

## **SINOPSE DO CASE: compra e venda on-line: responsabilidade pela não entrega do produto.<sup>1</sup>**

Rodrigo Ferreira Costa<sup>2</sup>

José Humberto G de Oliveira<sup>3</sup>

### **1 DESCRIÇÃO DO CASO.**

GHUMERSSYNDHYLLYLSSONN KHREWDHYSSONN DA SILVA Adquiriu um projetor multimídia no valor de R\$ 6.666.66 do site de compras coletivas RHAMMO PEGHAESSEMONEYNOW no cartão de crédito HAHAHAKRED. O vendedor assegurou frete grátis e entrega em 7 dias, passados mais de 15 dias o comprador comunicou o vendedor que se eximiu da culpa alegando problemas de logística do fornecedor que era PHELIXCAT IMPORTADORES EIRELI que não efetuou a entrega no prazo marcado, diante do acontecido o comprador acionou o site pela responsabilidade e danos. É viável a condenação do site por danos morais e materiais?

### **2 IDENTIFICAÇÃO E ANÁLISE DO CASO.**

O Código Civil trata do contrato de compra e venda entre os artigos 481 a 532. O art.481 diz respeito ao conceito desse contrato que para Caio Mário da Silva Pereira é um “contrato em que uma pessoa (vendedor) se obriga a transferir a outra (comprador) a propriedade de uma coisa corpórea ou incorpórea, mediante o pagamento de certo preço em dinheiro ou valor fiduciário correspondente”(PEREIRA apud DINIZ, 2007, p 173). Ainda no que diz respeito a esse conceito Flávio Tartuce discorda da coisa no conceito anterior, pois para ele no contrato de compra e venda a coisa somente poderá ser corpórea, pois se for incorpórea não haverá compra e venda, mas tão somente contrato de cessão. (TARTUCE, 2011, p 272).

O contrato de compra e venda é formado por três elementos indispensáveis sob pena de nulidade, são eles: a coisa, o consentimento e o preço. A coisa deve ser lícita, alienável, determinada ou determinável nesse sentido Flávio Tartuce assevera que “a coisa deve ser lícita, determinada (coisa certa) ou determinável (indicada pelo gênero e quantidade) (...) alienável, ou seja, deve ser consumível no âmbito jurídico”. (TARTUCE, 2011, p 273), Maria Helena Diniz ainda acrescenta que o objeto deve ter existência ainda que em potencial no momento da realização do contrato. (DINIZ, 2007, p 177). O consentimento está

---

<sup>1</sup> Case apresentado à disciplina Contratos Cíveis e Comerciais, da Unidade de Ensino Superior Dom Bosco - UNDB.

<sup>2</sup> Aluno do 4º Período do Curso de Direito da UNDB.

<sup>3</sup> Professor Mestre, orientador.

diretamente relacionado com a capacidade das partes, pois estas devem gozar de suas capacidades, sob o risco do negócio ser nulo ou anulável, o consentimento deve ser livre e espontâneo devendo existir um nexos entre ele e os demais elementos do contrato de compra e venda, isto é, a coisa e o preço (TARTUCE, 2011). O preço segundo Maria Helena Diniz (2007, p 179)

Deverá apresentar: a) pecuniariedade, por constituir soma em dinheiro que o comprador paga ao vendedor em troca da coisa adquirida. Porém, nada obsta que seja pago por coisas representativas de dinheiro ou a ele redutíveis; (...) b) seriedade, pois deverá ser sério, real e verdadeiro, indicando firme objetivo de se constituir numa contraprestação relativamente ao dever do alienante entregar a coisa vendida, de modo que não denuncie qualquer simulação absoluta ou relativa; (...) c) certeza, isto é, deverá ser certo ou determinado para que o comprador possa efetuar o pagamento devidamente (...).

No que diz respeito ao contrato eletrônico, ele pode ser definido como “aquele, onde duas ou mais pessoas utilizam a internet como meio para manifestar suas vontades e concluir um contrato” (SOUZA, 2012). A evolução dos meios de comunicação implica no surgimento de novas demandas as quais o direito deve tutelar, as partes podem escolher a forma sob a qual preferem realizar o contrato e como não existe vedação legal à forma eletrônica nada impede que ela seja utilizada.

Outro aspecto relevante diz respeito à compra e venda coletiva que é uma modalidade de compra que surgiu nesta década, e segundo Luiz Gustavo Caratti de Oliveira (2013)

É uma modalidade de compra onde as pessoas adquirem o produto por meio de um lote, ou seja, diversas pessoas compram o mesmo produto, do mesmo fornecedor, ao mesmo tempo, pelo mesmo preço, obtendo assim um preço final com elevado desconto. Em alguns casos é necessário uma quantidade mínima de vendas para que a compra seja efetivada.

A compra e venda coletiva é uma relação jurídica que gera efeitos para as três partes envolvidas, são elas:

O site de compra coletiva (que deve conseguir fechar a proposta ou devolver o dinheiro, buscando parceiros que honrem com a oferta apresentada, bem como garantir que não haja fraude do cupom), o estabelecimento (que precisa cumprir com a venda do produto ou serviço no prazo, condições, preço e qualidade acordados em que toda e qualquer restrição deve estar clara no ato da venda e no próprio cupom) e o consumidor (que precisa estar atento para saber o que está contratando de fato). (PINHEIRO, 2010).

## **2.1 POSSÍVEIS DECISÕES.**

### **2.1.1 Não é viável a condenação do site por danos materiais e morais.**

O site não deve ser condenado, porque ele é apenas um espaço publicitário o qual possibilita a divulgação de produtos, assim como os jornais e revistas, isto é, ele é um mero

instrumento de publicidade, a responsabilidade é toda do fornecedor de produtos, pois foi este que colocou o produto no mercado.

### **2.1.2 É viável a condenação do site por danos materiais e morais**

O site deve ser condenado, pois o vendedor não pode se eximir da responsabilidade perante o consumidor em razão do site ser um fornecedor de serviços, dessa forma ele deve responder solidariamente com o fornecedor dos produtos.

## **2.2. Argumentos capazes de fundamentar cada decisão.**

### **2.2.1 Não é viável a condenação do site por danos materiais e morais.**

O site não deve ser condenado, já que a sua posição em relação ao vendedor e ao consumidor é de mero intermediário em razão de ser um espaço publicitário o qual os empresários buscam para a divulgação de seus produtos e serviços. Nesse sentido existiria ilegitimidade no polo passivo, pois não era o site que deveria estar presente nele, mas sim o fornecedor.

O contrato estabelecido entre o consumidor e o vendedor é um contrato de adesão, que segundo Orlando Gomes (2002, p 108)

No contrato de adesão uma das partes tem que aceitar, em bloco, as cláusulas estabelecidas pela outra, aderindo a uma situação contratual que encontra definida em todos os seus termos. O consentimento manifesta-se como simples adesão a conteúdo preestabelecido da relação jurídica.

O consumidor aceitou as condições impostas pelo vendedor, inclusive no que diz respeito à responsabilidade que em contrato foi estipulada somente em relação ao fornecedor. O consumidor aderiu ao contrato em razão de sua vontade (elemento essencial a constituição de qualquer contrato) dessa forma está vinculado a ele.

Alguns doutrinadores equiparam o site de compras coletivas a um fornecedor de serviços em razão das vantagens auferidas por eles que são remunerados através de comissões, caracterizando um prestação de serviços. Mesmo com base nessa afirmativa é possível eximir o site da condenação, já que o art. 12 do CDC do § 3º do CDC estabelece condições nas quais a responsabilidade do fornecedor será excluída, das hipóteses elencadas nesse dispositivo nos interessa a correspondente ao inciso I, que segundo João Batista de Almeida (2008, p 92)

a) quando o fornecedor provar que não colocou o produto no mercado (inciso I). Nesse caso, será terceiro estranho à obrigação de indenizar, porque a responsabilidade decorre exatamente da colocação no mercado. A responsabilização deverá incidir, nessa hipótese, sobre o real fornecedor ou sobre quem verdadeiramente tenha colocado o produto ou serviço no mercado.

A responsabilidade pela introdução do produto no mercado é toda de PHELIXCAT IMPORTADORES, sendo o site RHAMMO PEGHAESSEMONEYNOW um mero meio para esse fim. Portanto não é viável a condenação do site por danos morais e materiais.

### **2.2.2 É viável a condenação do site por danos materiais e morais.**

O site deve ser condenado, pois é de sua responsabilidade procurar e estabelecer contratos com fornecedores sérios que cumpram os prazos estipulados. Nesse sentido para corroborar a condenação a seguir será exposto o conceito de consumidor, fornecedor e serviços, estabelecidos pelo Código de Defesa do Consumidor, segundo este código,

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo. 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. § 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista (GONÇALVES, 2013).

Os dispositivos são claros, e das definições podemos concluir que o site é um fornecedor não de produtos, mas sim de serviços, nesse sentido afirma Gonçalves (2013) o site recebe vantagens (comissões) por seus serviços não só em relação ao vendedor que paga uma taxa para expor seu produto, mas também em relação ao consumidor, já que o preço dessa taxa é repassada a ele pelo vendedor no preço do produto. Outro aspecto que deve ser levado em consideração diz respeito à vulnerabilidade do consumidor que não tem condições de verificar idoneidade de quem está por trás das ofertas desses sites, dessa forma é dever do site fiscalizar seus fornecedores, nesse sentido afirma Mara Cristina Sifuentes (2012)

Os sites de intermediação, ou sítios de aproximação, atuam aproximando consumidores e fornecedores para celebração de negócios jurídicos, e nesta atividade criam para si o dever de desenvolver mecanismos de proteção aos usuários de seus serviços, de modo a minimizar os riscos inerentes a tais operações(...) Os consumidores detêm a expectativa de que um sistema desenvolvido por um profissional especialista atenua os riscos inerentes aos negócios jurídicos celebrados em tal ambiente. Dessa forma, quando os internautas, atraídos pela publicidade, recorrem a tais *sites*, caracteriza-se a existência de um vínculo de confiança, o que constitui elemento de integração do *site* de intermediação na cadeia de distribuição, e, com isso, o sujeita a responder perante seus consumidores em caso de frustração do contrato.

Por ser intermediador o site integra a relação jurídica não podendo se eximir das responsabilidades inerentes a ele. O vendedor alegou problemas de logística do fornecedor para se eximir da culpa, no entanto segundo o art. 51 caput e , III do CDC que diz respeito a cláusulas de contratuais nulas em razão de seu caráter abusivo, o vendedor não pode transferir

a responsabilidade para terceiro, dessa forma não há como o vendedor se eximir da responsabilidade visto que é vedada a transferência desta a terceiro.

O art.6º do Decreto nº 7.962/2013 que regulamenta o Código de Defesa do Consumidor no que diz respeito à contratação no comércio eletrônico assevera que “As contratações no comércio eletrônico deverão observar o cumprimento das condições da oferta, com a entrega dos produtos e serviços contratados, observados prazos, quantidade, qualidade e adequação”. O site de compras coletivas RHAMMO PEGHAESSEMONEYNOW assim como o fornecedor PHELIXCAT IMPORTADORES EIRELI foram os responsáveis pela causação do dano, e, em razão disso responderão solidariamente, como estabelece CDC

Art. 7º, parágrafo único. Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo; art. 25, § 1º Havendo mais de um responsável pela causação do dano, todos responderão solidariamente pela reparação prevista nesta e nas seções anteriores.

A solidariedade implica na legitimidade do comprador exigir a reparação do dano sofrido tanto do vendedor quanto do site de venda, nos termos do art.18, II “poderia exigir a restituição imediata da quantia paga monetariamente atualizada, sem prejuízo de perdas e danos”. Portanto é viável a condenação do site por danos materiais e morais.

### **2.3 Descrição dos Critérios e Valores (Explícitos e/ou Implícitos) Contidos em cada Decisão Possível.**

#### **2.3.1 Não é viável a condenação do site por danos morais e materiais.**

O contrato faz lei entre as partes, o pacta sun servanda é um dos princípios que rege a relação contratual. Ao assinar o contrato de adesão o consumidor fica ciente das condições as quais terá que se submeter, dessa forma o site não poderá arcar com uma responsabilidade que não assumiu. Outro aspecto diz respeito à ilegitimidade no polo passivo (site), já que este não foi o responsável pela inserção do produto no mercado e a responsabilidade objetiva está vinculada a inserção do produto no mercado, nesse sentido a parte legítima seria o fornecedor de produto.

#### **2.3.2 É viável a condenação do site por danos morais e materiais.**

A boa-fé objetiva e a solidariedade são princípios que regem o Código Civil. A primeira é presumida em qualquer relação contratual, seja ela realizada por meios tradicionais, seja por meio eletrônico, dessa forma o site tem o dever de fiscalizar os seus fornecedores em razão da vulnerabilidade do consumidor, tanto na questão financeira quanto no que diz respeito à falta de aparato técnico para ter ciência da idoneidade do fornecedor do produto, nesse contexto entra o princípio da solidariedade que vincula o site ao fornecedor em

razão de existir um contrato entre eles, dessa forma deve o site responder solidariamente com o fornecedor de produtos.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, João Batista de. **A proteção jurídica do consumidor**. 6. Ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2008.
- BRASIL. Lei nº 7.962, de 15 de março de 2013. **Dispõe sobre a contratação no comércio eletrônico**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7962.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7962.htm). Acesso em: 09/09/2013.
- DINIZ, Maria Helena. **Direito civil brasileiro**: teoria das obrigações contratuais e extracontratuais. 21.ed. S.Paulo:Saraiva, 2007.
- GONÇALVES, Raony Rennan Feitosa de Menezes. Contrato de compra e venda coletiva através de agenciamento eletrônico: responsabilidade solidária ou subsidiária?. **Jus Navigandi**, Teresina, ano18, n. 3690, 8 ago. 2013. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/25133/contrato-de-compra-e-venda-coletiva-atraves-de-agenciamento-eletronico-responsabilidade-solidaria-ou-subsidiaria#ixzz2eT0nXRUw>>. Acesso em 08/09/2013.
- GOMES. Orlando. **Contratos**. Rio de Janeiro, Forense, 2002.
- OLIVEIRA, Luiz Gustavo Caratti de. As compras coletivas e o Código de Defesa do Consumidor. In: **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, XV, n. 104, set 2012. Disponível em: <[http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=11916](http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=11916)>. Acesso em 09/09/2013.
- PINHEIRO, Patrícia Peck. Compras coletivas: aspectos legais, direitos das partes para que a compra seja bem sucedida. **Revista jurídica**. 2010. Disponível em <http://revistavisaojuridica.uol.com.br/advogados-leis-jurisprudencia/63/artigo225438-2.asp>> Acesso em: 09/09/2013.
- SIFUENTES, Mara Cristina. Responsabilidade civil na relação de consumo em ambiente virtual. In: **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, XV, n. 96, jan 2012. Disponível em: <[http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=10971](http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=10971)>. Acesso em: 08/09/ 2013.
- SOUZA, Ysis Lorenna da Cruz. Os contratos Eletrônicos e o ordenamento jurídico Brasileiro. **Moografias Brasil Escola**. 200[?]. Disponível <<http://monografias.brasilecola.com/direito/os-contratos-eletronicos-ordenamento-juridico-brasileiro.htm>> Acesso em: 08/09/2013.
- TARTUCE, Flávio. **Direito Civil**: Teoria Geral dos Contratos e Contratos em espécie. V.3. 6.ed. São Paulo: Método, 2011.