

# **A RESPONSABILIDADE DOS SITES DE COMPRAS COLETIVAS**

## **NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

### **THE RESPONSIBILITY OF THE DEAL-OF-THE-DAY WEBSITES ON THE CONSUMER RELATIONS**

Aglais Cristina Gondim Tabosa Freire<sup>1</sup>

Geovana Maria Cartaxo de Arruda

Freire<sup>2</sup>

#### **RESUMO**

O comércio eletrônico na modalidade de compras coletivas, por ser uma forma mais prática e acessível de aquisição de produtos e serviços, tem atraído muitos consumidores, os quais muitas vezes, por falta de conhecimento, têm seus direitos violados nessas relações de consumo. Como a sociedade da informação evolui de forma mais rápida que o Direito, existem ainda alguns questionamentos legais acerca do tema, por exemplo, a própria capacidade de o Código de Defesa do Consumidor operar como um instrumento hábil para regular o instituto do comércio eletrônico, especificamente no que concerne às compras coletivas, tendo em vista a natureza técnica desses conflitos, o que reclama uma norma específica. Este artigo, portanto, com base em uma pesquisa de cunho bibliográfico, pretende analisar a responsabilidade dos sites de compras coletivas nas relações consumeiristas, bem como apresentar o anteprojeto do novo Código de Defesa do Consumidor, no que concerne ao comércio eletrônico, o projeto de lei nº 1232/11, que regulamenta as compras coletivas, e o decreto nº 7.962/2013, o primeiro diploma normativo que regulamenta expressamente os direitos do consumidor no comércio eletrônico.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comércio eletrônico; Responsabilidade; Sites de compras coletivas; Relações de consumo.

#### **ABSTRACT**

The electronic commerce in the form of deal-of-the-day, to be a more practical and cheaper of acquisition of products and services, has attracted many consumers who a lot of times, for lack of knowledge, have their rights violated on these consumer relations. As the information

---

<sup>1</sup> Aluna do 11º semestre do curso de Direito da Universidade de Fortaleza (Unifor). E-mail: cristinagtf@yahoo.com.br. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1506440805591291>.

<sup>2</sup> Mestre em Direito e Desenvolvimento pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Atualmente, professora da UFC. E-mail: geovanacartaxo@gmail.com. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1146319227790808>.

society evolves faster than the Law, there are still some legal questions about the subject, for example, the very capacity to the Code of Consumer Protection operate as an able instrument to regulate the e-commerce institute, more specifically with respect to the deal-of-the-day, in view of the technical nature of these conflicts, which complains a specific law. This article, therefore, based on a bibliographical research, intends to analyze the responsibility of deal-of-the-day websites on the consumer relations, as well as to present the draft of the new Code of Consumer Protection, with regard to e-commerce, law project 1232/11, that regulates the deal-of-the-day, and the Decree n° 7.962/2013, the first legislative instrument that regulates expressly the rights of consumers in electronic commerce.

**KEYWORDS:** Electronic commerce; Responsibility; Deal-of-the-day websites; Consumer relations.

## INTRODUÇÃO

A difusão dos recursos tecnológicos, no cotidiano da sociedade da informação, provocou sérias alterações no modo como as pessoas se relacionam e produzem riquezas. A massificação do fenômeno das compras coletivas no comércio eletrônico, por exemplo, alterou as relações de consumo, ampliando a vulnerabilidade do consumidor em face dos fornecedores. Dessa forma, é necessário esclarecer que, ao adquirir produtos e serviços, nessa modalidade de comércio, o usuário da Internet encontra-se na condição de consumidor, portanto amplamente protegidos pela legislação consumeirista.

Assim, o presente trabalho pretende abordar a necessidade de uma evolução normativa, a fim de atender os novos conflitos surgidos a partir das transformações que emergiram com a sociedade da informação. Será necessária a adoção de uma legislação mais específica, ou o Código de Defesa do Consumidor, por ser uma norma principiológica, é capaz de resolver as lides resultantes das compras coletivas realizadas por meio do comércio eletrônico?

Este artigo pretende apresentar um estudo teórico, com base em uma investigação de natureza bibliográfica, isto é, a partir da utilização de livros, teses de mestrado, documentos eletrônicos, artigos jurídicos e jurisprudências, bem como da legislação brasileira, com o objetivo de dissertar acerca da responsabilidade dos sites de compras coletivas em face do consumidor.

Antes de adentrar no mérito da responsabilidade dos sites de compras coletivas nas relações de consumo, é necessário contextualizar o impacto da evolução das novas tecnologias na sociedade da informação e o modo como tais transformações resultou no surgimento do Direito da Tecnologia da Informação. Posteriormente, serão explanados os aspectos gerais dos contratos eletrônicos e dos sites de compras coletivas, para que seja possível analisar a responsabilidade dessas empresas, em face do consumidor, no comércio eletrônico das compras coletivas.

Finalmente, serão analisados o Anteprojeto do novo Código de Defesa do Consumidor, o qual disciplina, dentre outras matérias, o comércio eletrônico; o Projeto de lei nº 1232/11, que pretende regulamentar o comércio eletrônico dos sites de compras coletivas, com o objetivo de estabelecer regras de condutas para essas empresas, para resguardar os direitos dos consumidores; e o Decreto nº 7.962/2013, que representa o primeiro ato normativo a regulamentar expressamente os direitos dos consumidores nas contratações realizadas no âmbito do comércio eletrônico.

## **1 DIREITO, TECNOLOGIA E SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO**

As transformações decorrentes do desenvolvimento da tecnologia da informação ocorreram gradualmente e resultaram numa revolução da organização socioeconômica, de modo a afetar a sociedade e provocar uma reestruturação na forma como as pessoas estabelecem suas relações, nos seus hábitos, no modelo *on-line* como realizam suas transações econômicas e financeiras, nos mecanismos de produção de riquezas e da interação entre os poderes políticos, entre o Governo e as empresas, bem como entre esse e os cidadãos, os quais podem fiscalizar exigir, receber serviços e informações dos órgãos públicos (MONTEIRO NETO, 2008).

O nascimento da sociedade da informação, termo que denomina a sociedade contemporânea, influenciada e excessivamente vinculada à tecnologia da informação, fez surgir novos bens e valores que carecem de tutela jurídica. Emergem, assim, novas relações e novos confrontos nas diversas áreas do Direito que necessitam de regulação e respaldo jurídico (PAESANI, 2003).

Diante desses novos desafios, o Direito aparece como um conjunto sistematizado de regras e princípios ordenadores das relações socioeconômicas em um Estado de Direito, introduzindo mecanismos e soluções legais mais flexíveis e adequadas às lides que surgem no cotidiano (MARQUES, 2002).

Nesse contexto, surge o Direito da Tecnologia da Informação não como uma espécie normativa autônoma, mas como uma mera evolução do ordenamento jurídico vigente, sendo composto por institutos, normas e princípios gerais inerentes ao ordenamento jurídico tradicional, o qual se diferencia por introduzir elementos e valores próprios às relações praticadas no meio virtual (PINHEIRO, 2009).

## **2 ASPECTOS JURÍDICOS DA RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES CONSUMERISTAS VIA INTERNET**

A revolução das chamadas novas tecnologias acarretou a facilidade do acesso à informação e, com isso, o desenvolvimento das relações sociais e econômicas. Desse modo, surgiu a necessidade de criação de um instituto que protegesse, de forma mais eficaz, as relações contratuais desenvolvidas pelos indivíduos no âmbito das relações de consumo.

### **2.1 Contratos eletrônicos**

A utilização dos recursos da tecnologia da informação como fator modificador do modo de vida da sociedade contemporânea implicou um questionamento acerca da organização social e dos institutos que regem as relações jurídicas no século XXI.

Nesse contexto, é interessante ressaltar que uma característica marcante da sociedade da informação é a crescente utilização dos contratos eletrônicos como instrumento das práticas comerciais. Desse modo, demonstra-se que a inclusão digital, seguida pela ainda imensurável capacidade de expansão da Internet, colocou em evidência a expressão contrato eletrônico, termo que passou a integrar o vocabulário comum da sociedade da informação.

O contrato eletrônico é uma espécie de contrato realizado no comércio eletrônico. Dessa forma, como todo contrato, pode ser entendido a partir da ideia de um acordo consensual entre dois ou mais sujeitos com o objetivo de adquirir, conservar, alterar ou extinguir direitos (PINHEIRO, 2009).

Segundo Glanz (2002 *apud* VACIM; MATIOLI, 2011), o contrato eletrônico pode ser definido como aquele celebrado por meio do uso de programas de computador ou de outros aparelhos análogos, sendo caracterizados pela dispensa de assinatura ou pelo uso de assinatura codificada ou de senha. Em outras palavras, o contrato eletrônico é o encontro de uma oferta de bens ou serviços e de uma aceitação, manifestadas por meio da utilização de recursos da tecnologia da informação.

As formas de contratação do comércio eletrônico manifestam-se em quatro modalidades: *Business-To-Government* (b2g), *Business-To-Business* (b2b), *Consumer-To-Consumer* (c2c) e *Business-To-Consumer* (b2c).

*Business-To-Government* representa o comércio eletrônico entre a Administração Pública, Direita e Indireta, e o particular, englobando licitações e cotações em mercado de bancos estatais, o qual é regido pelo Direito Administrativo. Já *Business-To-Business* é uma modalidade de relação contratual entre empresas e seus fornecedores, em que há transações comerciais de maior vulto pela Internet, sendo regulada pelo Direito Empresarial e pelas normas do Código Civil (VACIM; MATIOLI, 2011).

Por sua vez, *Consumer-To-Consumer* constitui a relação contratual entre particulares, sem que seja configurada uma relação de consumo, sendo regulamentada pelo Código Civil. Nesta espécie, as transações são realizadas por intermédio de um terceiro, como é o caso dos leilões *online*. Por fim, a modalidade *Business-To-Consumer* é a forma de contratação eletrônica mais evidenciada no cotidiano, envolvendo o comércio direto entre a empresa fornecedora e o consumidor, tendo por objeto a aquisição de produtos ou a prestação de serviços, em que há uma verdadeira relação de consumo, com aplicação do Código de Defesa do Consumidor (CDC).

Nestas relações contratuais, prevalecem os contratos de adesão em negócios jurídicos de compra e venda, locação, seguro, prestação de serviço e etc. Os contratos eletrônicos

convencionados na modalidade *Business-To-Consumer*, assim como os contratos de adesão tradicionais, estão disciplinados no artigo 54 do CDC, de modo que toda cláusula constante em um contrato deverá estar em harmonia com o direito consumerista, evitando, assim, qualquer disposição ilícita ou abusiva, sob pena de ser declarada nula de pleno direito. Dessa forma, o fornecedor não pode alegar a contratação por meio eletrônico como forma de se esquivar dos seus deveres em face das normas impostas pelo Código de Defesa do Consumidor (VACIM; MATIOLI, 2011).

## **2.2 Sites de compras coletivas**

Compra coletiva constitui uma tática de mercado que oferta produtos e serviços por determinados estabelecimentos comerciais, com um desconto generoso, por um período curto de tempo, para uma quantidade mínima predeterminada de consumidores.

Em outras palavras, compra coletiva é uma modalidade de comércio eletrônico, cujo objetivo é vender produtos e serviços para um número mínimo pré-estabelecido de consumidores por oferta (GAVIOLI, 2010).

O conceito de compra coletiva surgiu nos Estados Unidos, em 2008, com o *Groupon*, oferecendo grandes descontos em produtos e serviços, visando à compra por impulso; porém essas ofertas só serão válidas se atingirem um número mínimo determinados de compras (EMPRESAS..., 2011).

Nesse esteio, os sites de compras coletivas têm, como estratégia, negociar com as diversas empresas uma série de ofertas que serão oferecidas e amplamente divulgadas para os usuários *online*. Desse modo, os sites de compras coletivas incentivam os consumidores a conhecerem novos estabelecimentos, serviços e produtos, valendo-se de preços reduzidos. Para os estabelecimentos fornecedores, essa estratégia configura uma maneira mais eficaz de conquistar novos clientes a baixo custo, uma vez que o investimento para o anúncio consiste apenas em uma porcentagem do total dos cupons vendidos (MICHELON; KOSSOWSKI, 2011).

O mecanismo de venda desses sites funciona de uma forma bastante simples. O anúncio proveniente dos fornecedores primários é publicado no domínio do site de compras coletivas, e este é responsável por promover a oferta dos produtos e serviços, bem como por receber a aceitação, a qual funciona na forma de um contrato eletrônico de adesão.

Para participar desse modelo comercial, os clientes em potencial devem se registrar como membros do site de compras coletivas. A partir do cadastro, o usuário passa a receber notícias das ofertas pelo endereço eletrônico ou pelo perfil das redes sociais.

Dessa forma, se o consumidor desejar efetuar a compra, é necessário que realize um cadastro prévio junto ao site. Se houver interesse pela oferta, basta que o usuário dê alguns cliques e pague a aquisição, por meio de cartão de crédito ou boleto bancário. Após o pagamento, o consumidor terá apenas que imprimir e apresentar ao fornecedor final um cupom, o qual um código de segurança disponibilizado pelo site de compras coletivas. Desse modo, poderá, desde logo, ser efetivada a fruição do produto ou serviço adquirido (LIMA, 2011).

Os produtos e serviços oferecidos pelos sites de compras coletivas são os mais variados possíveis, como itens de vestuário, acessórios, serviços de estética, roteiros viagens, eletrônicos e curso de idiomas. O motivo do sucesso mundial desse segmento decorre dos benefícios proporcionados aos dois lados da relação, uma vez possibilita que as empresas fornecedoras vendam suas mercadorias em maior volume, por conta do baixo custo de manutenção requerido pelos sites, e que os consumidores tenham acesso a descontos que representam, em média, 50% (cinquenta por cento) do valor original.

### **2.3 Responsabilidade dos fornecedores**

A Internet revolucionou o mercado de consumo, conferindo-lhe celeridade e praticidade, ao mesmo tempo em que criou situações novas as quais aumentam o desequilíbrio nas partes na relação contratual entre fornecedor e consumidor, interferindo na segurança das relações jurídicas estabelecidas no ciberespaço. Em razão da massificação das relações socioeconômicas, da vulnerabilidade do consumidor e do desequilíbrio entre as partes na relação de consumo, o Estado decidiu intervir nas relações contratuais, por meio da

criação de um microsistema de normas cogentes de proteção e defesa do consumidor, o qual foi denominado de Código de Defesa do Consumidor.

Os conflitos entre consumidores e sites de compras coletivas tornaram-se uma situação frequente, gerando preocupações dos órgãos de defesa do consumidor. Dessa forma, a contratação em massa proporcionada pelos sites de compras coletivas reclamou a aplicação das normas de proteção e defesa do consumidor aos contratos eletrônicos. A lista de reclamações fundamentadas feita pelo Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON) de São Paulo, com relação aos sites de compras coletivas referente ao ano 2011, verificou um aumento de 86% das queixas, em comparação ao ano de 2010, principalmente no que se refere à falta de entrega e a defeitos nos produtos adquiridos.

As irregularidades mais frequentes observadas nos contratos de compras coletivas são, conforme um levantamento recente do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC), a falta de informação quanto aos produtos e serviços ofertados e as propagandas enganosas, especialmente a apresentação de descontos maiores que aqueles oferecidos de fato. Atualmente, observa-se também a prática abusiva de algumas empresas de sites de compras coletivas que não respeitam a privacidade dos clientes, ao enviar reiteradamente e-mails em massa e sem permissão (BERTOLI JÚNIOR, 2012).

Diante dos inúmeros conflitos que surgem nessas relações de consumo, é essencial que os usuários tenham conhecimento dos seus direitos como consumidores e da responsabilidade dos sites de compras coletivas, especialmente com relação à publicidade, bem como à qualidade dos produtos e serviços ofertados. O Código de Defesa do Consumidor, por sua vez, não permite que tais empresas se eximam da responsabilidade, mesmo que inserida cláusulas nos contratos eletrônicos, caso em que tais dispositivos são considerados nulos de plenos direito.

Embora os sites de compras coletivas aleguem que atuam como meros intermediadores entre fornecedores e consumidores, acreditando, com isso, estarem isentos de qualquer responsabilidade, não restam dúvidas de que tais empresas se enquadram no conceito de fornecedor, conforme se entende a partir da interpretação do *caput* do artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor:

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

Desse modo, ao analisar a função dos sites de compras coletivas, percebe-se que essas empresas atuam como fornecedores, no sentido que agem como facilitadores da atividade comercial ao divulgar produtos e serviços com descontos generosos, recebendo uma remuneração representada por um determinado percentual das vendas realizadas, equiparando-se, assim, à condição de comerciantes, o que é de suma importância para a apuração da responsabilidade no âmbito do Código de Defesa do Consumidor.

Ao analisar a questão dos defeitos apresentados pelos produtos, isto é, quando há a quebra do dever de segurança, referente à sua apresentação, ao uso, ao risco esperado e à época em que foi colocado no mercado, conforme o *caput* do artigo 12 do Código de Defesa do Consumidor. Nesse caso, apenas fabricante, o construtor, o produtor e o importador respondem, de forma objetiva e solidária, pela reparação danos ocasionados aos consumidores. Assim, os sites de compras coletivas, na condição de comerciantes, somente se responsabilizarão, de forma subsidiária, nas hipóteses previstas no *caput* do artigo 13 da legislação consumerista, tendo direito de regresso contra os demais responsáveis, segundo sua participação na causa do evento danoso.

Art. 13. O comerciante é igualmente responsável, nos termos do artigo anterior, quando:

I - o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador não puderem ser identificados;

II - o produto for fornecido sem identificação clara do seu fabricante, produtor, construtor ou importador;

III - não conservar adequadamente os produtos perecíveis.

Quanto à responsabilidade acarretada por defeito na prestação de serviço, conforme determina o *caput* do artigo 14 do Código de Defesa do Consumidor, o fornecedor responde objetivamente, isto é, não é necessário que o consumidor prove que o fornecedor tenha agido com culpa ou dolo, por exemplo, nos casos de acidente de consumo, propaganda enganosa ou quando a ausência de informações adequadas causa riscos à saúde ou à segurança dos consumidores, de acordo com a previsão legal a seguir:

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.

Nessa hipótese, é necessário perceber que a prestação do serviço é desempenhada diretamente pelo fornecedor primário, cabendo aos sites de compras coletivas apenas a oferta e a intermediação da comercialização do serviço. Consequentemente, em regra, não há uma responsabilidade objetiva e solidária, juntamente com o prestador do serviço.

Com o intuito de proteger o consumidor, no entanto, deve-se realizar uma interpretação analógica do artigo 13 do Código de Defesa do Consumidor, no sentido de reconhecer a responsabilidade subsidiária dessas empresas, isto é, quando o prestador do serviço não puder ser identificado. A exceção que acarreta a responsabilidade direta dos sites de compras coletivas acontece quando o acidente de consumo é provocado pela divulgação de informações insuficientes ou inadequadas sobre a fruição e riscos do serviço, cuja oferta é uma atividade-fim dos sites.

Diferentemente dos defeitos, os vícios de produtos e serviços são falhas de qualidade ou quantidade que tornam impróprios ou inadequados para o consumo, implicando a depreciação econômica dos bens viciados. Nesse caso, a apuração da responsabilidade é diferente, de modo que todos os fornecedores integrantes da cadeia de consumo respondem, de forma solidária e objetiva, pelos vícios do produto. Conforme determina o *caput* do artigo 18 do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com 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.

Nessa situação, o consumidor terá o prazo de 30 (trinta) dias, tratando-se de bens não duráveis, ou de 90 (noventa) dias, no caso de bens duráveis, contado da entrega do produto (vício aparente) ou do conhecimento do vício (oculto).

Caso o vício não seja sanado o vício do produto dentro do prazo previsto pela lei, conforme determina o § 1º do artigo 18 do Código de Defesa do Consumidor, o fornecedor deverá efetuar, de forma alternativa, à escolha do consumidor:

Art. 18. [...]

§ 1º [...]

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.

No que se refere a vícios de serviços, a legislação consumerista prevê no *caput* do artigo 20 do Código de Defesa Consumidor:

Art. 20. 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, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - a reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível;

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

III - o abatimento proporcional do preço.

Quanto aos denominados vícios de informação, isto é, caso sejam verificados erros no conteúdo das informações vinculadas na oferta do produto ou serviço, conforme dispõe o artigo 35 do Código de Defesa Consumidor, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha:

Art. 35 [...]

I - exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;

II - aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;

III - rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos.

O site de compras coletivas é equiparado a comerciantes, figurando na relação de consumo como fornecedor intermediário. Assim, quando forem constatados vícios em produtos e serviços, no que concerne à responsabilidade pelos danos causados aos

consumidores, é essencial verificar se há a sujeição da cadeia de fornecedores à solidariedade passiva.

Dessa forma, embora tenha responsabilidade objetiva e solidária, juntamente com o fornecedor primário, por não ter contribuído para a formação viciada do produto ou serviço, poderá promover ação regressiva em face do fornecedor primário, no intuito de recuperar os prejuízos acarretados pela reparação do dano ao consumidor.

Conforme um levantamento realizado na cidade de São Paulo, na prática as ações movidas contra os sites de compras coletivas decorrem principalmente de falhas na entrega de mercadorias compradas nos sites e de propagandas enganosas, ensejando ações de reparações por danos materiais, tendo como objeto o reembolso dos valores pagos nos produtos e na taxa do frete, e, em alguns casos, por danos morais, em razão da falha na prestação do serviço.

Segundo dados do Reclame AQUI, os sites de compras coletivas Clube Urbano, Peixe Urbano, Imperdível, *Click On* e Oferta Única, em junho de 2010, somaram 3.391 reclamações. Agora, se neste rol forem incluídos os sites chamados "clubes de descontos", como *Brandsclub* e Privalia, o total de reclamações ultrapassa a casa das 8.500 queixas (REIS, 2011).

No sentido de reconhecer a responsabilidade solidária dos sites de compras coletivas, consiste a decisão da Turma Recursal dos Juizados Especiais Cíveis do Rio de Janeiro, que confirmou, em 15 de setembro de 2011, a decisão do 2º Juizado Especial Cível, o qual condenou o site de compras coletivas *Groupon* a pagar cinco mil reais a um consumidor que não conseguiu utilizar seu cupom de oferta.

Nesse caso, o consumidor comprou uma promoção que vendia uma pizza grande de R\$ 30,00 (trinta reais) por R\$ 15,00 (quinze reais). No entanto, ao apresentar o código da promoção no restaurante La Mesoun, na Avenida Atlântica, em Copacabana, na Zona Sul do Rio de Janeiro, o cupom foi recusado. A empresa também terá que devolver o dinheiro pago pelo cliente. Para o juiz Flávio Citro, do 2º Juizado Especial Cível, considerando o volume de vendas realizadas por meio de sites de compras coletivas, há a necessidade de fixação de uma indenização com caráter pedagógico para que não ocorram mais situações como essa (SOUZA, 2011).

No mesmo sentido, manifestou-se o Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, como se segue:

Reparação de danos. compra e venda de aparelho de som e dvd automotivo, pela Internet. promoção veiculada em site de compras coletivas conhecido por "click on". serviço e produtos pagos e não entregues. fraude. direito à restituição do valor pago. RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA DO SITE RESPONSÁVEL PELA INTERMEDIACÃO 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 -no caso a ré Vip Service Car - somente chegou até o autor graças ao serviço disponibilizado pelo demandado, o qual tinha tal loja em seus cadastros. Em outras palavras, o responsável pela conduta criminosa atingiu o autor 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 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\$ 2.000,00) (RIO GRANDE DO SUL, Tribunal de Justiça, Recurso Inominado nº 71003390861, Relator Des. Carlos Eduardo Richinitti, 2012).

Em razão do aumento das reclamações e ações judiciais contra os sites de compras coletivas, foram elaborados o anteprojeto do novo Código de Defesa do Consumidor, o projeto de lei nº1232/11 e o Decreto 7.962/2012, conforme será analisado a seguir.

### **3 ATUALIZAÇÃO DO CDC E REGULAMENTAÇÃO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO**

O Direito está sempre buscando se adaptar para suprir as necessidades da sociedade por ele regulada. Nesse diapasão, tendo em vista a natureza técnica das questões que envolvem as relações de consumo no comércio eletrônico, principalmente na modalidade de compras coletivas, foi necessária a mobilização do Poder Legislativo, no sentido de modificar a legislação vigente para se adequar às novas demandas.

Desse modo, percebe-se um esforço normativo tanto no sentido de atualizar o Código de Defesa do Consumidor, o qual inclui disposições acerca da regulamentação do comércio eletrônico, como no de criar uma legislação esparsa, como o projeto de lei nº1232/11, a qual, por ser mais específica, pretende disciplinar a modalidade de compras coletivas, e o Decreto nº 7.962/2013, o qual representou o primeiro ato normativo a regulamentar a contratação no comércio eletrônico, conforme será tratado a seguir.

### **3.1 Anteprojeto do novo Código de Defesa do Consumidor**

Em março de 2012, a comissão de juristas criada em dezembro de 2010, presidida pelo Ministro do Superior Tribunal de Justiça Herman Benjamin apresentou aos senadores o Anteprojeto do Código de Defesa do Consumidor. As propostas atualizam a legislação no que concerne às seguintes áreas: comércio eletrônico, regulamento do crédito e ações coletivas. Depois de um processo de revisão, a cargo dos próprios juristas, os três projetos de lei foram assinados pelo presidente do Senado, José Sarney.

Embora o Anteprojeto do Código de Defesa do Consumidor tenha iniciado a tramitação, no Senado Federal, em 02 de agosto de 2012, a votação da proposta normativa na referida Casa Legislativa só teve início em junho de 2013.

O Projeto de Lei do Senado (PLS) nº 281/2012 cria uma nova seção no CDC, para tratar do comércio eletrônico. As novas regras versam sobre a divulgação dos dados do fornecedor, da proibição do spam, do direito de arrependimento da compra e das penas práticas abusivas contra o consumidor.

A justificativa principal para este projeto de lei se encontra na evolução do comércio eletrônico; pois se, por um lado, traz inúmeros benefícios, por outro amplia a vulnerabilidade do consumidor. De modo que é essencial que se cumpra o comando constitucional do art. 5º, XXXII, e do art. 170, V, da Constituição Federal, e se criem normas que, efetivamente, ampliem a sua proteção no comércio eletrônico, com o objetivo de que a evolução tecnológica alcance o desenvolvimento social e econômico, o aperfeiçoamento das relações de consumo e a prevenção de litígios.

O referido ato normativo tem como objetivo estabelecer que as normas e os negócios jurídicos devam ser interpretados e integrados da maneira mais favorável ao consumidor e dispor sobre normas gerais de proteção do consumidor no comércio eletrônico, visando a fortalecer a sua confiança e assegurar tutela efetiva, bem como a preservar a segurança das transações, a proteção da autodeterminação e a privacidade dos dados pessoais.

Tais disposições seriam aplicadas às atividades desenvolvidas pelos fornecedores de produtos ou serviços por meio eletrônico ou similar. Dessa forma, um dos principais pontos do projeto de lei é estabelecer o direito do consumidor de desistir da contratação à distância, no prazo de sete dias a contar da aceitação da oferta ou do recebimento ou disponibilidade do produto ou serviço. Assim, caso o consumidor exerça o direito de arrependimento, os contratos acessórios de crédito são automaticamente rescindidos, sem qualquer custo para o consumidor.

Caso seja aprovado tal diploma normativo, será tipificado como infração penal o ato de veicular, hospedar, exibir, licenciar, alienar, utilizar, compartilhar, doar ou de qualquer forma ceder ou transferir dados, informações ou identificadores pessoais, sem a expressa autorização de seu titular e consentimento informado, salvo exceções legais.

Quanto à responsabilidade do fornecedor, o Projeto de Lei do Senado (PLS) nº 281, de 02 de agosto de 2012, prevê em seu artigo 101 que:

Na ação de responsabilidade contratual e extracontratual do fornecedor de produtos e serviços, inclusive no fornecimento a distância nacional e internacional, sem prejuízo do disposto nos Capítulos I e II deste Título:

I - será competente o foro do domicílio do consumidor, nas demandas em que o consumidor residente no Brasil seja réu e que versem sobre relações de consumo;

II - o consumidor, nas demandas em que seja autor, poderá escolher, além do foro indicado no inciso I, o do domicílio do fornecedor de produtos ou serviços, o do lugar da celebração ou da execução do contrato ou outro conectado ao caso;

III - são nulas as cláusulas de eleição de foro e de arbitragem celebradas pelo consumidor.

Parágrafo único. Aos conflitos decorrentes do fornecimento a distância internacional, aplica-se a lei do domicílio do consumidor, ou a norma estatal escolhida pelas partes, desde que mais favorável ao consumidor, assegurando igualmente o seu acesso à Justiça.

Observe que, ao tratar acerca da responsabilidade no fornecimento, o legislador não estabeleceu regras no que se refere à indenização do consumidor ou à solidariedade entre fornecedores, restringindo-se à regulamentação do foro competente à resolução de conflitos.

### **3.2 Projeto de Lei nº 1232/11**

Em face do desenvolvimento do comércio eletrônico de compras coletivas, surgiu a necessidade de regulamentação dessa modalidade comercial, no sentido de conferir maior proteção ao consumidor. A partir dessa ideia, no dia 04 de maio de 2011, foi apresentado, na Câmara dos Deputados, o Projeto de Lei (PL) nº 1232/11, de autoria do deputado federal João Arruda do PMDB/PR, com o objetivo de regulamentar o funcionamento do comércio eletrônico nos sites de compras coletivas, bem como a criação de selo de certificação de idoneidade do site, o que proporcionaria maior segurança às relações de consumo realizadas no ciberespaço.

A principal justificativa do projeto de lei é que seria de suma importância conferir transparência das relações entre os sites de compra coletiva, os estabelecimentos e os consumidores, tendo em vista que é um direito básico do consumidor ter acesso a informações claras e precisas acerca das condições e detalhes dos produtos e serviços oferecidos, bem como das regras para a sua utilização e entrega. Enfim, é necessário que o usuário deva ter acesso a todas as informações necessárias a permitir uma escolha consciente entre participar ou não da ação programada, evitando, dessa forma, qualquer tipo de mensagem dúbia ou enganosa nas orientações disponibilizadas pelos sites ou seus fornecedores.

O projeto de lei determina expressamente, em seu artigo 7º, a responsabilidade solidária dos sites de compras coletivas, juntamente com o fornecedor do produto ou prestador do serviço por eventuais danos causados ao consumidor, em decorrência veracidade das informações publicadas. As disposições do projeto de lei contam ainda com aplicação subsidiária do Código de Defesa do Consumidor.

O resultado, caso este projeto venha a ser aprovado, será a regulamentação da venda eletrônica coletiva, estabelecendo critérios para o funcionamento dessas empresas, de modo a resguardar os direitos do consumidor e impor aos sites de compras coletivas um padrão

seletivo de escolha mais aprimorado para os fornecedores, produtos e serviços que serão vendidos.

Embora tal proposta seja considerada um avanço normativo, no sentido de regulamentar a responsabilidade dos sites de compras coletivas, observa-se uma falha legislativa no que se refere a determinar a responsabilidade dessas empresas com relação a vícios e a defeitos apresentados pelos produtos e serviços, restringindo-se apenas a determinar a aplicação analógica ao Código de Defesa do Consumidor, de modo que cabe à doutrina e à jurisprudência analisar sistematicamente a legislação consumeirista, para suprir essa lacuna normativa.

### **3.3 Decreto nº 7.962/2013**

Com fundamento no acelerado crescimento no comércio eletrônico, impulsionado pelo sucesso dos sites de compras coletivas, foi promulgado o decreto presidencial nº 7.962, em 15 de março de 2013, a fim de regulamentar os direitos dos consumidores nas contratações realizadas via Internet.

O decreto, cuja vigência teve início no dia 14 de maio de 2013, consiste em um conjunto de obrigações impostas aos sites vendedores de varejo online, com base nos seguintes aspectos, conforme determina o seu artigo 1º, fornecimento de informações claras a respeito do produto, serviço e do fornecedor; atendimento facilitado ao consumidor e respeito ao direito de arrependimento.

A partir da vigência do decreto, de acordo com o seu artigo 2º, os responsáveis pelos sites têm o dever de informar, em local de destaque e de fácil visualização, o nome e o número do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) da empresa; o endereço físico e eletrônico do fornecedor; as características essenciais do produto ou do serviço ofertado, informando os riscos à saúde e à segurança do consumidor; a discriminação, no preço, de quaisquer despesas, tais como frete de entrega ou seguro; as condições integrais da oferta, como modalidades de pagamento, disponibilidade das ofertas, forma e prazo da execução do serviço ou da entrega do produto; bem como as informações claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições à fruição da oferta.

No que se refere aos sites de compras coletivas ou modalidades análogas de contratação, o artigo 3º do citado decreto presidencial determina que os responsáveis pelos sítios eletrônicos também devam informar, de forma clara, a quantidade mínima de consumidores para a efetivação do contrato; o prazo para utilização da oferta pelo consumidor; bem como a identificação do fornecedor responsável pelo sítio eletrônico e do fornecedor do produto ou serviço ofertado.

A responsabilidade de fornecer maiores informações impostas aos sites de compras coletivas refere-se à necessidade de identificar e limitar as obrigações do fornecedor do produto ou serviço e do site de compra coletiva. Embora o decreto presidencial não tenha delimitado se os responsáveis pelos sítios eletrônicos respondem ou não solidariamente pelos vícios e defeitos apresentados pelas ofertas disponibilizadas pelo site, o ato normativo deixa claro que há responsabilidade pela forma de apresentação da oferta e de efetivação do contrato eletrônico. No entanto, resta esclarecer que o Decreto nº 7.962/2013 e o Código de Defesa do Consumidor são complementares; portanto se entende pela interpretação extensiva do CDC, a fim de equiparar o responsável pelo site de compra coletiva à condição de comerciante.

Em seu artigo 4º, o decreto prevê formas de o fornecedor garantir o atendimento facilitado ao consumidor no comércio eletrônico, como a apresentar sumário do contrato antes da contratação; disponibilizar ferramentas capazes de identificar e corrigir erros na formação do contrato; confirmar imediatamente a aceitação da oferta; fornecer o contrato ao consumidor em meio apto a sua conservação e posterior reprodução; manter serviço eletrônico adequado quanto a dúvidas, reclamações, suspensões e cancelamentos de contratos, demandas cujo recebimento deverá ser confirmado imediatamente pelo consumidor no prazo de cinco dias; bem como utilizar mecanismos de segurança eficazes para pagamento e para tratamento de dados do consumidor.

Quanto ao direito de arrependimento, o artigo 5º do decreto determina que deva ser informado pelo fornecedor, de forma clara e ostensiva, para que o consumidor possa exercer seu direito pela mesma ferramenta utilizada para a contratação, implica a rescisão dos contratos acessórios, sem qualquer ônus.

Embora o Decreto nº 7.962/2013 não preveja expressamente, conforme o “caput” do artigo 49 do CDC, o prazo para o consumidor exercer o seu direito de arrependimento deverá observar o prazo de sete dias, a contar da assinatura do contrato (no caso do comércio eletrônico, o prazo é contado a partir da confirmação da oferta) ou do recebimento do produto ou da prestação do serviço.

Conforme o artigo 7º do Decreto 7.962/2013, o descumprimento das obrigações impostas aos responsáveis pelos sites de comércio eletrônico implica a aplicação das sanções administrativa previstas no artigo 56 do Código de Defesa do Consumidor, como multa, apreensão do produto, suspensão do fornecimento do produto ou serviço e imposição de contrapropaganda.

Tais medidas serão aplicadas sem prejuízo das sanções civis e penais, bem como daquelas definidas em normas específicas. Assim, pela primeira vez, um diploma normativo em vigor determina obrigações e punições, de forma expressa, aos fornecedores que lesarem os direitos dos consumidores nas contratações realizadas por meio de contratos eletrônicos.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Depreende-se, assim, que os sites de compras coletivas não são apenas meros intermediadores entre fornecedores e consumidores. Essas empresas participam diretamente do comércio eletrônico, atuando, na relação de consumo como fornecedores intermediários, e sendo remunerados em um determinado percentual sobre as venda realizadas.

Os sites de compras coletivas podem ser equiparados à condição de comerciantes, respondendo, objetiva e solidariamente, pelos vícios apresentados pelos produtos e serviços ofertados pelos sites, juntamente com os fornecedores dos produtos e prestadores dos serviços.

Para dirimir essas controvérsias, o Poder Legislativo já se mobilizou tanto no sentido de atualizar o Código de Defesa do Consumidor, por meio do PLS nº 281/2012, que pretende disciplinar as relações de consumo realizadas no comércio eletrônico, tanto na apresentação de uma lei esparsa, representada pelo Projeto de Lei nº 1232/11, com o objetivo de

regulamentar o comércio eletrônico na modalidade dos sites de compras coletivas, estabelecendo regras de condutas mais severas nas negociações dessas empresas com os fornecedores e esclarecendo a responsabilidade solidária dos sites de compras coletivas, juntamente com os fornecedores primários, perante os consumidores.

Por fim, a necessidade de regulamentação dos direitos dos consumidores nas contratações realizadas no comércio eletrônico, em especial nos sites de compras coletivas, culminou na promulgação do Decreto presidencial nº 7.962/2013, o qual consiste em um conjunto de regras que prevê obrigações e punições aos fornecedores de compras a varejo via Internet, com o objetivo de assegurar aos consumidores maior segurança, nos contratos realizados eletronicamente, como o dever de o fornecedor prestar informação clara e ostensiva sobre a empresa, produtos e serviços, a necessidade de facilitar o atendimento ao consumidor e o direito de arrependimento.

É necessário ressaltar que, apesar da vigência do decreto nº 7.962/2013, resta ainda uma lacuna normativa no que se refere à determinação da responsabilidade dos sites de compras coletivas, com relação a defeitos e vícios apresentados por produtos e serviços ofertados, que caberá à doutrina e à jurisprudência supri-la.

## **REFERÊNCIAS**

BERTOLI JÚNIOR, Antonio. Compras coletivas: site não pode se eximir de responsabilidade. **Conjur**. Disponível em: <<http://www.conjur.com.br/2012-fev-02/site-compra-coletiva-nao-eximir-responsabilidade-venda>>. Acesso em: 01 out. 2012.

BRASIL. Código (1990). **Código de defesa do consumidor**. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Vade Mecum. 4. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

\_\_\_\_\_. Senado Federal. **Projeto de lei do senado nº 281/2012**, de 02 de agosto de 2012. Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para aperfeiçoar as disposições gerais do Capítulo I do Título I e dispor sobre o comércio eletrônico. Disponível em: <http://www.senado.gov.br/atividade/Materia/getPDF.asp?t=112481&tp=1>>. Acesso em: 10 ago. 2013.

GAVIOLI, Guilherme. Compra coletiva. **E-Commerce News**. 2009. Disponível em: <<http://ecommercenews.com.br/glossario/o-que-e-compra-coletiva>>. Acesso em: 01 set. 2012.

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: 7 out. 2012.

MARQUES, Mário Castro. **O Comércio electrónico, algumas questões jurídicas**. O Comércio electrónico: estudos jurídico-económicos. Coordenadora Glória Teixeira. Coimbra: Almedina, 2002.

MICHELON, Monique; KOSSOWSKI, Lorete. Utilização de sites de compra coletiva, por empresas do ramo alimentício, como estratégia de marketing. **Grupo Educacional Opet**. Paraná, Curitiba, 2012. Disponível em: <[http://www.opet.com.br/revista/administracao\\_e\\_cienciascontabeis/pdf/n7/UTILIZACAO-SITES-COMPRA-COLETIV-A-POR-EMPRESAS-RAMO-ALIMENTICIO-ESTRATEGIA-MARKETING.pdf](http://www.opet.com.br/revista/administracao_e_cienciascontabeis/pdf/n7/UTILIZACAO-SITES-COMPRA-COLETIV-A-POR-EMPRESAS-RAMO-ALIMENTICIO-ESTRATEGIA-MARKETING.pdf)>. Acesso em: 01 set. 2012.

MONTEIRO NETO, João Araújo. **Aspectos constitucionais e legais do crime eletrônico**. Fortaleza: Universidade de Fortaleza, 2008. Dissertação de Mestrado. Disponível em: <<http://uol11.unifor.br/oul/ObraBdtdSiteTrazer>>. Acesso em: 17 nov. 2009.

EMPRESAS têm prejuízos com sites de compra coletiva. **O Estado de São Paulo**. São Paulo, mar. 2011. Disponível em: <[http://economia.estadao.com.br/noticias/economia,empresas-tem-prejuizo-comsites-de-compra-coletiva,not\\_60434,0.htm](http://economia.estadao.com.br/noticias/economia,empresas-tem-prejuizo-comsites-de-compra-coletiva,not_60434,0.htm)>. Acesso em: 01 set. 2012.

PAESANI, Liliana. Minardi. **Direito e internet**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

PINHEIRO, Patrícia Peck. **Direito Digital**. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

REIS, Maria Elisa. A responsabilidade civil dos sites de compras coletivas. 30 ago. 2011. **Migalhas**. Disponível em: <<http://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI140283,91041A+responsabilidade+civil+dos+sites+de+compras+coletivas>>. Acesso em: 1 out. 2012.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Recurso Inominado nº 71003390861. Recorrente: Click On. Recorridos: Vilmar Pereira Castro e Vip Service Car. Relator Des. Carlos Eduardo Richinitti. Porto Alegre, 12 abril 2012. **JusBrasil**. Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/21518543/recurso-civel-71003390861-rs-tjrs/inteiro-teorl>>. Acesso em: 07 out. 2012.

SOUZA, Laine Moraes. TJRJ - Turma Recursal confirma condenação de site de compras coletivas. 17 set. 2011. **Laine Moraes Souza – Advogados e Consultores TI e Telecom**. Disponível em: <<http://www.lainesouza.adv.br/tjrj-turma-recursal-confirma-condenacao-de-site-de-compras-coletivas>>. Acesso em: 07 out. 2012.

VANCIM, Adriano Roberto; MATIOLI, Jefferson Luiz. **Direito & Internet**: contrato eletrônico e responsabilidade civil na Web – Jurisprudência selecionada e legislação internacional correlata. Leme: Lemos e Cruz, 2011.