrado por “aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito”.

Segundo Lima, em brilhante artigo publicado na revista eletrônica *jus navigandi*, a relação existente entre os sujeitos da compra coletiva podem ser tanto regulada pelo direito civil, como pelo direito do consumidor. No caso vai depender da profissionalização do fornecedor, se este dispõe no mercado produto e/ou serviço

com habitualidade. Porém a relação entre o site e o consumidor será sempre de consumo, sendo aquele um comerciante para fins de aplicação do CDC.

3.1 Da responsabilidade Subsidiária nos acidentes de consumo, ou fato dos produtos e dos serviços.

Feitas as ponderações, e definindo os sites de compras coletivas como comerciantes, a responsabilidade pelo fato do produto está descrita no art. 12 da lei nº 8.078/90, o prevê que “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”.

Segundo Denari: *“A lei consumerista impõe a responsabilidade objetiva pelos danos ocasionados advindo de defeito do produto, o que pode acontecer em diversos momentos, na concepção, na produção ou na informação ou comercialização”.*

Lima esclarece que no caso do mercado de compras coletivas, onde na cadeia de fornecedor poderá ter vários fornecedores, há responsabilização diferente para determinados agente da cadeia. Os fornecedores primários, sendo eles fabricantes, construtores, produtores ou importadores, responderão objetiva e solidariamente pelos danos ocasionados aos consumidores, cabendo-lhes posteriormente o direito de regresso ao responsável pela causação do dano.

Seguindo essa linha, quando se referir aos defeitos dos produtos, o site de compras coletivas, bem como o fornecedor primário comerciante, somente se responsabilizarão de forma subsidiária quando houver a incidência dos incisos do art. 13 do Estatuto Consumerista, ou seja, (I) quando 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.

Deste modo, o site de compras coletivas não presta diretamente os serviços do fornecedor primário, cabendo-lhe unicamente a oferta e intermediação dos serviços, divulgando este para os consumidores e sendo remunerado de forma indireta. Desta feita só responde pelo fato do serviço quem presta diretamente o serviço não se aplicando essa responsabilidade por acidentes de consumo pela prestação de serviço ao fornecedor intermediário das compras coletivas.

É conveniente a aplicação analógica do art. 13 do CDC numa equiparação com o fornecedor intermediário de circulação de bens do retro art. À exceção do retro exposto o site responderá ser der causa ao acidente de consumo, onde responderá nos termos do art. 7º, parágrafo único do CODECON. Geralmente sua responsabilidade será em função da informação insuficiente e inadequada sobre a prestação de serviço, cuja oferta é o site quem promove.

3.2 Da Responsabilidade Solidária pelos vícios dos produtos e dos serviços.

Os vícios do produto e do serviço são defeitos que lhes tornam impróprios ou inadequados para o consumo, sendo estes de qualidade ou quantidade, gerando uma depreciação econômica dos bens viciados. Neste caso, diferentemente da responsabilidade do fato do produto e do serviço, não há subsidiariedade ou exclusão de qualquer fornecedor, respondendo todos de forma solidária pelos vícios apresentados no produto ou serviço.

O art. 18 do CDC ao falar do vício do produto estabelece que “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 as 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”.

Já o art. 20 menciona que “o fornecedor de serviços responde pelos vícios de qualidade que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor,

assim como por aqueles decorrentes da disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária”. Para Lima, 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.

Haja vista que o site de compras coletivas que é um comerciante intermediário, que tem em vista a sua remuneração indireta pela circulação de produtos e serviços, é igualmente, fornecedor para efeito da aplicação da responsabilidade objetiva solidária. O site quando se responsabilizar pelo vício, não tendo contribuído para a formação deficiente do produto ou serviço, poderá promover ação regressiva em face do fornecedor primário, no intuito de recuperar o prejuízo impingido pela reparação ao consumidor.

O objetivo dessa solidariedade seria dar efetividade ao Código de Proteção e Defesa do Consumidor que prevê a facilitação da defesa dos direitos do vulnerável. De acordo com Lima, muitas vezes nesses sítios de compras, onde as aquisições são efetuadas a distância, o consumidor não tem acesso ao fornecedor primário, estabelecendo na grande maioria contato somente com o fornecedor intermediário, o site, que para o consumidor é quem está lhe vendendo, não sabendo, em face da sua vulnerabilidade informacional, fática e técnica, discernir o verdadeiro fornecedor do produto ou serviço.

Desta forma, um dos autores do anteprojeto do CDC Zelmo Denari, entende que *“por critério de comodidade e conveniência o consumidor, certamente, dirigirá sua pretensão contra o fornecedor imediato”*, demonstrando que para facilitar a defesa dos direitos do consumidor é fundamental a solidariedade entre os fornecedores no âmbito da responsabilidade pelo vício do produto e do serviço.

4 DA INOVAÇÃO LEGISLATIVA

Compreendido o conceito de compra coletivas, a responsabilidade subsidiária ou solidária dos sites, passaremos agora a tratar das novas leis que pretendem colaborar na defesa dos consumidores e na organização dessa nova forma de comércio.

Por hora, encontramos vários exemplos de Projetos de Lei específicos sobre o comércio de compras coletivas. Na Câmara dos deputados como já mencionado está em tramitação o PL 1232/2011, em SP também tramita o PL 558/2011, no MS já foi aprovado o PL 001/2012, e no RJ já está vigente a Lei nº 6161/2012, publicada no início deste ano, e que segue abaixo na íntegra para tecermos alguns comentários:

LEI Nº 6161, DE 9 DE JANEIRO DE 2012.

ESTABELECE PARÂMETROS PARA O COMÉRCIO COLETIVO DE PRODUTOS E SERVIÇOS ATRAVÉS DE SÍTIOS ELETRÔNICOS NO ÂMBITO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO.

O GOVERNADOR DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
Faço saber que a Assembléia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º As empresas que exploram o comércio eletrônico de vendas coletivas, deverão manter serviço telefônico de atendimento ao consumidor, gratuito e de acordo com as normas do Decreto Federal nº 6523/2008.

Art. 2º As informações sobre a localização da sede física da empresa de vendas coletivas deverá constar na página eletrônica da mesma.

Art. 3º As ofertas deverão conter no mínimo, as seguintes informações:

- I – Quantidade mínima de compradores para a liberação da oferta;
- II – Prazo para a utilização da oferta por parte do comprador, que deverá ser de, no mínimo, 03 (três) meses;
- III – Endereço e telefone da empresa responsável pela oferta;
- IV – Em se tratando de alimentos, deverá constar da oferta informações acerca de eventuais complicações alérgicas e outras complicações que o produto pode causar;
- V – Quando a oferta consistir em tratamentos estéticos ou semelhantes, deverá constar no anúncio as contra indicações para sua utilização;
- VI – A informação acerca da quantidade de clientes que serão atendidos por dia e a forma de agendamento para a utilização da oferta por parte dos compradores;
- VII – A quantidade máxima de cupons que poderão ser adquiridos por cliente, bem como o período do ano, os dias de semana e horários em que o cupom da oferta poderá ser utilizado;

Art. 4º Caso o número mínimo de participantes para a liberação da oferta não seja atingido, a devolução dos valores pagos deverá ser realizada até 72 (setenta e duas) horas.

Art. 5º As informações sobre ofertas e promoções somente poderão ser enviadas a clientes pré-cadastrados através do sítio, contendo expressa autorização para o recebimento das informações em sua conta de correio eletrônico.

Art. 6º O recolhimento do ICMS deverá ser efetuado em favor do Estado do Rio de Janeiro, independente da localização da sede da empresa de compras coletivas. VETADO

Art. 7º O descumprimento do contrato, cuja compra tenha sido concluída com sucesso pelos consumidores, gerará obrigações para a empresa de compras coletivas ou para a empresa responsável pela oferta do produto ou do serviço.

Art. 8º As empresas de que trata a presente Lei terão o prazo de 90 dias para se adequarem às suas determinações.

Art.9º Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Rio de Janeiro, em 9 de janeiro de 2012.

SÉRGIO CABRAL - GOVERNADOR

Esta Lei é bem clara, diríamos até que autoexplicativa. E os demais projetos de lei aprovados ou em tramitação seguem este mesmo padrão. No geral as novas legislações trazem em seus artigos:

- O dever de disponibilizar o atendimento telefônico gratuito aos consumidores;
- A obrigatoriedade de conter o endereço das sedes em suas páginas;
- Quantidade mínima de compradores para liberação da oferta;
- Prazo para a utilização da oferta de no mínimo de três meses;
- Endereço e telefone da empresa responsável pela oferta;
- As advertências e contraindicações referentes a alimentos e produtos de estética e demais serviços;
- O prazo de até 72 h para a devolução do dinheiro caso a quantidade de compradores da oferta não sejam atingidas;
- Os emails com propagandas e ofertas deverão ser enviados somente a clientes previamente cadastrados;
- O Recolhimento do ICMS;
- O prazo para adequação dos sites as novas legislações.

5 CONCLUSÃO

Como pudemos verificar os sites de compra coletiva 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.

Para evitar problemas, o consumidor deve estar atento aos cuidados para comprar com segurança e qualidade nos sites de compra coletiva. Deve sempre verificar a idoneidade não só do portal que veicula a oferta, mas também do estabelecimento que a comercializa; ficar atento às regras e detalhes da oferta,

como validade, prazos e restrições; exigir nota fiscal no valor do cupom, ou seja, considerando o desconto; e, por fim, programar-se, para não adquirir um serviço sem ter tempo de consumi-lo.

Ficou evidente a necessidade de uma legislação federal que regulamente o setor para que o consumidor deixe de ser vítima do jogo de empurra entre os sites e os fornecedores, embora o Código de Defesa do Consumidor (CDC) seja muito claro em relação à responsabilidade solidária. Assim que aprovado o PL 1232/2011, que tramita na Câmara dos Deputados, a situação deve ficar mais bem organizada e tutelada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARRUDA, João. **Projeto de Lei nº 1234/2011**. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=50048>> 1. Acesso: em 24 maio 2012.

BRASIL. **Código civil**. Brasília: Câmara dos Deputados, Coordenação de Publicações, 2002.

BRASIL. **Código de defesa do consumidor**: Lei 8.078 de 11/09/90. Brasília, Diário Oficial da União, 1990.

BETTI, Renata. **VEJA: Agora a liquidação é em casa**. 2.204. Ed. São Paulo: Editora Abril, 2011. p. 77.

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

FACULDADES INTEGRADAS “ANTONIO EUFRÁSIO DE TOLEDO”. **Normalização de apresentação de monografias e trabalhos de conclusão de curso**. 2007 – Presidente Prudente, 2007, 110p.

FILHO, Sergio Cavalieri. **Programa de Responsabilidade Civil**. 5ª. Ed. São Paulo: Editora Malheiros, 2003.

LIMA, Denis Eduardo Pontes Santos. **A responsabilidade civil decorrente das compras coletivas**. Jus Navigandi, Teresina, ano 16, n. 2866, 7 maio 2011 . Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/19053>>. Acesso em: 24 maio 2012.

RIO DE JANEIRO. **Lei Nº 6161 de 9 de janeiro de 2012**. Disponível em: <<http://www.procon.rj.gov.br/comprasinternetreg.html>> Acesso: em 24 maio 2012.

ROSSI, Adilson. **Projeto de Lei Nº 538/2011**. Disponível em: <<http://www.bolsadeofertas.com.br/projeto-de-lei-5582011-busca-regulamentar-compras-coletivas-em-sp/>> Acesso em: 24 maio 2012.

MATOS, Onevan de. **Projeto de Lei Nº 001/2012**. Disponível em <<http://www.bolsadeofertas.com.br/aprovado-em-ms-projeto-de-regulamentacao-dos-sites-de-compras-coletivas/>> Acesso: em 24 maio 2012.