

## A RESPONSABILIDADE CIVIL NO COMÉRCIO VIRTUAL

Priscila Sennes DIAS<sup>1</sup>

**RESUMO:** O presente trabalho analisa, sob a perspectiva da responsabilidade civil, o comércio virtual e suas particularidades, aplicando-se o Código Civil Brasileiro, Código de Defesa do Consumidor e Direito Comparado. Nos dias atuais tal modalidade de comércio se faz cada vez mais presente, devendo, portanto estar sujeita às regras impostas pelo Direito e pela sociedade. Com uma nova relação contratual, surgem novos problemas que o Direito deve solucionar, e, conseqüentemente a sua normatização, no que tange à relações contratuais, é medida que se impõe. Não se pode mais considerar referida modalidade de contrato como algo isolado, mas sim, como algo presente em nossos dias. Diante disso, surgiram também novos problemas a serem abordados pelo direito, tais como o dever de indenizar, o direito de arrependimento, o ressarcimento em caso de produto com defeito, a responsabilidade civil do “site” que colocou o produto à venda, dentre outros temas, daí a necessidade de contextualizar a norma vigente face à essa nova situação fática. Há de se considerar que, embora a nossa legislação regulamente o contrato de compra e venda, este necessita ser atualizado, por não atentar para esta nova modalidade contratual, abrangendo, inclusive, normas técnicas inerentes à internet. Com a utilização cada vez mais frequente dessa modalidade de compra e venda, deve-se observar o dever de indenizar por parte do dono do “site” em caso de descumprimento de uma cláusula contratual. A atualização da norma vigente face à essa nova modalidade de contrato, visa melhorar a qualidade da tutela jurisdicional prestada, tornando-a célere.

**Palavras-chave:** Responsabilidade Civil. Contrato. Internet. Dever. Indenizar

### 1 INTRODUÇÃO

A compra e venda de objetos é prática corriqueira, desde os primórdios da civilização a troca de mercadorias permeia as relações, e, conforme a humanidade foi evoluindo, novas formas de comércio foram surgindo.

Com a utilização cada vez mais frequente da internet, cresceu o número de “sites” especializados em venda de produtos, trazendo facilidade tanto para fornecedores, que atingem um número infinitamente maior de pessoas, quanto para

---

<sup>1</sup> Discente do curso de pós-graduação em Direito Civil e Processual Civil das Faculdades Integradas “Antonio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente.

consumidores, que podem adquirir produtos com preço diferenciado e no conforto do seu lar, fazendo com que essa modalidade de comércio se tornasse cada vez mais comum em nossa sociedade.

Diante de tal cenário, novos problemas surgiram, daí a necessidade de analisar essa nova modalidade contratual sob a óptica do Direito, a fim de buscar soluções para tais conflitos.

Assim, uma análise mais aprofundada desses questionamentos, sob a óptica processual, adaptando ao ordenamento jurídico vigente tal evolução, é medida que se impõe.

O avanço da tecnologia é algo visível e tem penetrado de forma decisiva no campo do Direito, não mais podendo ser considerado como uma perspectiva futura, mas sim, como algo presente que tem transformado a vida em sociedade.

Com a normatização dessa modalidade contratual, principalmente, no que tange à responsabilização do hospedeiro do “site”, numa perfunctória análise do Código de Defesa do Consumidor, tendo em vista tratar-se de fornecedor, não apenas viabiliza a transação, mas também evita que condutas defesas em lei fiquem sem a devida punição.

O presente estudo tem como objetivo detalhar essa modalidade de compra e venda, inclusive, estabelecendo a responsabilidade civil do hospedeiro do site, aqui tratado como fornecedor, sob a óptica do Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil vigente.

## **2 CONTRATO DE COMPRA E VENDA**

Em uma análise singela, define-se contrato de compra e venda como a troca de um objeto por dinheiro.

Conforme a humanidade foi evoluindo, surgiu a necessidade de se conceituar e regulamentar tal modalidade de contratual, buscando não só a formalização do negócio, mas também resguardar os direitos das partes envolvidas

e solucionar os litígios existentes. Vale lembrar, em nossa sociedade, tida como moderna, não há contrato mais importante e utilizado como este.

O contrato de compra e venda trata-se de uma obrigação, que é estruturada por um vínculo entre dois sujeitos, onde um satisfaz, em proveito do outro, uma determinada prestação. Assim sendo, tem-se de um lado o credor como sujeito ativo e, de outro, o sujeito passivo, o devedor.

Em sede de Direito Civil, tem-se que o contrato de compra e venda, nos dizeres de Sílvio de Salvo Venosa é: “oneroso, translativo bilateral ou sinalagmático (de prestações correspectivas) e geralmente comutativo”. (VENOSA, 2006, p.11).

Oneroso por supor equivalência nas prestações, já que ambas das partes obtêm vantagem econômica. O comprador tem direito de receber o bem e o vendedor o direito de obter a quantia em dinheiro respectiva, o preço.

A transferência da propriedade é uma consequência de referido contrato, logo, é translativo.

Diz-se bilateral porque ambas as partes assumem obrigações. O comprador tem o dever de pagar o preço combinado e o vendedor, por sua vez, deve entregar a coisa.

Nosso Código Civil, assim dispõe:

Art. 481. Pelo contrato de compra e venda, um dos contratantes se obriga a transferir o domínio de certa coisa, e o outro, a pagar-lhe certo preço em dinheiro.

A compra e venda civil é tida como ato de consumo, ao passo em que a compra mercantil é dada como ato especulativo, com a finalidade de lucro e revenda. Em ambos os casos, deve-se atentar para a proteção, por parte da Lei, das pessoas envolvidas no negócio, sendo que tais obrigações devem ser analisadas em conjunto, não só em sede de Direito Civil, como também no que tange às leis extravagantes, incluindo-se, principalmente, o Código de Defesa do Consumidor.

## 2.1 Contrato de Compra e Venda na internet

O contrato de compra e venda na internet, mais conhecido como e-commerce, constitui-se, numa modalidade de contratação à distância (não-presencial) para a aquisição de produtos ou serviços por meio eletrônico. E, numa análise ampla, abrange toda e qualquer forma de transação ou troca de informação comercial baseada na transmissão de dados em redes de comunicação.

Com o surgimento do chamado e-commerce, o conceito de estabelecimento empresarial também tomou nova forma. Em um conceito clássico, nos dizeres de Fábio Ulhoa Coelho, o estabelecimento empresarial “é o complexo de bens reunidos pelo empresário para o desenvolvimento de sua atividade econômica”. (COELHO, 2010,p.56).

Tendo em vista tal mudança, há a necessidade de se criar um novo tipo de estabelecimento comercial, o estabelecimento virtual.

Tomando por base o ensinamento de Coelho, tem-se:

Distingue-se do estabelecimento empresarial físico, em razão dos meios de acessibilidade. Aquele o consumidor ou adquirente de bens ou serviços acessa exclusivamente por transmissão eletrônica de dados, enquanto o estabelecimento físico é acessível por deslocamento no espaço.

O estabelecimento virtual possui inúmeras vantagens, mas as principais são um menor custo na manutenção da loja e maior visibilidade, o que, por via de consequência lógica, atrai um maior público.

Apesar das vantagens para os consumidores, no que tange à maior facilidade de compra e até mesmo uma maior gama de opções, estes enfrentam alguns problemas com esse tipo de estabelecimento, justamente, por não haver um contato físico entre vendedor e comprador.

Nesse tipo de comércio, muda-se o cenário, pois, de um lado está o fornecedor/vendedor, representado, apenas e tão somente, por uma página virtual (“site”), disponibilizada em um provedor de Internet, e do outro lado o consumidor, se utilizando de uma tecnologia que geralmente não domina.

Além da ausência física das partes contratantes, o principal problema consiste no fato de que o consumidor apenas visualiza o produto que pretendem adquirir por meio de fotografias e descrições realizadas unilateralmente pelo fornecedor. Não podendo, portanto, atestar a qualidade da mercadoria a ser adquirida, no momento da concretização do negócio, confiando apenas no que consta na chamada “loja virtual”, e, eventual defeito ou vício do produto ou serviço só será notado quando o mesmo chegar à sua residência, isso sem falar que, muitas vezes, o produto sequer é entregue.

Com relação aos tipos de contratos, estes diferem-se quanto aos sujeitos que participam da contratação. São três os principais tipos de contratos, quais sejam: B2B - business to business, B2C - business to consumer e C2C – consumer to consumer.

Coelho (2007, p.57), assim conceitua tais transações:

São três os tipos de estabelecimentos virtuais: B2B (que deriva da expressão business to business), em que os internautas são também empresários, e se destinam a negociar insumos; B2C (denominação derivada de business to consumer), em que os internautas são consumidores, na acepção legal do termo (CDC, art. 2º); e C2C (consumer to consumer), em que os negócios são feitos entre internautas consumidores, cumprindo o empresário titular do site apenas a função de intermediação [...]

A modalidade C2C está em pleno crescimento, sendo amplamente utilizada nos dias atuais.

Tal transação é realizada entre uma pessoa física que se utiliza de um “site” para intermediar o negócio, ou seja, é o comércio realizado diretamente entre os consumidores. Em outras palavras, é a modalidade de comércio eletrônico no qual não são envolvidos produtores e sim consumidor final com consumidor final.

Ante tal premissa, resta claro que o site intermediador é parte fundamental na realização do negócio jurídico, posto que é ele quem possibilita a aproximação entre as pessoas interessadas na compra e venda de determinados produtos.

Apesar de o e-commerce trazer vantagens para a economia, dada a velocidade em que as informações são transmitidas, este traz consigo um grande

problema no que diz respeito à responsabilidade civil do hospedeiro do “site”, mais precisamente na modalidade contratual C2C, que é a mais utilizada pela população.

Tal problema reside na dificuldade em se mensurar a responsabilidade do dono da página, posto que este não fornece nenhum produto, mas apenas intermedia a relação entre consumidores.

Diante dessas situações cada vez mais corriqueiras, ocorre uma maior insegurança por parte do consumidor nesse tipo de negociação, tornando-o vulnerável, devendo o legislador analisar o caso em concreto e aplicar a norma que melhor resguarde os direitos do consumidor.

### **3 LEGISLAÇÃO APLICÁVEL NO BRASIL EM SEDE DE E-COMMERCE**

Apesar de o e-commerce tornar-se mais comum a cada dia, não há em nossa legislação vigente, nenhuma norma específica que trate desse assunto com afinco.

O Código de Defesa do Consumidor (Lei N.º 8.078/90) norteia as relações de consumo, inclusive, no que diz respeito aos ao comércio virtual, e também estabelece a responsabilidade objetiva do fornecedor de produtos em um sentido amplo, com aplicabilidade no comércio virtual.

Cumprir estabelecer quem são as partes envolvidas no negócio, ou seja, o conceito de cada uma das partes.

Considera-se consumidor, nos termos do Artigo segundo da Lei como “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”, incluindo também a coletividade de pessoas, determináveis ou indetermináveis, que tenham participado nas relações de consumo.

Em suma, aquele que adquiriu um bem sem a finalidade de utilizá-lo em qualquer meio de produção, ou seja, é o destinatário final, é chamado de consumidor.

Com relação ao fornecedor, o Código foi bem abrangente ao estabelecer, em seu artigo 3º, “caput”, o seguinte conceito:

Art. 3º: Fornecedor 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.”

Repisa-se que para ser caracterizado como relação de consumo, é necessário a habitualidade no exercício da atividade de venda, ou seja, exercer função empresarial.

Nesta seara, equipara-se à fornecedor o hospedeiro do site, sendo assim, este tem o dever de indenizar o consumidor em casos de produtos com defeitos ou que não foram entregues na data apazada.

Um ponto importante nessa relação de consumo é o chamado vício do produto, pois o consumidor não vê o produto que está comprando, mas sim, uma foto, uma representação do bem que pretende adquirir.

Sendo assim, é necessário aplicar-se o disposto no Artigo 18, do Código de Defesa do Consumidor, o qual estabelece que os fornecedores respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade do produto, que torna-o impróprio ou inadequado ao consumo a que se destina ou ainda lhe diminua o valor, assim como por aqueles que decorrem da disparidade com as indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária. Tal responsabilidade atinge tanto bens duráveis quanto não duráveis.

Assim, numa análise extensiva, a descrição e as fotos do produto, veiculam o hospedeiro do “site”, pois trata-se de mensagem publicitária.

Constatado o vício, é direito do consumidor:

Art. 18 (...)

§ 1º Não sendo o vício sanado no prazo máximo de trinta dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;

II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III - o abatimento proporcional do preço.

Em princípio, o consumidor somente poderá fazer uso das alternativas acima descritas caso o vício não seja sanado em trinta (30) dias, contados do ato aquisitivo. Após o lapso de tal prazo sem solução da demanda, pode o consumidor fazer uso imediato dessas alternativas.

Quanto ao prazo para reclamar por vícios aparentes, o Artigo 26 do Código de Defesa do Consumidor dispõe que tal direito decai em trinta (30) dias para bens não duráveis e noventa (90) dias para bens duráveis. Caso o vício seja oculto, tal prazo começa a contar da data em que ficar evidenciado o defeito, conforme consta no §3º do Artigo supra citado.

Em sede de e-commerce, o §3º traz a melhor solução, posto que o consumidor somente terá conhecimento do defeito quando o produto chegar em sua casa.

Como dito anteriormente, por tratar-se de uma expectativa, haja vista que o consumidor não tem um contato real com o produto, cumpre estabelecer que o ônus da prova cabe ao fornecedor, o hospedeiro do “site”, ou seja, ele é que tem que comprovar que o produto entregue corresponde ao anunciado na página virtual.

Tem-se que aqui, uma típica situação de inversão do ônus da prova, garantido pelo Artigo 6º, VIII, do CDC, tendo em vista que o consumidor é hipossuficiente.

Outro ponto a ser considerado é o direito de arrependimento, ou seja, de desfazer o negócio sem ônus para o comprador/consumidor. A Lei não traz em seu texto, especificamente, tal situação, porém, em seu Artigo 49, trata da venda por telefone, e estabelece o direito de se arrepender da transação em sete (07) dias, contados da data do recebimento do produto, e ainda, o ressarcimento de eventuais valores pagos.

E quem pese o Código de Defesa do Consumidor abranger diversas situações existentes nas relações de consumo, não trata, especificamente, do comércio virtual, gerando assim, uma insegurança jurídica, devendo-se, portanto, utilizar referida Lei numa interpretação extensiva, para que o consumidor não fique sem suporte normativo na solução de conflitos que possam ocorrer em sede de e-commerce.

## 4 RESPONSABILIDADE CIVIL – CONCEITOS

Toda atividade que acarrete prejuízos gera responsabilidade ou dever de indenizar. Utiliza-se o termo responsabilidade em qualquer situação onde qualquer pessoa, natural ou jurídica, deve indenizar outrem por ato, fato ou negócio danoso.

Assim, a responsabilidade civil tem por objetivo buscar o restauro de um equilíbrio patrimonial e moral violado, voltando ao estado *quo ante*, ou, ao menos, procurar minimizar os prejuízos suportados pela parte lesada, através da via pecuniária.

Nos dizeres do ilustre Christiano Cassetari:

A responsabilidade civil pode ser conceituada como a obrigação imposta a uma pessoa de ressarcir os danos materiais e morais causados a outrem por fato próprio ou por fato de pessoas a coisas que dela dependem. Ela deve ser inserida na estrutura das relações obrigacionais, porque é um dos aspectos relevantes do Direito das Obrigações.

A responsabilidade civil tem caráter eminentemente patrimonial e deriva da violação de um dever jurídico contratual ou extracontratual.

O legislador do Código Civil de 2002 traça a ideia de ato ilícito em seus artigos 186 e 187, conceituando-os como toda violação a direito de outrem por ação, abrangendo também o titular de um direito que “ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes” (Artigo 187, “caput”, CC).

Ainda nesta seara, o Código Civil estabelece o dever de indenizar em seu Artigo 927:

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.

Referido artigo traz a responsabilidade de indenizar em função do dano, inclusive, de ordem exclusivamente moral.

Em nosso ordenamento pátrio, para que se configure o dever de indenizar é necessário haver a comprovação do dano e da conduta que gerou tal prejuízo.

Conforme dito anteriormente, tem-se que a responsabilidade do fornecedor, é objetiva, ou seja, independe de culpa, bastando a comprovação do dano e o nexo de causalidade.

A responsabilidade civil objetiva ocorre em duas hipóteses:

**a) quando há previsão legal expressa**, como a descrita no art. 931 do CC, que estabelece:

Art. 931. Ressalvados outros casos previstos em lei especial, os empresários individuais e as empresas respondem independentemente de culpa pelos danos causados pelos produtos postos em circulação;

**b) quando a atividade normalmente desenvolvida pelo autor do dano implicar em risco aos direitos de outrem.**

A ideia de atividade significa a sequência encadeada de atos normalmente desenvolvidos.

Em sede de e-commerce, tem-se que o hospedeiro do site é o fornecedor, tratando-se, muitas vezes, de uma empresa, com firma reconhecida, assim, tem-se que a responsabilidade deriva do artigo 931, do Código Civil vigente, e também pelo disposto no Artigo 14, “caput”, do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 14 – O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.(grifei)

Feitas tais considerações, passamos a tratar da responsabilidade civil em sede de e-commerce.

## 4.1 A Responsabilidade Civil no E-Commerce

Em que pese a interpretação extensiva da Lei vigente, a ausência de uma norma regulamentadora específica face ao aumento considerável de compras pela internet gerando uma insegurança na reparação de danos sofridos pelo consumidor.

Tratando-se de compra e venda na modalidade, C2C - consumer to consumer, deve-se ter uma cautela especial, no que diz respeito à responsabilização dos sites intermediadores por danos causados aos seus usuários, os quais se intitulam como mero ponto de encontro para pessoas que se interessam em vender ou adquirir produtos por meio da Internet.

Por se tratar de uma negociação virtual, as partes envolvidas não mantêm contato pessoal, facilitando a existência de fraudes e tornando insegura a transação a ser efetuada. Além disso, a possibilidade de enganos quanto ao produto oferecido aumenta consideravelmente dada a falta de contato físico.

Diante deste cenário, o consumidor tem enfrentado, corriqueiramente, problemas como a não entrega do produto ou do serviço adquirido, a entrega em endereço diverso, a falta de pontualidade nessas entregas, o recebimento de produto ou serviço diverso do adquirido, e, ainda, produtos ou serviços com vício ou defeito.

Outro problema recorrente é a impossibilidade na identificação do das partes envolvidas, tanto o vendedor quanto o comprador de um produto ou serviço que se utiliza de sites de intermediação para efetuarem as transações, gerando discussões sobre a real responsabilidade desses sites por eventuais danos causados aos seus usuários.

A argumentação principal desse tipo de site é a tese da ilegitimidade passiva, alegando em sua defesa não ser parte da relação jurídica online estabelecida entre comprador e vendedor e que seus serviços têm como única finalidade aproximar as partes que desejam negociar através da Internet, oferecendo um local para que essa aproximação ocorra.

Alega também que sua atividade se assemelha aos classificados de jornais impressos, que apenas oferece o espaço para a realização de anúncios, os quais atraem os respectivos compradores, não podendo se responsabilizar pela

transação efetuada, posto que não participa da negociação, e, por via de consequência lógica, não tem condições de controlar os termos do negócio, nem a sua execução.

Aduz que cabe à partes a negociação sobre forma de pagamento e a entrega da mercadoria, juntamente com os demais detalhes, devendo a responsabilidade por eventuais danos ocorridos recair sobre estes.

Tal tese não condiz com a realidade, pois, tendo em vista que está clara a relação de consumo, pois referidos sites enquadram-se como fornecedores de serviços e seus usuários como consumidores desses serviços. Efetivamente, não há como negar a prestação de serviços, pois o site disponibiliza o serviço de intermediador de pagamento e cobra comissões pelas vendas concretizadas, integrando a cadeia produtiva.

Com efeito, nossos Tribunais tem se pronunciado nesse sentido:

EMENTA: PROCESSUAL CIVIL. LEGITIMIDADE PASSIVA. ANÁLISE. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO. COMPRA E VENDA PELA INTERNET. FALHA NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO. PREJUÍZO MATERIAL. DEVER DE REPARAR. DANO MORAL. DEMONSTRAÇÃO. INOCORRÊNCIA. - Verificando que a causa de pedir da presente ação fundamenta-se na prestação de serviço defeituosa por parte da empresa demandada, não pairam dúvidas em relação à sua legitimidade passiva. - Evidenciada a falha na prestação dos serviços por parte da empresa ré, que não detectou prontamente a fraude eletrônica, evidenciado, ademais, os prejuízos materiais daí decorrentes, merece procedência o pedido de indenização. – A reparação por danos morais deve ser concedida somente nas hipóteses em que o evento cause grande desconforto espiritual, sofrimento demasiado, não podendo ser confundido com os simples aborrecimentos usuais do cotidiano. (BRASIL. TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE MINAS GERAIS. 2006)

Apelação Processo nº 0179673-03.2007.8.26.0100

Relator (a): Manoel Justino Bezerra Filho

Órgão Julgador: 28ª Câmara de Direito Privado

COMARCA: SÃO PAULO - 13ª VARA CÍVEL CENTRAL

APELANTE: MERCADOLIVRE.COM ATIVIDADES DE INTERNET LTDA

APELADO: MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO

VOTO Nº 21.105

Ação civil pública Direito do Consumidor Prestação de serviços Portal e-commerce que atua sob a denominação MercadoLivre.Com Afastada alegação de falta de interesse de agir do Ministério Público, em razão dos termos de ajustamento de conduta firmados. Interesse presente, eis que o objeto dos termos de ajustamento de conduta não coincidem com o objeto da ação civil pública ora sob exame, nada impedindo a apreciação pelo Judiciário, toda vez que houver violação ou ameaça a direito. – Legitimidade

do Ministério Público para propositura da ação civil pública, na defesa dos direitos da coletividade de consumidores Adequação da via eleita. Possibilidade da postulação de provimentos judiciais declaratórios e condenatórios pela via da ação civil pública. No mérito, verificação de que o portal e-commerce mantido pela requerida apelante presta serviços de veiculação e intermediação de produtos e serviços na Internet, integrando a cadeia de fornecimento que chega até o consumidor final. Relação de consumo caracterizada – Nulidade das cláusulas contratuais que exonerem ou limitem a responsabilidade da fornecedora, reconhecendo-se a responsabilidade civil, solidária e objetiva, por eventuais danos causados aos consumidores, nos termos do pedido inicial. Fornecedora que deve se abster de incluir cláusulas que atenuem ou exonerem sua responsabilidade, sob pena de multa, exceto na situação a seguir analisada. Possibilidade, porém de excluir contratualmente a responsabilidade da apelante pelas características intrínsecas do bem, tais como estado de conservação, qualidade, funcionamento, defeitos, etc., vez que a apelante não tem qualquer acesso ao bem, que passa diretamente do “vendedor” para o “comprador”, ressalvando-se, porém que o dinheiro remetido à apelante ou participante para o pagamento, só pode ser liberado em favor do vendedor após expressa autorização do comprador, ressalva sem efeito em caso de pagamento direto do comprador ao vendedor. Recurso parcialmente provido.

O argumento de que referidos sites tratam-se de mera fonte de classificados, semelhante aos jornais, logo, isentos de qualquer responsabilização, não condiz com a realidade, tendo em vista tratar-se de intermediadores e sua lucratividade advém das transações realizadas naquele espaço, posto que são remunerados não só pelo anúncio, mas também recebem uma porcentagem sobre a venda efetuada.

Assim sendo, tais páginas devem ser compreendidas como fornecedoras de serviços de provedores de conteúdo, possibilitando a aproximação entre pessoas interessadas em negociar produtos e serviços, e o seu papel é permitir o acesso ao site efetuar o registro dos interessados, guardar seus dados, prestar as informações necessárias para o uso de seu serviço e orientar seus usuários quanto aos procedimentos adotados.

Considerando ainda a hipossuficiência e vulnerabilidade do consumidor, deve-se considerar o Princípio da Boa Fé Objetiva, previsto nos arts. 4º, inciso III e 51, inciso IV, do CDC, posto que o este não deve arcar com todo o prejuízo sofrido, sendo integralmente penalizados por confiarem em um site que vende a impressão de confiabilidade.

Outro ponto a ser considerado é o que o consumidor jamais confiaria seu dinheiro ou produto a uma pessoa que sequer conhecesse a negociação não

houvesse sido intermediada por um site conhecido no mercado, o que causa no usuário uma falsa impressão de segurança, vindo este a concretizar a negociação.

Em suma, cada caso levado ao Judiciário deve ser analisado isoladamente, porém, devem ser observadas as suas peculiaridades, pois não se deve imputar responsabilidade à sites intermediadores de forma indiscriminada, pois tal situação dificultaria muito o exercício de sua atividade empresarial e ainda geraria um enriquecimento ilícito por parte dos consumidores, a chamada “indústria do dano moral”.

A medida mais acertada é medir a responsabilidade das partes no evento danoso, à luz dos princípios da Lei Consumerista, aqui estudados, e, constatado o dano, aquele que lhe deu causa deve arcar com os prejuízos sofridos.

## **5 CONCLUSÃO**

Com a crescente evolução da sociedade, especificamente em relação à internet e o comércio virtual, surge a necessidade de adequação do Direito aos novos conflitos sociais existentes, a fim de não desamparar aos que dele se socorrem.

O e-commerce vem sendo cada vez mais utilizado, principalmente a modalidade C2C - consumer to consumer, onde há um site de intermediação, no entanto, a legislação brasileira ainda não adotou uma posição sólida para os problemas advindos deste tipo de comércio.

A ausência de uma legislação que trate especificamente sobre esse tema, prejudica a solução da demanda levada ao Judiciário.

Insta salientar que a criação de uma norma específica acerca do tema não esgota todas as possibilidades, já que o ambiente virtual se transforma rapidamente, porém, tal norma tem como escopo nortear as decisões do Judiciário, tornando-o mais célere.

Sendo assim, tal legislação, juntamente com as normas gerais, como o Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil, tem como finalidade solucionar os conflitos existentes de maneira rápida e eficiente.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito Civil: Teoria Geral das Obrigações e Teoria Geral dos Contratos**. 10ª ed., São Paulo: Atlas S.A, 2010.

VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito Civil: Contratos em espécie**. 6ª ed., São Paulo: Atlas S.A, 2006.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Comentários ao Código Civil: Parte especial, Do Direito das Obrigações**. Saraiva, 2003.

Site: <http://www.tjmg.jus.br/portal/> (Acesso em 30 de julho de 2014).

Site: <http://www.tjsp.jus.br/> (Acesso em 30 de julho de 2014).

Vade Mecum Universitário de Direito RIDEEL – 8ª Ed., Rideel, 2010.