

SÍTIOS DE COMPRAS COLETIVAS: A RESPONSABILIDADE CIVIL POR VÍCIO DO PRODUTO OU SERVIÇO

Chayani Ruthes¹
Patrícia Elias Vieira²

SUMÁRIO

Introdução; 1 A responsabilidade civil; 1.1 As classificações da responsabilidade civil; 2 A relação jurídica de consumo: compras coletivas; 2.1 As compras coletivas no comércio eletrônico; 3 A responsabilidade civil dos sítios eletrônicos por vício do produto ou serviço.

RESUMO

Os sítios eletrônicos de compras coletivas ganharam espaço considerável no mercado de consumo brasileiro nos últimos anos e embora com tímidas evoluções legislativas, esse tema ainda é carente de legislação específica. Abordam-se neste estudo as principais características e classificações da responsabilidade civil brasileira, evidenciando suas principais teorias aplicáveis no Código de Defesa do Consumidor. Verificar-se-á como se caracteriza uma relação jurídica de consumo, quais seus requisitos e previsões legais focadas no comércio eletrônico e especificamente nas compras coletivas em sítios eletrônicos. O objetivo geral deste artigo será a investigação da possível responsabilidade dos sítios de compras coletivas frente aos vícios de produtos e serviços comercializados e que resultem em danos ao consumidor. Com relação à metodologia, foi aplicado o método indutivo para apresentar os resultados obtidos em pesquisas de referentes bibliográficos e doutrinários, além de consultas jurisprudenciais em Tribunais de Justiça dos estados de Santa Catarina, Paraná e Rio Grande do Sul. Por fim, serão apresentadas as considerações finais deste trabalho, evidenciando a responsabilidade civil dos sítios de compras coletivas pelos vícios de produtos e serviços.

Palavras-chave: Comércio Eletrônico. Compras coletivas. Código de Defesa do Consumidor. Vício. Responsabilidade civil.

INTRODUÇÃO

¹ Acadêmica do 9º período do Curso de Direito pela Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI - Campus Balneário Camboriú (SC). Endereço eletrônico: chayani_ruthes@hotmail.com.

² Professora no Curso de Direito pela Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI - Campus Balneário Camboriú e Itajaí (SC). Mestre em Ciência Jurídica pela Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. Advogada. Endereço eletrônico: patriciaelias@univali.br.

O objetivo geral do presente artigo consiste em identificar a responsabilidade civil dos sítios de compras coletivas pelos vícios de produtos e serviços por ele comercializados, utilizando-se para tal, do método indutivo, em pesquisas a referentes doutrinários e jurisprudenciais dos Tribunais de Santa Catarina, Paraná e Rio Grande do Sul.

Formulou-se o seguinte questionamento: Qual a responsabilidade dos sítios de compras coletivas frente aos vícios de produtos e serviços? Para responder a este questionamento a seguinte hipótese foi levantada: Os sítios de compras coletivas não são considerados meros intermediários entre o fornecedor e o consumidor, são na verdade fornecedores que respondem pelos vícios dos produtos e serviços através dele comercializados.

Para o alcance de tal objetivo, abordar-se-á inicialmente o instituto da Responsabilidade Civil em suas principais espécies e classificações pertinentes, pontuando as teorias que se relacionam com a defesa de direitos dos consumidores.

Outrossim, serão evidenciados os principais elementos que caracterizam uma relação jurídica de consumo, conceituando as partes dessa relação e caracterizando as relações de consumo evidenciadas no comércio eletrônico, dando ênfase à modalidade de compras coletivas.

Serão abordadas quais as legislações aplicáveis para regular os conflitos decorrentes do comércio eletrônico e das compras coletivas, fazendo-se referência ao Decreto Federal n. 7.962 de 15 de março de 2013 que disciplina o comércio eletrônico brasileiro.

Justifica-se o propósito da pesquisa no interesse em discutir tema ainda pouco estudado na doutrina, mas cuja aplicação vem crescendo na jurisprudência.

Analisar-se-á, por fim, a possibilidade de caracterização do sítio de compras coletivas como fornecedor de uma relação jurídica de consumo, demonstrando a responsabilidade dos mesmos frente aos vícios de serviços e produtos comercializados.

1 A RESPONSABILIDADE CIVIL

A ideia de responsabilidade está relacionada a noção de não causar prejuízos. Assim, a responsabilidade civil tem por objetivo aplicar medidas que

obriguem alguém a reparar o dano causado a outrem em razão de sua ação ou omissão.

A origem da palavra “responsabilidade” é latina e vem de *respondere*, demonstrado a ideia de assumir consequências por um ato que gerou prejuízos à outra pessoa, devendo, portanto, responder àquele. Deriva esta, da raiz latina *spondeo*, que se referia no Direito Romano, à ligação entre o devedor e a obrigação que este assumia, decorrente de contrato verbal.

OLIVEIRA³ conceitua o significado da palavra responsabilidade:

A noção de responsabilidade advém da própria origem da palavra, que vem do latim *respondere*, responder a alguma coisa, ou seja, a necessidade que existe de responsabilizar alguém por seus atos danosos. Essa imposição estabelecida pelo meio social regrado, através dos integrantes da sociedade humana, de impor a todos o dever de responder por seus atos, traduz a própria noção de justiça existente no grupo social, donde se infere que a responsabilização é a tradução, para o sistema jurídico, do dever moral de não prejudicar a outrem.

Em linhas históricas, GAGLIANO e PAMPLONA FILHO⁴ esclarecem que a responsabilidade civil teve suas origens mais remotas encontradas no Direito Romano e na concepção de vingança privada, em que se fazia “justiça com as próprias mãos” no objetivo de vingar-se do mal sofrido.

Ressaltam ainda, GAGLIANO e PAMPLONA FILHO⁵ que a ideia de responsabilidade está ligada a uma obrigação:

Responsabilidade, para o Direito, nada mais é, portanto, que uma obrigação derivada – um dever jurídico sucessivo – de assumir as consequências jurídicas de um fato, consequências essas que podem variar (reparação dos danos e/ou punição pessoal do agente lesionante) de acordo com os interesses lesados.

Uma vez que se cause dano à outra pessoa, seja ele patrimonial ou extrapatrimonial, haverá a necessidade de repará-lo. Dessa forma, a

³ OLIVEIRA, Celso Marcelo de. **Teoria geral da responsabilidade civil e de consumo**. São Paulo: IOB Thomson, 2005, p. 29-31.

⁴ GAGLIANO, Pablo Stolze, PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo curso de direito civil, volume III: responsabilidade civil** – 4. ed. – São Paulo: Saraiva, 2006, p. 10.

⁵ GAGLIANO, Pablo Stolze, PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo curso de direito civil, volume III: responsabilidade civil**, p. 03.

Responsabilidade civil propõe quando e como se dará essa reparação. Para tanto, torna-se essencial estudarmos as principais classificações sobre este instituto.

1.1 As classificações da Responsabilidade Civil

Dentre as diversas classificações da responsabilidade civil, priorizou-se no presente estudo, evidenciar aquelas que tenham relação direta com o objeto desta pesquisa: as relações consumeristas. Dessa forma abordam-se as seguintes classificações: A responsabilidade civil contratual e extracontratual; os pressupostos da reponsabilidade civil; a teoria subjetiva e a teoria objetiva.

A responsabilidade civil pode ser classificada quanto ao seu fato gerador, em responsabilidade civil contratual e extracontratual. DINIZ⁶ esclarece:

A responsabilidade civil constitui uma relação obrigacional que tem por objeto a prestação de ressarcimento. Tal obrigação de ressarcir o prejuízo causado pode originar-se: a) da inexecução de contrato; e b) da lesão a direito subjetivo, sem que preexista entre lesado e lesante qualquer relação jurídica que a possibilite.

Para GAGLIANO e PAMPLONA FILHO⁷ a primeira diz respeito a uma relação jurídica pactuada entre sujeitos diversos que tem a mesma vontade: contrair uma obrigação. O não cumprimento desta obrigação por qualquer das partes, lesionará a parte contrária, o que gerará uma responsabilidade. A esta responsabilidade, chamamos contratual, tendo previsão legal no artigo 389 do Código Civil brasileiro.

DINIZ⁸ descreve a responsabilidade extracontratual, prevista no artigo 927 do Código Civil Brasileiro:

[...] resultante do inadimplemento normativo, ou melhor, da prática de um ato ilícito por pessoa capaz ou incapaz [...] visto que não há vínculo anterior entre as partes, por não estarem ligadas por uma relação obrigacional ou contratual.

⁶ DINIZ, Maria Helena. **Curso de direito civil brasileiro, volume 7: responsabilidade civil. 23ª edição reformulada**. São Paulo: Saraiva, 2009, p. 07.

⁷ GAGLIANO, Pablo Stolze, PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo curso de direito civil, volume III: responsabilidade civil**, p. 16.

⁸ DINIZ, Maria Helena. **Curso de direito civil brasileiro, volume 7: responsabilidade civil**, p. 131..

Na responsabilidade extracontratual, basta que o sujeito cometa ação que contrarie o ordenamento jurídico brasileiro, inobservando a lei. Não há entre as partes conflitantes, qualquer espécie de contrato.

Quanto aos pressupostos da responsabilidade civil, deve-se levar em consideração que os elementos da responsabilidade objetiva e da responsabilidade subjetiva não serão idênticos.

No entanto, alguns elementos são essenciais para que se caracterize qualquer espécie de responsabilidade civil, seja ela objetiva ou subjetiva. São eles: a existência de uma ação, a ocorrência de um dano e o nexo de causalidade entre o dano e a ação. DINIZ⁹ explica os três citados elementos:

- a) Existência de uma ação (omissiva ou comissiva): [...] se apresenta como um ato ilícito ou lícito, pois ao lado da culpa, como fundamento da responsabilidade, temos o risco.
- b) Ocorrência de um dano (moral e/ou patrimonial): é causado a vítima por ato comissivo ou omissivo do agente ou de terceiro por quem o imputado responde, ou por um fato de animal ou coisa a ele vinculada.
- c) Nexo de causalidade (entre dano e ação): (fato gerador da responsabilidade), pois a responsabilidade civil não poderá existir sem o vínculo entre a ação e o dano. Se o lesado experimentar um dano, mas este não resultou da conduta do réu, o pedido de indenização será improcedente.

Além dos requisitos indispensáveis à caracterização de qualquer responsabilidade, a responsabilidade civil subjetiva requer a presença de um quarto elemento: a culpa do agente, que deverá ser provada pela vítima para que surja o dever de indenizar. Assim esclarece RODRIGUES¹⁰:

Se diz ser subjetiva a responsabilidade quando se inspira na ideia de culpa, e que, de acordo com o entendimento clássico, a concepção tradicional à responsabilidade do agente causador do dano só se configura se agiu culposamente ou dolosamente. [...] A responsabilidade no caso, é subjetiva, pois depende do comportamento do sujeito.

⁹ DINIZ, Maria Helena. **Curso de direito civil brasileiro, volume 7: responsabilidade civil**, p. 37.

¹⁰ RODRIGUES, Silvio. **Direito civil: volume IV** – 19. ed. São Paulo: Saraiva, 2002, p. 11.

Diferente disso, a responsabilidade civil objetiva, ou também chamada teoria do risco, independe do elemento culpa, onde a relação de causalidade entre o ato do agente e o dano causado cria o dever de indenizar.

Nesse sentido é que a responsabilidade civil foi classificada em responsabilidade civil subjetiva e objetiva, quanto ao seu fundamento.

OLIVEIRA¹¹ conceitua as duas teorias:

A responsabilidade subjetiva, também chamada de teoria da culpa ou clássica, configura-se com a culpa do agente causador do dano. Essa culpa, que abrange o dolo, deve restar provada para que nasça a obrigação de indenizar. [...] Em outros termos, aquele que cometeu ação danosa, deve ter agido com culpa ou dolo para configurar a sua responsabilidade civil. [...] A responsabilidade civil objetiva é conhecida como teoria do risco. Segundo esta teoria, aquele que, por meio de sua atividade, cria um risco de dano para terceiros, deve ser obrigado a repará-lo, ainda que sua atividade e o seu comportamento sejam isentos de culpa. Examina-se a situação, e, se for verificada, objetivamente, a relação de causa e efeito entre comportamento do agente e o dano experimentado pela vítima, esta tem direito de ser indenizada por aquele.

GAGLIANO E PAMPLONA FILHO¹² defendem a aplicabilidade das duas teorias:

Assim, a nova concepção que deve reger a matéria no Brasil, é de que vige uma regra geral dual de responsabilidade civil, em que temos a responsabilidade subjetiva, regra geral inquestionável do sistema anterior, coexistindo com a responsabilidade objetiva, especialmente em função da atividade de risco desenvolvida pelo autor do dano.

Uma vez reconhecidas as características ensejadoras da responsabilidade civil, cumpre ressaltar, visando o objeto deste estudo, que nas relações de consumo, o Código de Defesa do Consumidor - CDC adota em linhas gerais a teoria da responsabilidade civil objetiva, ou teoria do risco, conforme ressalta DENSA¹³:

É por essa razão que o legislador adotou a regra da responsabilidade civil objetiva para a reparação dos danos aos consumidores. Diga-se

¹¹ OLIVEIRA, Celso Marcelo de. **Teoria geral da responsabilidade civil e de consumo**, p. 92.

¹² GAGLIANO, Pablo Stolze, PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo curso de direito civil, volume III: responsabilidade civil**, p. 15.

¹³ DENSA, Roberta. **Direito do consumidor (Série leituras jurídicas)** – 8. Ed. – São Paulo: Atlas, 2012, P. 55.

ainda que esta regra está em consonância com a regra estabelecida no art. 6º, incisos VI e VII, que prevê o direito básico do consumidor de prevenção e reparação dos danos individuais e coletivos.

Prevê NUNES¹⁴ a importância da responsabilidade objetiva para a defesa dos interesses do consumidor: “[...] o produto e o serviço são oferecidos com vício/defeito, mas o fornecedor não foi negligente, imprudente nem imperito. Se não tivéssemos a responsabilidade objetiva, o consumidor terminaria fatalmente lesado”.

Fica clara a importância da teoria do risco para o Direito civil brasileiro e principalmente sua aplicabilidade nas relações de consumo onde pouco importa a culpa do fornecedor, visto que aquele que desempenha uma atividade cria risco de dano para terceiro, que deverá ser reparado, mesmo que o agente não tenha atuado com culpa.

2. A RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO: COMPRAS COLETIVAS

O ordenamento jurídico brasileiro é composto de Leis disciplinadoras de diferentes matérias, o que de fato traz dificuldades para que se identifique qual a legislação correta a ser aplicada em uma determinada relação jurídica.

O CDC, aqui abordado como Código de Defesa do Consumidor¹⁵ é o instrumento legislativo mais adequado, sempre que ficar evidenciada uma relação jurídica de consumo, pois é considerado um microsistema jurídico. Neste sentido, DENSA¹⁶ afirma:

A doutrina esclarece que o Código de Defesa do Consumidor é considerado um microsistema jurídico, pois insere regras de natureza civil [...] administrativa [...] penal [...] e processual civil. É certo, ainda, que o CDC não traz em seu bojo todos os conceitos jurídicos necessários para a sua perfeita interpretação e aplicação. Em outras palavras, a lei consumerista não é completa e se socorre em outras regras do ordenamento jurídico, especialmente aos conceitos estabelecidos no Código Civil, desde que não contrariem as regras aplicáveis às relações de consumo.

¹⁴ NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor** – 6. ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2011, p. 217.

¹⁵ BRASIL, **Lei nº 8.078** de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 05 de maio de 2013.

¹⁶ DENSA, Roberta. **Direito do consumidor (Série leituras jurídicas)**, p. 02,03.

Para que fique caracterizada uma relação jurídica de consumo, necessário será, que estejam presentes três elementos: o subjetivo, o objetivo e o finalístico.

Elemento subjetivo é aquele que diz respeito às partes que se relacionam, ou seja, o consumidor e o fornecedor. O elemento objetivo refere-se ao objeto da relação consumerista, podendo ser o produto ou o serviço. Por fim, o elemento finalístico caracteriza a ideia de que o consumidor deve ser o destinatário final do produto ou serviço adquirido.

Traz o Código de Defesa do Consumidor¹⁷ em seu art. 2º que “consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. Nesse conceito de consumidor verifica-se certa complexidade, visto que o legislador inseriu a expressão “destinatário final”.

Assim, GARCIA¹⁸ ressalta que se formaram duas correntes na busca pela identificação do real destinatário final, denominadas finalistas e maximalistas:

A doutrina finalista (ou subjetiva), partindo do conceito econômico de consumidor, propõe que a interpretação da expressão destinatário final seja restrita, fundamentando-se no fato de que somente o consumidor, parte mais vulnerável na relação contratual, merece a especial tutela. Assim o consumidor seria o não profissional, ou seja, aquele que adquire ou utiliza um produto para uso próprio ou de sua família. [...] Já para a corrente maximalista (ou objetiva), com base no conceito jurídico de consumidor, o CDC é visto de uma maneira bem mais ampla, abrangendo maior número de relações, pelas quais as normas inseridas nesse diploma devem regular a sociedade de consumo como um todo. Para a teoria maximalista, o destinatário final seria o destinatário fático, pouco importando a destinação econômica que lhe deva sofrer o bem.

Assim para os finalistas o consumidor, seja ele pessoa física ou jurídica, adquire o produto ou serviço para seu próprio uso, ou seja, não o revende, não o utiliza para uso profissional. A doutrina maximalista, no entanto, amplia o consumidor, assim, pode ser considerado consumidor aquele profissional que adquire produto para uso na profissão.

MARQUES¹⁹ ressalta que os maximalistas acreditam que todos podem ser consumidores, uma vez que adquiram produtos e serviços. Naquela determinada

¹⁷ BRASIL, **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990, artigo 2º. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>. Acesso em: 05 de maio de 2013.

¹⁸ GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Direito do consumidor: código comentado, jurisprudência, doutrina, Decreto nº. 2.181/1997**. 7. ed. rev., ampl. e atual. Pela Lei 12.291/2010. – Niterói: Impetus, 2011, p. 13.

situação serão considerados consumidores, mesmo que utilizem os produtos e serviços para obtenção de lucro.

MARQUES²⁰ complementa seu entendimento e ressalta desdobramento da doutrina finalista que destaca mais uma corrente, denominada doutrina finalista temperada e que tem por objetivo ampliar a doutrina finalista e minimizar a amplitude da doutrina maximalista.

De acordo é a opinião de DENSA²¹ que acredita que a teoria finalista temperada abranda o rigor do critério para definição de destinatário final, em razão da vulnerabilidade da parte. Neste sentido, mesmo que o produto seja adquirido por empresa para fins profissionais, presente a vulnerabilidade, será considerado consumidor: “Assim, é possível afirmar que a doutrina finalista temperada é uma interpretação finalista mais aprofundada e madura, que deve ser saudada”.

Para NUNES²² não restam dúvidas quando o Código de Defesa do Consumidor trata do destinatário final:

Resumindo e concluindo esta parte: a) o CDC regula situações em que haja “destinatário final” que adquire produto ou serviço para uso próprio sem finalidade de produção de outros produtos ou serviços; b) regula também situações em que haja “destinatário final” que adquire produto ou serviço com finalidade de produção de outros produtos ou serviços, desde que estes, uma vez adquiridos, sejam oferecidos regularmente no mercado de consumo; c) o CDC não regula situações nas quais, apesar de poder se identificar um “destinatário final”, o produto ou serviço é entregue com a finalidade específica de servir de bem de produção para outro produto ou serviço [...] o consumidor comum não o adquire.

Deve-se levar em consideração em quaisquer casos, a vulnerabilidade do consumidor. O Código de Defesa, em seu artigo 4º esclarece que a proteção será sempre àquele consumidor que se apresente vulnerável, estando em situação de desigualdade com o fornecedor.

Ainda quanto ao elemento subjetivo, necessário se faz o estudo do conceito de fornecedor, previsto no Código de Defesa do Consumidor:

¹⁹ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime nas relações contratuais**. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: RT, 2002, p. 255.

²⁰ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003, p. 85.

²¹ DENSA, Roberta. **Direito do consumidor (Série leituras jurídicas)**, p. 12.

²² NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor: com exercícios**, p. 82.

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

O Código consumerista tratou de forma ampla o conceito de fornecedor, dando ênfase de que estes devem desenvolver uma atividade para serem considerados fornecedores. Dessa forma é fornecedor aquele que desenvolve uma atividade habitual, a qual está acostuada a realizar.

GARCIA²³ aponta como exemplo clássico, o caso de uma escola que oferta cursos gratuitos no mercado. Essa escola desenvolve uma atividade habitual e é considerada fornecedor. No entanto se esta mesma escola optar por vender o veículo destinado ao transporte de professores e alunos, não estará desenvolvendo uma atividade habitual (pois não é sua finalidade a venda de veículos e sim o ensino). Neste caso, a escola não poderá ser considerada fornecedor, pois não há relação de consumo.

Neste diapasão, DENSA²⁴ simplifica que:

Verifica-se que o legislador pretendeu classificar como fornecedor todos aqueles que desenvolvem atividades tipicamente profissionais, mediante remuneração, excluindo da relação de consumo aqueles que eventualmente tenham colocado produto ou serviço no mercado de consumo sem o caráter profissional.

Esclarecido o elemento subjetivo da relação jurídica de consumo, que diz respeito ao consumidor e fornecedor, e identificado o elemento finalista, cabe esclarecer o elemento objetivo, que diz respeito ao objeto da relação consumerista, ou seja, o produto ou serviço.

O art. 3º, § 1º do Código de Defesa do Consumidor esclarece que o produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial. Neste sentido, GARCIA²⁵ demonstra o objetivo do legislador ao esclarecer sobre o produto:

²³ GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Direito do consumidor: código comentado, jurisprudência, doutrina, Decreto nº. 2.181/1997**, p. 13.

²⁴ DENSA, Roberta. **Direito do consumidor (Série leituras jurídicas)**, p. 16.

Não foi objetivo do legislador limitar o que seria “produto”. Pelo contrário, contemplou as diversas formas possíveis, inserindo tanto os móveis (carros, objetos em geral etc.), como os imóveis (apartamentos etc.). Não bastasse, ainda contemplou, ao lado dos materiais, os imateriais, como os programas de computador, por exemplo. Ou seja, não há no Código, um limitador para se identificar o que é produto. Como visto, foi tratado de forma ampla.

Já o serviço, previsto no artigo 2º do referido Código, pode ser entendido como qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração. Ao citar a remuneração pelo serviço, excluem-se algumas atividades realizadas a título gratuito, como aquelas prestadas em favor.

Atenção especial exige essa gratuidade, uma vez que pode o fornecedor não estar cobrando diretamente o consumidor, mas estar obtendo vantagem indiretamente pelo serviço. Podemos citar o exemplo trazido por DENSA²⁶ sobre os estacionamento gratuitos de supermercados. A gratuidade é apenas aparente, pois o objetivo do supermercado é atrair a clientela e obter lucros. Neste caso o fornecedor será responsabilizado, caso o veículo do consumidor seja furtado, em consonância com a súmula nº. 130 DO STJ²⁷ que pacificou essa dúvida consumerista: “Reparação de Dano ou Furto de Veículo - Estacionamento – Responsabilidade. A empresa responde, perante o cliente, pela reparação de dano ou furto de veículo ocorrido em seu estacionamento”.

Sobre a ideia de serviço trazida pelo CDC, GARCIA²⁸ conclui:

Então, a chave para se identificar o que é “serviço” no Código é verificar se ocorre a prestação mediante remuneração, ainda que de forma indireta, como nos serviços aparentemente gratuitos. Do contrário, não é considerado “serviço” para fins de aplicação do CDC.

Evidente é, portanto, a necessidade de os produtos e serviços adquiridos pelos consumidores, serem eficientes para cumprir a função à que se propôs no momento da venda, não gerando vícios e defeitos que lesem o consumidor, resultando em demanda judicial com a proteção da legislação de apoio

²⁵ GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Direito do consumidor: código comentado, jurisprudência, doutrina, Decreto nº 2.181/1997**, p. 22.

²⁶ DENSA, Roberta. **Direito do consumidor (Série leituras jurídicas)**, p. 33.

²⁷ BRASIL, Superior Tribunal de Justiça. **Súmula n. 130**, de 29 de março de 1995.

²⁸ GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Direito do consumidor: código comentado, jurisprudência, doutrina, Decreto nº 2.181/1997**, p. 2.

ao consumidor. Diz-se vício ou defeito, por que assim distingue a Lei consumerista, como pontua DENSA²⁹:

Preferiu o legislador distinguir a responsabilidade pelo fato do produto ou serviço (arts. 12 a 17) e a responsabilidade por vício do produto ou serviço (arts. 18 a 21). [...] Podemos considerar defeito (ou fato) o problema apresentado pelo produto que atinge a segurança do consumidor e, ainda que potencialmente, a sua incolumidade física e moral, [...] por informações insuficientes ou inadequadas. [...] O vício do produto o torna impróprio ao consumo, produz a desvalia, a diminuição do valor e frustra a expectativa do consumidor.

Para NUNES³⁰ os vícios seriam características de qualidade ou quantidade que tornem os produtos impróprios ao consumo, diminuindo-lhe o valor. Podem ser disparidades quanto às informações nas embalagens, detalhes que façam com que o produto ou serviço não funcione ou não seja cumprido adequadamente como se esperava. Já os defeitos seriam aqueles decorrentes de vícios, seriam problemas extras como danos patrimoniais, morais ou estéticos que atinjam o consumidor diretamente.

O defeito diz respeito à segurança do consumidor, enquanto que no vício o problema está diretamente ligado ao produto ou serviço em si. Ambos ensejam reparação por parte do fornecedor, como se verificará adiante.

2.1 As compras coletivas no comércio eletrônico

Novas espécies de contratos e relações de consumo com maior amplitude têm surgido ao longo desse processo de evolução tecnológica e de massificação de contratos nos meios.

Para MARQUES³¹ O comércio eletrônico é a expansão dos contratos físicos para contratos à distância, firmados entre o fornecedor e o consumidor, por vezes, envolvendo um intermediário que comercializada produtos e serviços em parceria com o fornecedor principal.

²⁹ DENSA, Roberta. **Direito do consumidor (Série leituras jurídicas)**, p. 55.

³⁰ NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor: com exercícios**, p. 225.

³¹ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003, p. 99.

Recentemente o Decreto nº 7.962³² regulamentou algumas práticas quanto ao comércio eletrônico, reforçando princípios e práticas basilares já previstas em outras legislações, voltadas, porém, ao comércio eletrônico.

O atual Decreto dedicou o artigo 3º para especificar medidas quanto aos sítios de compras coletivas. Entre as orientações, estipula a necessidade de o fornecedor expor claramente seu endereço físico e telefones para contato; Que sejam eliminadas as letras miúdas que possam confundir o consumidor; A demonstração clara da quantidade mínima de pessoas para que a compra seja efetivada, duração da oferta anunciada e o direito de arrependimento da compra.

Verifica-se que o legislador priorizou o princípio da informação, para que o consumidor não seja ludibriado e acabe frustrado na sua expectativa. No entanto, não tratou da responsabilidade dos sítios de compras coletivas, apesar de ter citado que o CDC é o responsável por suprir demandas nesse tema.

AZEVEDO³³ pontua sobre a relação entre o Decreto e o Código de Defesa do Consumidor:

O Decreto é um sistema (ou subsistema) dentro do sistema de proteção ao consumidor do CDC, ou seja, deve ser interpretado em conjunto com a legislação consumerista. Os princípios contidos na Lei reproduzem os princípios do CDC, especialmente a boa-fé, princípio geral de direito. Todas as regras estavam no CDC, mas houve especificação ao tema. Levou-se em consideração, dentre outros, três importantes aspectos: (a) informações claras a respeito do produto, serviço e do fornecedor; (b) atendimento facilitado ao consumidor; e (c) respeito ao direito de arrependimento.

Para dirimir conflitos resultantes do comércio eletrônico, o Código de Defesa do Consumidor mostra-se uma ferramenta determinante, visto que pode ser aplicado a todas as relações jurídicas de consumo, estendendo-se também sua aplicabilidade ao comércio eletrônico em geral.

³² BRASIL, **Decreto Federal nº 7.962**, de 15 de março de 2013, regulamenta a lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm> acesso em: 18 mai. 2013.

³³ AZEVEDO, Renato Asamura Azevedo. **Regulamentação do comércio eletrônico no Brasil e um contexto de tutela à pessoa na Sociedade da Informação**. Artigo Jus Brasil de maio de 2013. Disponível em: <<http://por-leitores.jusbrasil.com/noticias/100491167/regulamentacao-do-comercio-eletronico-no-brasil-e-um-contexto-de-tutela-a-pessoa-na-sociedade-da-informacao>>. Acesso em 20 fev. 2013.

FINKELSTEIN³⁴ prevê a aplicabilidade do Código frente aos contratos de compras coletivas e pontua os motivos:

[...] o problema relacionado à proteção do consumidor nos contratos de consumo celebrados eletronicamente ao contrário do que se possa imaginar, o consumidor eletrônico não se encontra tão desamparado como poderá parecer à primeira vista. Isso se dá por dois motivos igualmente relevantes. O primeiro deles diz respeito à imediata aplicação do Código de Defesa do Consumidor aos contratos de consumo eletronicamente celebrados. [...] O segundo motivo diz respeito ao princípio geral da boa-fé que orienta nosso Direito como um todo, inclusive abrangendo as relações de consumo. Este princípio é, antes de tudo, um princípio de ordem moral, que deve orientar toda e qualquer relação humana. Significa que o Homem deve relacionar-se com outro Homem com sinceridade, lealdade e honestidade, de forma a não prejudicar os demais. Em sendo assim, o princípio geral da boa-fé possui aplicação tanto na celebração do contrato, como em sua execução e posteriormente.

GAVIOLI³⁵ pontua que a compra coletiva é considerada modalidade de comércio eletrônico, concretizada por um contrato firmado entre o consumidor e uma empresa intermediária (sítio eletrônico) que comercializa produtos e serviços de um dado fornecedor. Neste contrato rege uma condição suspensiva, de que necessário faz-se que determinado número de pessoas adquiram o produto ou serviço em dado tempo, para que o preço estipulado seja concretizado.

GONÇALVES³⁶ esclarece que para que este tipo de compra se efetive, o potencial consumidor precisa previamente realizar cadastro no sítio eletrônico, aderindo a contrato de adesão, disponibilizado e formulado unilateralmente pelo fornecedor. Uma vez cadastrado, o consumidor poderá efetivar sua compra, realizando o pagamento e retirando cupom que lhe de direito ao uso do produto ou serviço adquirido.

³⁴ FINKELSTEIN, Maria Eugênia. **Direito do Comércio Eletrônico**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011, p. 221 e 222.

³⁵ GAVIOLI, Guilherme. **Compra coletiva**. **Jornal digital E-commerce News**. Disponível em: <<http://ecommercenews.com.br/glossario/o-que-e-compra-coletiva>>, acesso em: 01 de junho de 2013.

³⁶ GONÇALVES, Antônio Baptista. **Compras coletivas e as lesividades nas relações de consumo**. **Revista Científica Sensus: Direito**, n.º 4, v. 1, Janeiro-Junho, 2012, p. 9.

Caso a quantidade mínima de pessoas para aquela promoção não tenha sido atingida, o sítio de compras coletivas deverá reembolsar o valor já pago, ao consumidor. Nesse sentido conceitua REIS³⁷:

[...] entende-se por compra coletiva a modalidade de comércio eletrônico que tem por finalidade a venda de produtos e serviços promocionais, por um período curto de tempo, e para um mínimo de consumidores pré-estabelecido.

GONÇALVES³⁸ complementa:

A compra coletiva é conceituada como um sistema virtual de aquisição de um produto por um preço mais econômico do que o proposto pelo mercado. Então, para tanto, se estabelece um número mínimo de pessoas que devem adquirir aquele produto ou serviço em um determinado período (usualmente são cem pessoas que possuem 24 horas para adquirir a oferta). A relação de consumo somente se efetiva quando do aceite do consumidor para com o contrato de prestação de serviço. Caso seja exaurido o prazo sem que se tenha atingido o número mínimo a venda se dissolve e os consumidores terão de ser ressarcidos.

Neste diapasão, faz-se necessário entender qual é a responsabilidade desses sítios de compras coletivas no momento em que o consumidor se depara com um produto ou serviço viciado, que lhe frustra a expectativa.

3. A RESPONSABILIDADE CIVIL DOS SÍTIOS DE COMPRAS COLETIVAS POR VÍCIO DE QUALIDADE OU QUANTIDADE DE PRODUTOS OU SERVIÇOS

Frente à rápida evolução do comércio eletrônico, as frequentes reclamações realizadas por consumidores junto aos órgãos de defesa do consumidor em todo o país e o aumento dos julgados nos tribunais brasileiros sobre compras coletivas, necessário se faz, verificar qual a responsabilidade dos sítios de compras coletivas frente aos vícios de produtos e serviços por eles comercializados.

³⁷ REIS, Maria Elisa. **A responsabilidade civil dos sites de compras coletivas**. Disponível em: <<http://www.migalhas.com.br/A+responsabilidade+civil+dos+sites+de+compras+coletivas>>. Acesso em: 17 abr. 2013.

³⁸ GONÇALVES, Antônio Baptista. **Compras coletivas e as lesividades nas relações de consumo**. Revista Científica Sensus: Direito, n.4, v. 1, Janeiro-Junho, 2012, p. 3.

Antes, porém, importante esclarecer sobre outra dúvida pertinente: o sítio de compras coletivas é mero intermediário ou pode ser considerado fornecedor nos termos do artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor, frente às relações jurídicas de consumo do comércio eletrônico?

O referido artigo traz a seguinte redação:

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.

É claro o dispositivo legal ao estabelecer que é considerado fornecedor, não somente o fabricante, mas o distribuidor, aquele que comercializa os produtos ou serviços. A atividade desenvolvida pelos sítios de compras coletivas nada mais é do que a comercialização de produtos e serviços, visto que auferem lucros pelos produtos disponibilizados.

GONÇALVES³⁹ expõe sua opinião sobre a possibilidade do fornecedor figurar no polo passivo na busca pela responsabilidade civil por danos ao consumidor:

Em que pese a previsão expressa na maioria dos contratos de compra coletiva de que o sítio de compra coletiva é um mero intermediário e que a relação de consumo se processa diretamente entre o consumidor e o fornecedor do produto ou serviço, o nosso entendimento é de que a empresa de compra coletiva poderá, sim, figurar no polo passivo de uma ação de indenização por reparação de danos, por ter uma responsabilidade objetiva.

Outro importante fundamento para a caracterização dos sítios como fornecedores presumidos é o fato de que estes optam livremente por quais fabricantes, representantes, importadores, e fornecedores querem ter como parceiros em seus sítios. Desse modo, tem como verificar previamente se os mesmos são idôneos e principalmente, preocupados com o respeito às normas de defesa ao consumidor.

OLIVEIRA⁴⁰ destaca sua opinião sobre a expectativa de credibilidade do consumidor ao efetivar sua compra nos sítios de compras coletivas:

³⁹ GONÇALVES, Antônio Baptista. **Compras coletivas e as lesividades nas relações de consumo**. Revista Científica Sensus: Direito, n.º 4, v. 1, Janeiro-Junho, 2012, p. 15.

Os sites de compras coletivas são claramente fornecedores, pois o consumidor ao adquirir determinado produto/serviço confia na credibilidade da empresa que divulga a promoção e não na empresa que entrega ou realiza o produto/serviço, pois muitas às vezes a empresa fornecedora não é conhecida e o consumidor só adquire a determinada promoção, pois tem a certeza da qualidade e entrega do bem/serviço adquirido. A empresa de compra coletiva não pode se eximir da responsabilidade da entrega do produto/serviço, pois ela é intermediária da relação de consumo, ou seja, através dela que o consumidor adquire a promoção. Se a empresa tem o bônus na venda das promoções, ela também deve ter o ônus das negociações frustradas.

Desse modo é caracterizado como fornecedor o sítio de compras coletivas, ao qual deve ser aplicada toda legislação pertinente ao Código de Defesa do Consumidor e do Decreto n. 7.962, devendo atender às exigências impostas pelas legislações atuais.

Acercas da responsabilidade dos sítios de compras coletivas, o consumidor, polo frágil da relação de consumo, pode se deparar com situações em que não localize o fabricante do produto ou o prestador dos serviços, ou ainda, não localizá-los. Neste sentido é importante que o consumidor saiba dos seus direitos e a quem demandar responsabilidade quanto aos danos sofridos.

Segundo DENSA⁴¹, a responsabilidade civil predominante nas relações de consumo é baseada na teoria do risco, em que o fornecedor responderá independente de sua culpa, uma vez que ao dispor produtos e serviços no mercado, obtendo lucro direto ou indireto, corre os riscos pela prática da atividade.

Neste sentido NERY JUNIOR e NERY⁴² pontuam a responsabilidade objetiva do fornecedor frente aos vícios dos produtos e serviços:

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

⁴⁰ OLIVEIRA, Luiz Gustavo Caratti de. **As compras coletivas e o código de defesa do consumidor**. Facider - Revista Científica. 1, set. 2012. Disponível em: <<http://www.sei-cesucol.edu.br/revista/index.php/facider/article/view/8/18>>. Acesso em: 21 Mai. 2013, p. 7.

⁴¹ DENSA, Roberta. **Direito do consumidor (Série leituras jurídicas)**, p. 56.

⁴² NERY JUNIOR, Nelson e NERY, Rosa Maria de Andrade. **Código Civil comentado**. 8 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011, p. 799.

isso a responsabilidade objetiva se aplica a todas as hipóteses decorrentes de danos experimentados pelo consumidor em decorrência de relação jurídica de consumo.

Caberá ao sítio de compras coletivas, a responsabilidade solidária sobre os itens dispostos. Ou seja, o fornecedor presumido (sítio eletrônico) responde juntamente com o fornecedor principal pelos vícios dos produtos e serviços.

O Tribunal de Justiça do estado do Paraná, em caráter exemplificativo, tem julgado nesse sentido, condenando os sítios de compras coletivas pela responsabilidade solidária. Dentre os julgados cita-se o de número 0027583-20.2011.8.16.0012/0⁴³:

RECURSO INOMINADO. COMPRA COLETIVA NA INTERNET. INTERMEDIÁRIO NA AQUISIÇÃO DOS PRODUTOS. RESPONSABILIDADE PELO DEFEITO NA ENTREGA DO PRODUTO. ASSOCIAÇÃO AO FORNECEDOR FINAL DO PRODUTO. RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA DE TODOS AQUELES QUE INTERMEDIAM A RELAÇÃO JURÍDICA, ESPECIALMENTE QUANDO O PAGAMENTO É REALIZADO AO SITE DE COMPRA COLETIVA. DANO MORAL CARACTERIZADO. VALOR INDENIZATÓRIO REDUZIDO PARA R\$ 7.000,00. RECURSO CONHECIDO E PARCIALMENTE PROVIDO. [...] No que tange à alegação de que a recorrente apenas oferece os produtos sem qualquer relação com os produtos, tal sistemática não pode prosperar. [...] Resta evidenciada a responsabilidade da recorrente pela ausência da prestação dos serviços na forma do art. 18, do Código de Defesa do Consumidor ante a solidariedade existente em decorrência de sua intermediação na cadeia de consumo.

O julgado em tela, assim como o de número 0015371-46.2011.8.16.0018/0⁴⁴ representam a aplicabilidade do CDC às relações de consumo realizadas no comércio eletrônico e a consideração do sítio de compras coletivas como fornecedor presumido, responsável objetivamente e que deve responder solidariamente com o fornecedor principal frente aos vícios dos produtos e serviços, de acordo com o que dispõe o artigo 18 do CDC:

⁴³ PARANÁ, Tribunal de Justiça do Estado do. **Recurso Inominado** n. 0027583-20.2011.8.16.0012/0 de Curitiba, Relator Gustavo Tinoco de Almeida. Disponível em: <<http://portal.tjpr.jus.br/jurisprudencia/j/2100000000312521/Ac%C3%B3rd%C3%A3o-0027583-20.2011.8.16.0012/0#>>. Acesso em: 20 fev. 2013.

⁴⁴ PARANÁ, Tribunal de Justiça do Estado do. **Recurso Inominado** n. 0015371-46.2011.8.16.00180 de Maringá, Relator Antônio Carlos Schiebel Filho. Disponível em:<<http://portal.tjpr.jus.br/jurisprudencia/j/210000000045493>>. Acesso em: 20 mai. 2013.

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 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.

À exemplo dos julgados citados, o Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul também apresenta o mesmo entendimento, como nas decisões de números 71004014023⁴⁵, 71003353562⁴⁶, em que o consumidor é lesado ao adquirir cupom que lhe dê direito ao serviço adquirido, porém no momento da sua utilização o mesmo foi prestado sem a qualidade esperada, evidenciado o vício. Em ambos os processos, o sítio tenta alegar a ilegitimidade passiva para se isentar de responsabilidade.

Importante ressaltar decisão de meados de 2012 da Justiça Federal de Santa Catarina, que ao julgar a Ação Civil Pública número 5002178-30.2011.404.7200⁴⁷ obrigou os sítios de compras coletivas e os fornecedores de serviços de odontologia a retirarem a disponibilidade dos serviços, visto que os mesmos nunca poderiam ser prestados com qualidade frente aos baixos preços como vinham sendo anunciados, pois cada paciente necessita de um diagnóstico individual, impossibilitando a oferta do serviço de forma coletiva.

O julgador entendeu que a continuidade da oferta desse serviço em sítios de compra coletiva acabaria por gerar demanda de processos judiciais frente aos prováveis vícios de qualidade na prestação dos serviços. Em sua decisão ainda cita o parecer do Ministério Público e reitera a qualificação do sítio de compra coletiva

⁴⁵ RIO GRANDE DO SUL, Tribunal de Justiça do Estado do. **Recurso inominado** n. 71004014023 de Porto Alegre, Relatora Adriana da Silva Ribeiro. Disponível em: <http://www1.tjrs.jus.br/site_php/consulta/consulta_processo71004014023_5112819>. Acesso em 14 abr. 2013.

⁴⁶ RIO GRANDE DO SUL, Tribunal de Justiça do Estado do. **Recurso inominado** n. 71003353562 de Passo Fundo, Relatora Marta Borges Ortiz. Disponível em: <71003353562>. Acesso em: 19 de maio de 2013.

⁴⁷ SANTA CATARINA, Justiça Federal do Estado de. **Ação Civil Pública** n. 5002178-30.2011.404.7200 de Florianópolis. Juiz Federal Hildo Nicolau Peron. Disponível em: <http://www.jfsc.jus.br/gedpro/verifica/proc_processa_valida.php> (código de acesso: 4030690v9). Acesso em: 20 mai. 2013.

como responsável solidário devendo responder pelos danos causados aos consumidores:

[...] A relação existente nessa modalidade de mercado eletrônico se compõe em consumidor, fornecedor primário ou mediato, que é aquele que detém os produtos e serviços e os oferece, por fim, o fornecedor intermediário ou imediato, cuja finalidade é divulgar e intermediar a venda dos produtos e serviços ofertados pelo fornecedor primário. (...) Os sites de compras coletivas colimam circular bens e serviços ofertados pelos fornecedores primários, e mesmo não adquirindo os produtos e serviços, como comumente fazem os comerciantes, intermedeiam as vendas com participação indireta nos lucros percebidos pelos fornecedores primários, cobrando comissão. Assim sendo, a relação entre o site e o consumidor será sempre de consumo, sendo aquele um comerciante para fins de aplicação do CDC.

Fica evidenciado, portanto, que os sítios de compras coletivas respondem de forma solidária, como fornecedores frente aos vícios de qualidade e quantidade dos produtos e serviços que comercializa, uma vez que essa responsabilidade civil é objetiva, justificada na ausência de comprovação de culpa do fornecedor, que se torna responsável pelos riscos da prática comercial não podendo eximir-se de prestar amparo ao consumidor lesado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Preocupou-se, no presente estudo, identificar a responsabilidade civil dos sítios de compras coletivas frente aos vícios de produtos e serviços comercializados. Confirmou-se a hipótese que questionava a possível caracterização dos sítios de compras coletivas como fornecedores e não, somente, meros intermediários de compra e venda.

Dessa forma restou comprovada a responsabilidade solidária dos sítios de compras coletivas frente aos vícios de produtos e serviços por ele comercializados, visto que o sítio tem liberdade para optar por fornecedores/parceiros idôneos e que prezem pelo respeito ao consumidor, além de sua prática comercial ir além da intermediação, uma vez que obtém lucros baseados na quantidade de pessoas que adquiram um mesmo produto ou serviço.

Constatou-se ainda, que o Código de Defesa do Consumidor, embora não faça referência às relações de consumo no comércio eletrônico propriamente, apresenta-se como ferramenta jurídica satisfatória, visto que com a publicação do Decreto Federal nº 7.962, de 15 de março de 2013, ganhou maior respaldo, sendo

indicado pelo próprio Decreto, como legislação aplicável ao comércio eletrônico e às compras coletivas.

A escolha do tema se deu pela recente publicação do Decreto n.7.962 e pelas recorrentes tentativas dos sítios isentarem-se das responsabilidades, tentando caracterizar-se como meros intermediários na compra e venda, causando danos aos consumidores. Também pela sua relevância social, visto que está diretamente ligado ao nosso cotidiano e acompanha uma tendência mundial: o comércio eletrônico, o que de fato justifica a preocupação da doutrina e da sociedade, que anseiam por legislação específica sobre as compras coletivas para que o consumidor, como polo menos favorecido na relação jurídica de consumo, tenha seus direitos resguardados.

Por fim, evidencia-se que as compras coletivas tendem a continuar evoluindo, o que exigirá cada vez mais o implemento de regulamentações e efetiva fiscalização e responsabilização civil dos sítios de compras coletivas pelos vícios de produtos e serviços que disponibiliza no mercado de consumo.

O presente trabalho não teve a intenção de esgotar o assunto, mas objetivou contribuir para a racionalização do tema, por ser este de relevante interesse social.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Renato Asamura Azevedo. **Regulamentação do comércio eletrônico no Brasil e um contexto de tutela à pessoa na Sociedade da Informação**. Disponível em:<<http://por-leitores.jusbrasil.com/noticias/100491167>>. Acesso em 20 fev. 2013.

BRASIL, **Decreto- Federal nº 7.962, de 15 de março de 2013**, regulamenta a lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. Disponível em:<<http://www.planalto.gov.br/ccivil/decreto>> acesso em: 18 mai. 2013.

BRASIL, **Lei nº 8.078** de 11 de setembro de 1990. Disponível em:<<http://www.planalto.gov.br/ccivil>>. Acesso em: 05 mai. 2013.

BRASIL, Superior Tribunal de Justiça. **Súmula n. 130**, de 29 de março de 1995.

DENSA, Roberta. **Direito do consumidor (Série leituras jurídicas)** – 8. Ed. – São Paulo: Atlas, 2012.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de direito civil brasileiro, volume 7: responsabilidade civil**. 23ª edição reformulada. São Paulo: Saraiva, 2009.

RUTHES, Chayani; VIEIRA, Patrícia Elias. Sítios de compras coletivas: a responsabilidade civil por vício do produto ou serviço. **Revista Eletrônica de Iniciação Científica**. Itajaí, Centro de Ciências Sociais e Jurídicas da UNIVALI. v. 4, n.4, p. 167-189, 4º Trimestre de 2013. Disponível em: www.univali.br/ricc - ISSN 2236-5044

FINKELSTEIN, Maria Eugênia. **Direito do Comércio Eletrônico**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

GAGLIANO, Pablo Stolze, PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Novo curso de direito civil, volume III: responsabilidade civil** – 4ª edição – São Paulo: Saraiva, 2006.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Direito do consumidor: código comentado, jurisprudência, doutrina, Decreto nº. 2.181/1997**. 7. ed. rev., ampl. e atual. Pela Lei 12.291/2010. – Niterói: Impetus, 2011.

GONÇALVES, Antônio Baptista. **Compras coletivas e as lesividades nas relações de consumo**. Revista Científica Sensus: Direito, n.º 4, v. 1, Janeiro-Junho, 2012.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003.

NERY JUNIOR, Nelson e NERY, Rosa Maria de Andrade. **Código Civil comentado**. 8 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor** – 6. ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2011.

OLIVEIRA, Celso Marcelo de. **Teoria geral da responsabilidade civil e de consumo**. São Paulo: IOB Thomson, 2005.

OLIVEIRA, Luiz Gustavo Caratti de. **As compras coletivas e o código de defesa do consumidor**. Facider - Revista Científica. Disponível em: <<http://www.sei-cesucol.edu.br/revista/index.php/facider/article/view/8/18>>. Acesso em: 21 Mai. 2013.

PARANÁ, Tribunal de Justiça do. **Recurso Inominado** n. 0027583-20.2011.8.16.0012/0. Relator Gustavo Tinoco de Almeida. Disponível em:<<http://portal.tjpr.jus.br/jurisprudencia>>. Acesso em: 20 fev. 2013.

PARANÁ, Tribunal de Justiça do. **Recurso Inominado** n. 0015371-46.2011.8.16.00180. Relator Antônio Carlos Schiebel Filho. Disponível em:<<http://portal.tjpr.jus.br/jurisprudencia>>. Acesso em: 20 mai. 2013.

REIS, Maria Elisa. **A responsabilidade civil dos sites de compras coletivas**. Disponível em:< <http://www.migalhas.com.br/responsabilidadecivil>>. Acesso em: 17 abr. 2013.

RIO GRANDE DO SUL, Tribunal de Justiça. **Recurso inominado** n. 71004014023. Relatora Adriana da Silva Ribeiro. Disponível em: <<http://www1.tjrs.jus.br/consulta>>. Acesso em 14 mai.2013.

RIO GRANDE DO SUL, Tribunal de Justiça do. **Recurso inominado** n. 71003353562. Relatora Marta Borges Ortiz. Disponível em: <<http://www1.tjrs.jus.br/consulta>>. Acesso em: 19 mai. 2013.

RODRIGUES, Silvio. **Direito civil: volume IV** – 19. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

RUTHES, Chayani; VIEIRA, Patrícia Elias. Sítios de compras coletivas: a responsabilidade civil por vício do produto ou serviço. **Revista Eletrônica de Iniciação Científica**. Itajaí, Centro de Ciências Sociais e Jurídicas da UNIVALI. v. 4, n.4, p. 167-189, 4º Trimestre de 2013. Disponível em: www.univali.br/ricc - ISSN 2236-5044

SANTA CATARINA, Justiça Federal de. **Ação civil pública** n. 5002178-30.2011.404.7200. Juiz Federal Hildo Nicolau Peron. Disponível em: <http://www.jfsc.jus.br/gedpro/verifica/proc_processa_valida.php>. Acesso em: 20 de maio de 2013.