

FACULDADE DE DIREITO DE VITÓRIA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

FERNANDO OLIVEIRA MODENESI

**A RESPONSABILIDADE CIVIL DOS SITES COMPARATIVOS  
DE PREÇOS**

VITÓRIA

2017

FERNANDO OLIVEIRA MODENESI

**A RESPONSABILIDADE CIVIL DOS SITES COMPARATIVOS  
DE PREÇOS**

Monografia apresentada ao curso de Direito da Faculdade de Direito de Vitória – FDV, como requisito para a obtenção do título de bacharel em Direito, sob a orientação do Professor Doutor Paulo Neves Soto.

VITÓRIA

2017

FERNANDO OLIVEIRA MODENESI

## **A RESPONSABILIDADE CIVIL DOS SITES COMPARATIVOS DE PREÇOS**

Monografia apresentada ao curso de Direito da Faculdade de Direito de Vitória – FDV como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Direito.

Vitória, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

### **BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Doutor Paulo Neves Soto  
Faculdade de Direito de Vitória  
Orientador

---

Prof. \_\_\_\_\_  
Faculdade de Direito de Vitória  
Examinador(a).

## RESUMO

A pesquisa busca analisar a responsabilidade civil dos sites comparativos de preços (ex: Buscapé) pela falha na prestação de serviço ou do produto realizada por terceiro fornecedor através de casos concretos recorrentes na jurisprudência, levando-se em conta o conceito de fornecedor e cadeia de fornecimento e de que forma aplica-se ou não a essas novas formas de prestações de serviços pela internet, assim como a solidariedade entre os mesmos. Tais indagações foram reunidas a partir da observação da jurisprudência brasileira e a grande divergência dos julgados, além disso, trata-se de tema novo que não se enquadra facilmente nos conceitos do Código de Defesa do Consumidor. A pesquisa foi feita utilizando doutrinas e jurisprudências, os julgados envolvem o Buscapé, consumidores e terceiro fornecedor em uma hipótese, não entrega do produto comprado pelo consumidor através do terceiro fornecedor indicado pelo site comparativo de preços. Os resultados apontam duas linhas de raciocínio distintas predominantes, a primeira entende que haverá a responsabilização solidária do site comparativo de preços se este passa uma legítima sensação de confiança e segurança ao consumidor. A segunda linha entende não haver responsabilização por falta de intermediação ao negócio realizado com terceiro, sendo o papel do site comparativo de preços antecedente á compra, como um mero indicador. A resposta que se chega e, a qual aderimos é que, nos casos em que há a presença da técnica de Custo por Clique e anúncios patrocinados, o site comparativo de preços participa de forma indireta na relação jurídica entre o consumidor e o terceiro anunciante, tendo em vista que receberá indiretamente do consumidor por aquela venda (através do repasse realizado ao valor do produto pelo terceiro anunciante), tendo a oportunidade de escolher o fornecedor, estando presente na cadeia de fornecimento e, portanto, respondendo solidariamente.

**Palavras-chave:** Site comparativo de preços. Responsabilidade Civil. Fornecedor.

# SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	06
<b>1 CONTRATOS ELETRÔNICOS NO BRASIL E REGIME JURÍDICO</b> .....	12
1.1 CONTRATO ELETRÔNICO.....	16
1.2 PRINCÍPIOS APLICÁVEIS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO.....	18
<b>2 A RESPONSABILIDADE CIVIL</b> .....	22
<b>3 PRESSUPOSTOS DE APLICAÇÃO DO CDC</b> .....	30
<b>4 RESPONSABILIDADE CIVIL NA RELAÇÃO DE CONSUMO</b> .....	38
4.1 CADEIA DE FORNECIMENTO E RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA.....	41
<b>5 A RESPONSABILIDADE DOS SITES COMPARATIVOS DE PREÇOS</b> .....	43
5.1 DAS HIPÓTESES DE VENDA DIRETA PELO SITE COMPARATIVO DE PREÇOS.....	45
5.2 DAS HIPÓTESES DE VENDA INDIRETA PELO SITE COMPARATIVO DE PREÇOS.....	46
5.3 DA RESPONSABILIZAÇÃO PELA FALHA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE SEGURANÇA – INDICAÇÃO DE SITE INIDÔNICO E/OU NÃO RECEBIMENTO DO PRODUTO.....	47
5.4 UMA TERCEIRA VISÃO ACERCA DA RESPONSABILIDADE DOS SITES COMPARATIVOS DE PREÇOS.....	56
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	60
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	62

## INTRODUÇÃO

Cada vez mais os brasileiros utilizam a internet para efetuar suas compras. Segundo pesquisa produzida pela empresa Ebit, referência no ramo do comércio eletrônico no Brasil, cerca de 48 milhões de consumidores fizeram pelo menos uma compra virtual em 2016, representando, assim, um aumento de 22%, se comparado a 2015<sup>1</sup>.

É, nesse cenário, de aumento significativo do consumo de produtos por meio eletrônico, que surge um novo desafio para o direito brasileiro, regular as relações de consumo pela compra de produtos ou serviços na internet.

Com a facilitação da troca de informações proporcionada pela tecnologia, facilitou—se também a troca de produtos e, conseqüentemente, o crescimento do comércio virtual, tornando possível então o surgimento dos chamados “sites intermediadores/classificados” e “sites busca/comparativos”.

Os sites intermediadores/classificados são empresas que utilizam de um domínio na internet para prestar um serviço de hospedagem de anúncios e, dependendo de sua atuação, lucrar com taxas de vendas dos produtos anunciados por terceiros. Trata-se de uma facilitadora, fazendo o canal acesso entre o comprador e o vendedor. É uma espécie do gênero *e-commerce* (abreviação para o que significa em inglês *eletronic commerce*, ou comércio eletrônico). São característicos nesse ramo os sites Mercado Livre e OLX, por exemplo.

Já, os sites de busca ou comparativos, são sites que proporcionam ao consumidor comparar preços de determinado produto na medida que dispõe para o usuário o acesso ao site desses fornecedores juntamente com os preços, podendo o consumidor escolher dentre os sites, o que mais lhe atende. São exemplos de sites o Buscapé e Zoom.

A legislação brasileira, apesar de tímidas tentativas, possui duas leis principais que

---

<sup>1</sup>EBIT. **Relatório WebShoppers**. Ed. 35. 2017. Disponível em:

regulamentam o ramo, são elas o Código de Defesa do Consumidor<sup>2</sup> (lei 8.078/90) e o Decreto nº 7.962/13<sup>3</sup> (dispõe sobre regras e diretrizes para comércio eletrônico, também modificou a lei 8.078/90), normas essenciais que tentam regular esse novo fenômeno jurídico, porém ainda sem tanta profundidade.

Tais medidas legais vieram para trazer mais transparência, informação e segurança aos consumidores que utilizam desse meio. Algumas disposições exemplificativas estão no artigo 2º e seus incisos do referido decreto nº 7.962/13<sup>4</sup>, estabelecendo regras para os sítios eletrônicos de como devem disponibilizar, em local de destaque e visualização, as informações dos itens ofertados.

Art. 2º. Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para oferta ou conclusão de contrato de consumo devem disponibilizar, em local de destaque e de fácil visualização, as seguintes informações:

I - nome empresarial e número de inscrição do fornecedor, quando houver, no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda;

II - endereço físico e eletrônico, e demais informações necessárias para sua localização e contato;

[...]

Apesar de tais regulamentações, ainda pairam muitas dúvidas acerca da responsabilização das empresas intermediadoras e de buscas comparativas no cenário jurídico brasileiro, existindo grande divergência jurisprudencial entre os tribunais de justiça estaduais, principalmente quando o próprio Superior Tribunal de Justiça - STJ<sup>5 6</sup> apresenta julgados não tão convergentes.

---

<<https://www.ebit.com.br/webshoppers>> . Acesso em: 09 maio 2017.

<sup>2</sup> BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, Seção 1, 12 set. 1990 p. 1. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm) >. Acesso em: 10 maio 2017.

<sup>3</sup>BRASIL. **Decreto 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. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, Seção 1 - Edição Extra – 15 abri. 2013, p. 1. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm) >. Acesso em: 11 maio 2017.

<sup>4</sup>BRASIL. **Decreto 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. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, Seção 1 - Edição Extra – 15 abri. 2013, p. 1. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm) >. Acesso em: 11 maio 2017.

<sup>5</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial nº 1.639.028**. Recorrente: ebazar.com.br Ltda. Recorrido: Reinaldo Elias e Marcia de Campos. Relator: Ministro Moura Ribeiro. Brasília, 11 abr.

Em relação às empresas intermediadoras da venda, o amplo debate sempre recai em considerá-la parte do negócio – já que lucra com isso -, portanto, responsável pela prestação de serviço, respondendo junto ao vendedor pelo produto ou serviço com vício ou, em outra perspectiva, considerar que a empresa apenas presta o serviço de facilitação da negociação, não existindo nenhuma participação direta na compra ou venda destes produtos, ainda mais quando a negociação é feita diretamente entre o comprador e vendedor.

Já, em relação às empresas que somente realizam o serviço de busca comparativa de preços, o debate se dá entre enquadrá-la como fornecedora, participante da cadeia de fornecimento e, portanto, lucrando com isso mesmo indiretamente, ou, considerá-la mero site de buscas não participando de qualquer intermediação no negócio e portanto sem responsabilidade no vício do produto ou falha na prestação.

Tema complexo que precisa ser analisado com cautela, visto que, na maioria das vezes, envolve consumidor, parte vulnerável que o ordenamento jurídico decidiu proteger, porém, também envolve a liberdade de mercado e possível inviabilidade dos sites tidos como intermediadores perante a economia brasileira, sendo necessário um sopesamento do ônus do risco da atividade empresarial.

Na tentativa de verificar acerca da responsabilidade civil das empresas prestadoras de serviços comparativos de preços na internet, primeiramente é necessário compreender o que significa tal conceito e quais conseqüências jurídicas surgem a partir dele. Pode-se dizer que uma conduta humana contrária a lei que gera prejuízo a outrem, também gera a obrigação de reparar.

---

2017. Disponível em: <<http://s.conjur.com.br/dl/mercado-livre-nao-responde-fraude.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2017.

6BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial nº 1.107.024**. Recorrente: Antônio de Carvalho Zemuner. Recorrido: MercadoLivre.com Atividades de Internet Ltda. Relator: Ministra Maria Isabel Gallotti. Brasília, 01 dez. 2011. Disponível em: <[https://jurisprudencia.s3.amazonaws.com/STJ/IT/RESP\\_1107024\\_DF\\_1326761412693.pdf?Signature=TH%2FkYKlesq9u6NrZLqA68jj2jo4%3D&Expires=1494440186&AWSAccessKeyId=AKIAIPM2XEMZACAXCMBA&response-content-type=application/pdf&x-amz-meta-md5-hash=8f9b05c6ed83ec786226dfbac4c9500e](https://jurisprudencia.s3.amazonaws.com/STJ/IT/RESP_1107024_DF_1326761412693.pdf?Signature=TH%2FkYKlesq9u6NrZLqA68jj2jo4%3D&Expires=1494440186&AWSAccessKeyId=AKIAIPM2XEMZACAXCMBA&response-content-type=application/pdf&x-amz-meta-md5-hash=8f9b05c6ed83ec786226dfbac4c9500e)>. Acesso em: 10 maio 2017.



Inteligência essa retirada do artigo 927<sup>7</sup> do Código Civil Brasileiro de 2002 – CC/02, dispondo que, aquele que, por ato ilícito, causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo. Extrai-se daí a dúvida se seria possível o site prestador de serviços responder por falha na sua prestação de serviço, ainda que gratuito, ou ainda, responder por vício no produto ou falha na entrega do terceiro, vendedor anunciante.

Para isso, será preciso adentrar na seara do consumo, visto que o principal site que tem-se de exemplo, Buscapé, vincula ofertas de pessoas jurídicas, empresas, com seu público alvo voltado para consumidores. Com isso em mente, a relação de responsabilização passa agora não só a ser disciplinada pelo Código Civil, como também pelo Código de Defesa do Consumidor, tendo em vista que comporta uma relação jurídica considerada como de consumo.

Dessa forma, é preciso realizar uma busca para a verificação de um importante questionamento a fim de delimitar a responsabilização, se há o enquadramento ou não da empresa prestadora de serviços comparativos de preços como fornecedora, ou se ela, como um produto do mercado bem mais recente que o Código de Defesa do Consumidor, poderia ser enquadrada como algo novo no mundo jurídico do consumo.

Diante disso, ao verificar o conceito de fornecedor disposto no artigo 3º e parágrafos do Código de Defesa do Consumidor<sup>8</sup>, percebe-se que, à primeira vista, a empresa comparativa de preços ao ser uma pessoa jurídica privada, prestadora de serviços, pois fornece ao mercado de consumo um site com busca de preços e, é remunerada por isso, seja direta e indiretamente, pertence a tal categoria.

José Geraldo Brito Filomeno<sup>9</sup> explica que o referido diploma normativo “[...] abrange todo e qualquer tipo de serviço, entendido como **uma utilidade** usufruída pelo

---

<sup>7</sup> BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de março de 2002**. Institui o Código Civil. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, Seção 1 – 11 jan. 2002, p. 1. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm) >. Acesso em: 12 maio 2017.

<sup>8</sup> BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, Seção 1, 12 set. 1990 p. 1. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm) >. Acesso em: 10 maio 2017.

<sup>9</sup> FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direito do Consumidor**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010, p. 47.

consumidor, e prestado por um fornecedor determinado, num *facere* (fazer)". Entretanto, a análise não pode deixar de verificar algumas variáveis peculiares do ramo.

Há julgados como, por exemplo, a Apelação nº 9000510-50.2007.8.26.0506, relator Desembargador Clóvis Castelo, julgado em 15/04/13 pela 35ª Câmara de direito privado do Tribunal de São Paulo, declarando a ilegitimidade passiva do requerido Buscapé, o argumento é pelo fato dos site apenas apresentar lojas, produtos, preços e condições, não efetuando qualquer intermediação, sendo a contratação entre o comprador (consumidor) e terceiro vendedor, não sendo caracterizada a responsabilização objetiva do artigo 14 do Código de Defesa do Consumidor<sup>10</sup>.

Portanto, o que se busca na pesquisa, é a verificação da existência ou não da responsabilidade civil das empresas comparativas de preços (ex.: Buscapé) pelo serviço prestado, caso decorra vício no produto ou falha na prestação do serviço, a partir da categoria de fornecedor estabelecida no Código de Defesa do Consumidor.

Percebe-se que, com o avanço da era digital, surgiram novas possibilidades de trocas, trazendo maior comodidade e rapidez nas negociações comerciais em toda sociedade.

Porém junto com essa facilitação, sobrevieram também os constantes abusos e prejuízos aos consumidores que utilizam desse meio. Para se ter uma noção, o PROCON de São Paulo registrou um aumento nas reclamações no comércio eletrônico de 75% se comparado o período entre janeiro e agosto do ano de 2016 em relação ao mesmo período do ano de 2015<sup>11</sup>.

Percebe-se então que, apesar da maior praticidade da compra online, há claramente maiores chances de acontecer algum problema, seja com o não recebimento do

---

<sup>10</sup>TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE SÃO PAULO. **Apelação nº 9000510-50.2007.8.26.0506**. Relator: Des. Clóvis Castelo, Data do Julgamento: 15/04/2013. 35ª Câmara de direito privado do TJSP. Disponível em: < <https://tj-sp.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/114318908/apelacao-apl-90005105020078260506-sp-9000510-5020078260506/inteiro-teor-114318918> >. Acesso em: 30 maio 2017.

<sup>11</sup> CAVALLINI, Marta. **Número de reclamações no comércio eletrônico sobe 75%, diz Procon-SP**. Portal G1. 21 out. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2016/10/numero-de-reclamacoes-no-comercio-eletronico-sobe-75-diz-procon-sp.html>>. Acesso em: 09 maio 2017.

produto ou, por exemplo, a demora na entrega. Muitos estabelecimentos ainda possuem certa dificuldade em respeitar a legislação consumerista, consequência da falta de preventivo jurídico ou até mesmo porque vale a pena financeiramente violar direitos.

Dessa forma, é importante o estudo da responsabilidade dos sites intermediadores e de buscas para que se defina de maneira mais segura se há ou não a obrigação de indenização ao consumidor caso venha ter problemas com o produto ou entrega do mesmo, conferindo maior segurança jurídica tanto para empresas como para o próprio consumidor na busca por seus direitos.

Além disso, trata-se de um tema extremamente controvertido, visto que o próprio STJ possui decisões para ambas as teses. Em recente decisão, acerca da empresa Mercado Livre, decidiu pela não responsabilização da empresa por fraude de anúncio, dado que “a responsabilidade pelo dano decorrente de fraude não pode ser imputada ao veículo de comunicação, visto que esse não participou da elaboração do anúncio, tampouco do contrato de compra e venda do veículo”<sup>12</sup>.

Já, em outro momento, havia decidido pela responsabilização do Mercado Livre pela fraude cometida por terceiro, que simulou o e-mail de confirmação de pagamento feito pela empresa, sem que este tivesse sido feito, visto que ofereceu uma plataforma de pagamento não segura, devendo assumir o ônus do risco proveito<sup>13</sup>.

É, portanto, um tema recente e extremamente controverso, sua análise aprofundada poderá ajudar a fornecer argumentos fundamentais para a melhoria das decisões judiciais, além de ser um tema extremamente interessante para a academia civilista, visto que poderá enriquecer ainda mais o debate.

---

<sup>12</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial nº 1.639.028**. Recorrente: ebazar.com.br Ltda. Recorrido: Reinaldo Elias e Marcia de Campos. Relator: Ministro Moura Ribeiro. Brasília, 11 abr. 2017. Disponível em: <<http://s.conjur.com.br/dl/mercado-livre-nao-responde-fraude.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2017.

<sup>13</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial nº 1.107.024**. Recorrente: Antônio de Carvalho Zemuner. Recorrido: MercadoLivre.com Atividades de Internet Ltda. Relator: Ministra Maria Isabel Gallotti. Brasília, 01 dez. 2011. Disponível em: <[https://jurisprudencia.s3.amazonaws.com/STJ/IT/RESP\\_1107024\\_DF\\_1326761412693.pdf?Signature=TH%2FkYKlesq9u6NrZLqA68jj2jo4%3D&Expires=1494440186&AWSAccessKeyId=AKIAIPM2XEMZACAXCMB&response-content-type=application/pdf&x-amz-meta-md5-hash=8f9b05c6ed83ec786226dfbac4c9500e](https://jurisprudencia.s3.amazonaws.com/STJ/IT/RESP_1107024_DF_1326761412693.pdf?Signature=TH%2FkYKlesq9u6NrZLqA68jj2jo4%3D&Expires=1494440186&AWSAccessKeyId=AKIAIPM2XEMZACAXCMB&response-content-type=application/pdf&x-amz-meta-md5-hash=8f9b05c6ed83ec786226dfbac4c9500e)>. Acesso em: 10 maio 2017.

# 1 CONTRATOS ELETRÔNICOS NO BRASIL E REGIME JURÍDICO

A internet, entendida aqui segundo dicionário Michaelis como uma “Rede remota internacional de ampla área geográfica que proporciona transferência de arquivos e dados, juntamente com funções de correio eletrônico para milhões de usuários ao redor do mundo”<sup>14</sup>, surgiu, de acordo com a Associação Brasileira de Internet (ABRANET), em meados da década de 60, durante a guerra fria, criada pelos norte americanos com intenções totalmente voltadas ao militarismo<sup>15</sup>.

No Brasil a internet, apesar de ter às primeiras aparições na década de setenta, apenas teve desenvolvimento e impacto significativo na década de noventa, primeiramente sendo um uso preponderante pelo Estado, mas logo expandindo para universidades nacionais <sup>16</sup> e mercado privado, influenciando fortemente as novas formas de comércio eletrônico, antes pouco ou quase nada utilizadas.

As compras a distância, antes tratadas como contratos entre ausentes, dada a distância não só geográfica como também da declaração de vontade, eram realizadas sob a regulamentação do antigo Código Civil de 1916 (CC/16)<sup>17</sup>. De forma breve, assim regulava o diploma no capítulo de contratos:

Art. 1.086. Os contratos por correspondência epistolar, ou telegráfica, tornam-se perfeitos desde que a aceitação é expedida, exceto:  
I - No caso do artigo antecedente.  
II - Se o proponente se houver comprometido a esperar resposta.  
III - Se ela não chegar no prazo convencionado.

---

<sup>14</sup> MICHAELIS. Disponível em: < <http://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=internet>>. Acesso em: 25 out. 2017.

<sup>15</sup> AVANZI, Dane. **20 anos de internet no Brasil**: da rede discada à internet das coisas. ABRANET. 2015. Disponível em: < <http://www.abranet.org.br/Artigos/20-anos-de-internet-no-Brasil%3A-da-rede-discada-a-internet-das-coisas-666.html?UserActiveTemplate=site#.Wfn-dLkpUR9> >. Acesso em: 25 out. 2017.

<sup>16</sup> CARVALHO, Marcelo Sávio Revoredo Menezes de. **A trajetória da internet no Brasil**: do surgimento das redes de computadores à instituição dos mecanismos de governança. Dissertação UFRJ. 2006, p. 73. Acesso em:< <http://www.nethistory.info/Resources/Internet-BR-Dissertacao-Mestrado-MSavio-v1.2.pdf>>. Disponível em: 25 out. 2017.

<sup>17</sup> BRASIL. **Lei nº 3.071, de 1 de janeiro de 1916**. Código Civil dos Estados Unidos do Brasil. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, Seção 1, 05 jan. 1916 p. 1. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L3071.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L3071.htm) >. Acesso em: 10 maio 2017.

O artigo não chega a mencionar contrato eletrônico ou compras pela internet, por motivos óbvios, não se pensava um dia o surgimento de tal ferramenta moderna, permanecendo o mesmo instituto no novo código civil de 2002, artigos 428, II, III e principalmente artigo 434.

Dessa maneira, na medida em que foi tornando evidente a presença cada vez mais marcante de contratos e relações sociais por meio dessa ferramenta, mais o direito brasileiro preocupou-se em regulamentar.

Em que pese o ligeiro avanço da tecnologia nos anos noventa em diante, em grande parte do tempo a legislação brasileira tratava os consumidores e as empresas quase como iguais, sem ainda uma noção muito aprofundada de proteção específica.

Somente com a Constituição Federal em 1988 que houve significativos avanços no direito brasileiro como um todo, em uma perspectiva de maturidade constitucional, fruto de um momento de reabertura político democrática dando maior vazão às demandas sociais antes suprimidas.

Junto com a nova carta surgiram também uma série de disposições que apontavam para uma maior proteção ao consumidor brasileiro. Tal proteção teve forte influência pela Resolução nº 39/248 de 1985 da Organização das Nações Unidas (ONU), estabelecendo alguns princípios e norteamentos aos quais os governos deveriam adotar, por exemplo a proteção contra produtos que façam mal a saúde e segurança e também a promoção e proteção dos interesses econômicos desses consumidores<sup>18</sup>.

Na Constituição, a defesa do consumidor foi positivada pelo art. 5º, XXXII, caracterizado como um direito e garantia fundamental, além de obrigar o Estado a promover medidas para a efetivação de tal comando<sup>19</sup>.

---

<sup>18</sup> ONU. **Resolução nº 39/248 de 1985**. Disponível em: <<http://www.egov.ufsc.br/portal/conteudo/resolu%C3%A7%C3%A3o-da-organiza%C3%A7%C3%A3o-das-na%C3%A7%C3%B5es-unidas-onu-n%C2%BA-39248-de-16-de-abril-de-1985-em-ingl%C3%AAs>>. Acesso em: 25 out. 2017.

<sup>19</sup> BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

[...]

XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

Além disso, em outras passagens a Constituição Federal de 88 também realiza menção aos consumidores e sua proteção, o art. 24, VIII e art. 150, parágrafo 5<sup>20</sup>.

Art. 24. Compete à União, aos Estados e ao Distrito Federal legislar concorrentemente sobre:

[...]

VIII - responsabilidade por dano ao meio ambiente, ao **consumidor**, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico; (grifo nosso)

Art. 150. Sem prejuízo de outras garantias asseguradas ao contribuinte, é vedado à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios:

[...]

§ 5º A lei determinará medidas para que os **consumidores** sejam esclarecidos acerca dos impostos que incidam sobre mercadorias e serviços. (grifo nosso)

Tais citações deixam claro a importância da proteção dos consumidores em nosso ordenamento jurídico, recebendo proteção já em caráter constitucional.

Um marco determinante nas relações de consumo e contratos eletrônicos veio logo após a constituição, sob a Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990, em que dispõe sobre a proteção do consumidor e outras providências, mais chamado como Código de Defesa do Consumidor (CDC). Conhecido por seu caráter protetivo e abrangente, o Código preocupou-se em estabelecer princípios e normas gerais, facilitando a aplicação das normas em qualquer relação de consumo, seja física ou virtual (eletrônica), além da proteção mais geral do consumidor no mercado (art. 4º, I, CDC)

Os principais destaques são os conceitos jurídicos de consumidor (art. 2º) e fornecedor (art. 3º) que serão alvos de um maior aprofundamento analítico nos seguintes itens. Além disso, em relação às compras virtuais, à distância, características presentes nos contratos eletrônicos, destacam-se o artigos 49 e

---

<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm)>. Acesso em: 23 out. 2017.

<sup>20</sup> BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em:

<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm)>. Acesso em: 23 out. 2017.

parágrafo único, são eles:

Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

Parágrafo único. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.

Surge então o chamado direito de arrependimento, podendo o consumidor que realizar a compra fora do estabelecimento comercial trocá-lo em até 7 dias a contar do recebimento do produto, independentemente de possuir defeito ou não. Esse é um dos, se não o principal instituto do CDC utilizado nas compras via internet, assim explicam os autores Daniel Amorim e Flavio Tartuce<sup>21</sup>:

Tal direito de arrependimento, relativo ao prazo de reflexão de sete dias, constitui um direito potestativo colocado à disposição do consumidor, contrapondo-se a um estado de sujeição existente contra o fornecedor ou prestador. Como se trata do exercício de um direito legítimo, não há a necessidade de qualquer justificativa, não surgindo da sua atuação regular qualquer direito de indenização por perdas e danos a favor da outra parte.

Em que pese os grandes avanços na proteção do consumidor pelo ordenamento jurídico brasileiro, como o já citado direito de arrependimento, os contratos e compras pela internet ainda eram pouco regulamentados aplicando-se as normas gerais brasileiras.

Nos anos seguintes pouco se inovou, o Código Civil de 2002, próximo diploma normativo na linha histórica, trouxe poucas mudanças significativas, principalmente no que tange a responsabilidade civil. As últimas duas recentes mudanças significativas no que se refere à regulamentação da internet no Brasil foi dada pelo chamado marco civil da internet, Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014<sup>22</sup>, e pelo

---

<sup>21</sup> TARTUCE, Flávio, NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor**: direito material e processual. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: MÉTODO, 2014, p. 219.

<sup>22</sup> BRASIL. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, Seção 1, 24 abr. 2014. p. 1. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm#art32](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm#art32) >. Acesso em: 24 out. 2017.

Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013<sup>23</sup>.

A primeira estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil, com um foco preponderante na questão da privacidade e responsabilização por danos. Porém, é com o Decreto nº 7.962/13 que surge um regulamento mais específico em relação à contratação no comércio eletrônico, porém ainda tímido, composto por normas gerais e relativamente pequeno, apenas 8 artigos, principais destaques para o direito de arrependimento:

Art. 5º O fornecedor deve informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados e eficazes para o exercício do direito de arrependimento pelo consumidor.

Portanto, são com esses regramentos do ordenamento jurídico brasileiro que são realizadas as compras de produtos e serviços pela internet, oferecendo uma gama de proteção ao consumidor bastante significativa se comparado ao início da década de noventa, acompanhando, ainda que timidamente, o avanço da tecnologia no Brasil.

## 1.1 CONTRATO ELETRÔNICO

Nos dias de hoje grande parte dos contratos celebrados entre os consumidores são eletrônicos. A evolução da tecnologia, a democratização da internet, todos esses fatores contribuíram para proporcionar um maior acesso da população aos produtos disponíveis *online*. Assim, introduz ao tema Arnaldo Rizzardo<sup>24</sup>:

Não se pode ignorar que, presentemente, considerável parcela das relações entre pessoas e dos negócios são celebrados por instrumentos eletrônicos de informática computadorizada, com o uso da via da internet. Realizam-se compras, acertam-se assinaturas de revistas ou periódicos, combinam-se vagas em hotéis, ajustam-se viagens e excursões, contratam-se prestações

---

<sup>23</sup> BRASIL. **Decreto 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. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, Seção 1, 15 mar. 2013. p. 1. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm#art9](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm#art9)>. Acesso em: 24 out. 2017.

<sup>24</sup> RIZZARDO, Arnaldo. **Contratos**. 15. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2015, p. 101.



de serviços através da internet, convencionando-se denominar esta forma de exteriorização dos atos de vontade pelo nome “contratos eletrônicos”. São verdadeiros contratos, pois neles se encontram a oferta e a aceitação na aquisição de bens e na prestação de serviços e informações.

Nesse sentido, é importante delimitarmos minimamente o conceito dos contratos eletrônicos sucintamente. Assim entende Erica Brandini Barbagalo, uma das autoras pioneiras a escrever sobre o assunto no Brasil<sup>25</sup>:

(...) definimos como contratos eletrônicos os acordos entre duas ou mais pessoas para, entre si, constituírem, modificarem ou extinguirem um vínculo jurídico, de natureza patrimonial, expressando suas respectivas declarações de vontade por computadores interligados entre si.

Percebe-se que a única diferenciação dos contratos em geral é o meio utilizado, ou seja, “por computadores”. Nos dias de hoje o conceito tornou-se mais abrangente, visto que qualquer *smartphone*, *tablet* ou aparelho de acesso à internet consegue realizar compras e, portanto, formar contratos. É preciso então observar todas os critérios de formação, validade e efeitos aplicados nos contratos em geral (Título V do CC/02).

Algumas peculiaridades devem ser ressaltadas como, por exemplo, o local e momento da formação do contrato.

Em relação ao local, regra geral é o endereço do proponente, conforme pode-se retirar da orientação dada pelo §2º do art. 889 do CC/02. Sendo o ideal que seja previamente estipulado se é outra a intenção das partes. Para fins consumeristas, independe de cláusula de foro, sendo em regra o domicílio do consumidor, conforme previsão do art. 101, inciso I do CDC.

Já em relação ao momento de formação do contrato é preciso analisar duas formas de comunicação, se simultânea ou não. Meios em que a troca é instantânea, como chats, vídeochats e afins, sempre será considerado o momento em que o oblato faz a aceitação. Em comunicações que demandam um pouco mais de tempo para a verificação, como e-mails ou compras realizadas em sites em geral, o momento da

---

<sup>25</sup> BARBAGALO, Erica Brandini. **Contratos eletrônicos**: contratos formados por meio de redes de computadores: peculiaridades jurídicas da formação do vínculo. São Paulo: Saraiva, 2001, p. 37.

aceitação é na expedição da vontade se não for convencionado de forma diversa (art. 434, III, CC).

Trataremos aqui dos contratos eletrônicos formados por compras pela internet, sites, mais especificamente nos sites comparativos de preços como o Buscapé, Shopping UOL, Zoom. Assim se define a própria empresa Buscapé<sup>26</sup>:

É uma plataforma inteiramente grátis e líder global em comparação de preços e produtos com um único objetivo: potencializar as relações de consumo de maneira sustentável, proporcionando a melhor experiência de compra. A tecnologia do Buscapé permite que você não perca tempo procurando em várias lojas por preços ou informações importantes de um determinado produto. Os produtos são agrupados e organizados no mesmo lugar, deixando o processo de compra muito mais rápido e fácil.

Há ainda outra ressalva que precisa ser feita, não trataremos aqui dos produtos comprados diretamente pelo site, mas sim daqueles anunciados por outros lojistas/anunciantes no site comparativo.

## 1.2 PRINCÍPIOS APLICÁVEIS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

O CDC possui diversos princípios, sejam explícitos e implícitos, a maioria por consequência das normas jurídica de caráter generalista que permeia todo código. Não há necessidade de se passar por todos, dessa forma, serão pontuados alguns que considerados de grande relevância no âmbito dos contratos eletrônicos.

É possível extrair um dos princípios da proteção logo no art. 1º do CDC, um dos mais fundamentais dos consumidores. É o que já preceitua o art. 5º, inciso XXXII da CF/88, colocando como objetivo a defesa dos consumidores.

Além disso, a própria justificativa de se criar uma lei específica para o consumidor, garantindo a ele diversas garantias e proteções, tanto no direito material como processual, é um sinal de que deverá ter a total proteção do Estado e da sociedade.

---

<sup>26</sup> BUSCAPÉ. Termos de uso. Disponível em: <<http://www.buscapede.com.br/termos-de-uso>>. Acesso

É possível associar o princípio da proteção com o da vulnerabilidade do consumidor, disposto no art. 4º, inciso I do CDC:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

Traduz tudo que já foi falado, o consumidor é considerado vulnerável frente ao mercado, tanto na ordem técnica quanto na econômica.

Outros dois princípios importantíssimos que vem sendo aprimorado ao longo dos anos é o da transparência e dever de informar, disposto no art. 4º e art. 6º, inciso III do CDC respectivamente. Pode-se dizer que tratando-se de contratos eletrônicos, e, principalmente compras coletivas, um dos maiores problemas que surgem aos consumidores se dá pela falta de transparência. Como a compra é à distância, o consumidor não tem condições de saber todos os detalhes do produto, sendo fundamental uma exaustiva descrição do mesmo, o que nem sempre é seguido pelos sites de vendas.

Para a distinção de tal compra é o tratamento especial previsto no art. 49 do CDC, que reconhece inclusive a falta do caráter reflexivo de tal negociação permitindo especial direito de arrependimento no prazo de 7 dias.

Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

O decreto Decreto nº 7.962/13 regulamenta de modo mais específico à contratação pela via eletrônica, trazendo uma série de deveres a serem seguidos pelos sítios eletrônicos, estão entre eles<sup>27</sup>:

---

em: 18 set. 2017.

<sup>27</sup> BRASIL. **Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013**. Regulamenta a Lei no 8.078, de 11 de

Art. 2º Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para oferta ou conclusão de contrato de consumo devem disponibilizar, em local de destaque e de fácil visualização, as seguintes informações:

I - nome empresarial e número de inscrição do fornecedor, quando houver, no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda;

[...]

Art. 3º Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para ofertas de compras coletivas ou modalidades análogas de contratação deverão conter, além das informações previstas no art. 2º, as seguintes:

I - quantidade mínima de consumidores para a efetivação do contrato;

[...]

Dessa forma, tal decreto procura trazer mais efetividade ao princípio da transparência, tão essencial de desenvolvimento no ambiente eletrônico.

Estritamente relacionado com o princípio anterior, temos o princípio da proteção contra publicidade enganosa ou abusiva, encontrado no inciso IV do art. 6º do CDC cumulado com art. 46.

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

[...]

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

Art. 46. Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.

Aparentemente é um dos principais problemas encontrados nos contratos eletrônicos. O consumidor na maioria das vezes guia-se por imagens, banners grandes, letras em caixa alta, entretanto, se desincumbe de verificar todas as informações do anúncio, ou ainda que atento, é enganado por uma maliciosa conduta do anunciante.

Tais práticas são recorrentes no mercado de consumo eletrônico, ressaltando-se, por fim, a importância do princípio da boa-fé nas relações de consumo. Verificável por meio do comportamento adotado das partes, em deveres e direitos recíprocos e de

---

setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, Seção 1 - Edição Extra - 15 abri. 2013, p. 1. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm) >.

mutua ajuda ao determinado fim, o bom desfecho da relação jurídica de consumo.

## 2 A RESPONSABILIDADE CIVIL

A responsabilidade civil é um instituto milenar do direito civil, tendo seus primórdios já na Roma antiga. O dever de indenizar muitas vezes não se dava só pela via da patrimonial, mas sim diretamente contra a pessoa praticante do ilícito, sendo essa a principal intenção da responsabilização em detrimento do ressarcimento pecuniário ao ofendido<sup>28</sup>.

Após centenas de anos de transformações, refinamentos e influências pelos mais diversos contextos históricos internacionais, a doutrina foi estabelecendo alguns limites que começaram a dar forma a este instituto tão importante para a sociedade como um todo.

Primeiramente é importante realizar uma sucinta distinção entre obrigação e responsabilidade negocial. A obrigação é uma relação jurídica entre um devedor e um credor, conferindo ao credor o direito de exigir daquele determinada prestação<sup>29</sup>.

Já, a responsabilidade é a consequência, que surge na medida que o devedor ou o credor realizam qualquer conduta ilícita que acarrete dano, surgindo portanto a responsabilização de restaurar a condição anterior, “[...] é, pois, a consequência jurídica patrimonial do descumprimento da relação obrigacional”<sup>30</sup>. Não se confundindo com a idéia da responsabilidade ou dever de reparar extracontratual.

Esclarecida a distinção, para adentrar ao instituto da responsabilidade civil partir-se-á de um conceito clássico, a “[...] obrigação de reparar danos que infringimos por nossa culpa e, em certos casos determinados pela lei [...]”<sup>31</sup>. Porém, o significado do termo responsabilidade se expande, possuindo sentido polissêmico, não somente

---

<sup>28</sup>CHAVES, Cristiano de. ROSENVALD, Nelson. BRAGA NETTO, Felipe Peixoto. **Curso de Direito Civil: Responsabilidade civil**. Vol. 3. 2. ed. São Paulo: Atlas S.A. 2015, p. 28.

<sup>29</sup>GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil Brasileiro: Responsabilidade Civil**. Vol. 4. 6. ed. São Paulo: Saraiva. 2011. p. 20.

<sup>30</sup>GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil Brasileiro: Responsabilidade Civil**. Vol. 4. 6. ed. São Paulo: Saraiva. 2011. p. 21.

<sup>31</sup> CHAVES, Cristiano de. ROSENVALD, Nelson. BRAGA NETTO, Felipe Peixoto. **Curso de Direito Civil: Responsabilidade civil**. Vol. 3. 2. ed. São Paulo: Atlas S.A. 2015, p. 05.

remetendo-se a uma obrigação, podendo ser uma responsabilidade sobre coisa, alguém, entre outros, tratar-se-á aqui da responsabilidade civil, estritamente jurídica.

Ato contínuo, para Carlos Roberto Gonçalves<sup>32</sup>, a responsabilidade civil é:

[...] um dever jurídico sucessivo que surge para recompor o dano decorrente da violação de um dever jurídico originário. Destarte, toda conduta humana que, violando dever jurídico originário, causa prejuízo a outrem é fonte geradora de responsabilidade civil.

A inteligência dos conceitos trazidos remetem ao ordenamento jurídico brasileiro, a responsabilidade civil e o ato ilícito estão previstos de modo geral nos artigos 186 e 927 a 943 do Código Civil<sup>33</sup> respectivamente, assim dispõe:

Art. 186. Aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito.

Art. 927. Aquele que, por ato ilícito ([arts. 186 e 187](#)), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo.

Carlos Roberto Gonçalves retira quatro pressupostos da responsabilidade civil subjetiva do artigo 186 do CC, são eles: a) conduta (ato ilícito): ação ou omissão; b) culpa ou dolo do agente; c) relação de causalidade; d) dano<sup>34</sup>. Trata-se da responsabilidade civil genérica, porém, será visto mais adiante que na responsabilidade civil objetiva, um desses quatro pressupostos, a culpa, não influi para fins de responsabilização.

Conduta ou ato ilícito decorre de uma vontade humana. O ato ilícito é um fato jurídico, ao qual o ordenamento jurídico confere importância ao ponto de tutelá-lo, portanto, produzindo efeitos para o direito. O fato ilícito é antijurídico, cujos efeitos vão contra o ordenamento jurídico. “É a transgressão a um dever jurídico, imposto a alguém”.<sup>35</sup>

---

<sup>32</sup>GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil Brasileiro: Responsabilidade Civil**. Vol. 4. 6. ed. São Paulo: Saraiva. 2011. p. 24.

<sup>33</sup>BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de março de 2002**. Institui o Código Civil. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, Seção 1 – 11 jan. 2002, p. 1. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm) >. Acesso em: 12 maio 2017.

<sup>34</sup> GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil Brasileiro: Responsabilidade Civil**. Vol. 4. 6. ed. São Paulo: Saraiva. 2011. p. 53-54.

<sup>35</sup> CHAVES, Cristiano de. ROSENVALD, Nelson. BRAGA NETTO, Felipe Peixoto. **Curso de Direito**

É uma conduta humana, seja ela comissiva ou omissiva, que produz o ato ilícito, este um fato jurídico que produz efeitos no campo do direito, sendo uma conduta antijurídica, ou seja, não desejada.

A culpa, *lato sensu*, abarca tanto o dolo como também a culpa em sentido estrito. Para Marcelo Junqueira Calixto seria o erro na conduta do agente capaz, que não adotou cuidado em certa situação que se poderia exigir de um ser humano prudente. Nas palavras do autor<sup>36</sup>:

[...] a culpa, sendo considerada um erro de conduta, pode consistir em uma ação ou omissão que acarreta a violação do cuidado devido. Este cuidado é determinado socialmente, isto é, toma-se o padrão de conduta que determinada sociedade, em certo tempo, espera do ser humano prudente, e não do homem médio ou do bom pai de família, expressões dotas de alguma vaguidade e de certo preconceito, podendo, igualmente, importar em uma redução no patamar de cuidado esperado do agente. Além disso, a referência às circunstâncias do caso concreto impõe a consideração da formação intelectual do agente e, em certos casos, como, por exemplo, danos causados na prática esportiva, da compelição física do mesmo agente. Assim, o *standard* de conduta é contextualização, relativizado, não sendo, em outras palavras, absoluto, atemporal ou universal. Exige-se, por fim, que este erro de conduta possa ser imputável ao agente, o que remete ao tema da imputabilidade civil.

O ordenamento jurídico brasileiro entende culpa estrito senso como sendo uma conduta imprudente, imperita ou negligente<sup>37</sup>.

A relação de causalidade nada mais é que o nexos entre a ação humana e a ocorrência do dano, assim esclarece Gonçalves<sup>38</sup>.

É a relação de causa e efeito entre a ação ou omissão do agente e o dano verificado. Vem expressa no verbo “causar”, utilizado no art. 186 [Código Civil]. Sem ela, não existe a obrigação de indenizar. Se houve o dano, mas sua causa não está relacionada com o comportamento do agente, inexistente a relação de causalidade e também a obrigação de indenizar.

É um dos principais elementos que excluem a responsabilidade do agente e,

---

**Civil:** Responsabilidade civil. Vol. 3. 2. ed. São Paulo: Atlas S.A. 2015, p. 124.

<sup>36</sup> CALIXTO, Marcelo Junqueira. **A culpa na responsabilidade civil:** estrutura e função. Rio de Janeiro: Renovar, 2008, p. 31-32.

<sup>37</sup> CALIXTO, Marcelo Junqueira. **A culpa na responsabilidade civil:** estrutura e função. Rio de Janeiro: Renovar, 2008, p. 85-86.

<sup>38</sup> GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil Brasileiro:** Responsabilidade Civil. Vol. 4. 6. ed. São



portanto, muito utilizado por pessoas jurídicas em litígios contra consumidores para exclusão de sua responsabilidade.

O dano é fundamental para que haja a responsabilidade civil, pode-se conceber a reparação do dano sem ato ilícito, culpa ou nexos causal (exceção), mas sem o dano nunca.<sup>39</sup>

Não existe a explicação do conceito no Código Civil, sendo ele um fato jurídico. Para que se caracterize, é preciso preencher dois elementos, o de fato e de direito. Aquele se dá com o prejuízo, este com a lesão jurídica. O que sofre o dano deve demonstrar o prejuízo que sofreu através de um fato violador de um direito tutelado que é titular. O dano é então, “a lesão a um interesse concretamente merecedor de tutela, seja ele patrimonial, extrapatrimonial, individual ou metaindividual”.<sup>40</sup>

Dessa forma, bem definida o que seria a responsabilidade civil, pode-se então diferenciá-la entre contratual e extracontratual.

Segundo Sérgio Cavalieri Filho, “haverá responsabilidade contratual quando o dever jurídico violado (inadimplemento ou ilícito contratual) estiver previsto no contrato”<sup>41</sup>. Resume-se no dever de reparar um dano originado do descumprimento de uma obrigação prevista no contrato. Por exemplo, o que ocorre nos contratos de transporte, o acidente, mesmo causado por terceiro, não isenta o transportador de indenizar (arts. 734 a 735 do CC e súmulas 161 e 187 do Supremo Tribunal Federal)

Ato contínuo, Nelson Rovenvald e Cristiano Chaves<sup>42</sup> acrescentam:

O inadimplemento corresponde ao descumprimento de um dever jurídico qualificado pela preexistência de relação obrigacional. Requer, portanto, um preceito individual unindo credor e devedor, vinculados a uma prestação de

---

Paulo: Saraiva. 2011. p. 54.

<sup>39</sup> CHAVES, Cristiano de. ROSENVALD, Nelson. BRAGA NETTO, Felipe Peixoto. **Curso de Direito Civil: Responsabilidade civil**. Vol. 3. 2. ed. São Paulo: Atlas S.A. 2015, p. 201.

<sup>40</sup> CHAVES, Cristiano de. ROSENVALD, Nelson. BRAGA NETTO, Felipe Peixoto. **Curso de Direito Civil: Responsabilidade civil**. Vol. 3. 2. ed. São Paulo: Atlas S.A. 2015, p. 205-207.

<sup>41</sup> Cavalieri Filho, Sergio. **Programa de responsabilidade civil**. 11. Ed. São Paulo: Atlas S.A. 2014, p. 333.

<sup>42</sup> CHAVES, Cristiano de. ROSENVALD, Nelson. BRAGA NETTO, Felipe Peixoto. **Curso de Direito Civil: Responsabilidade civil**. Vol. 3. 2. ed. São Paulo: Atlas S.A. 2015, p. 59-60.

dar, fazer ou não fazer. Na lógica da obrigação como processo, o inadimplemento corresponderá a uma indesejada etapa final na qual será alterado o conteúdo do vínculo. Substitui-se a prestação originária por uma obrigação sucessiva de indenizar. A responsabilidade negocial é examinada especialmente nos artigos 389 a 420 do Código Civil.

Ao adentrar em ônibus de transporte coletivo tacitamente celebra-se um contrato de adesão. A empresa assume a obrigação de transportar o passageiro até o destino final em segurança. Se durante a viagem ocorre algum acidente, ferindo o passageiro, terá a empresa a responsabilidade civil de indenizá-lo por descumprimento de uma prestação, a de levá-lo em segurança até destino final (cláusula implícita de incolumidade, ex: art. 735 do CC)<sup>43</sup>.

Já, a responsabilidade civil extracontratual, consiste no “[...] descumprimento de um dever genérico e universal de não causar danos” (art. 186, CC) <sup>44</sup>. Inexiste qualquer conduta contrária à negócio jurídico particular, mas sim um dever de indenizar por algum dano realizado à propriedade ou direito tutelado pelo ordenamento jurídico.

Se furo sinal vermelho e causo um acidente, serei responsabilizado civilmente, pois minha conduta antijurídica (furar o sinal), provou um dano à outrem (dano e nexo causal) e dessa forma surge o dever de reparar.

Cavaliere conclui o raciocínio diferenciando ambas as responsabilidades<sup>45</sup>.

Na responsabilidade contratual, como já destacado, o dever jurídico violado pelo devedor tem por fonte a própria vontade dos indivíduos. São eles que criam, para si, voluntariamente, certos deveres jurídicos. A responsabilidade extracontratual, por sua vez, importa violação de um dever estabelecido em lei, ou na ordem jurídica, como, por exemplo, o dever geral de não causar dano a ninguém.

No tema aqui tratado, a intermediação nos negócios jurídicos pela internet, a responsabilidade, se existente, será majoritariamente contratual, visto que, o consumidor, ao realizar a compra do produto ou utilizar serviço, insere-se dentro de um negócio jurídico regulado pelo Código Civil como a compra e venda (art. 481 a

---

<sup>43</sup>GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil Brasileiro: Responsabilidade Civil**. Vol. 4. 6. ed. São Paulo: Saraiva. 2011. p. 44.

<sup>44</sup>CHAVES, Cristiano de. ROSENVALD, Nelson. BRAGA NETTO, Felipe Peixoto. **Curso de Direito Civil: Responsabilidade civil**. Vol. 3. 2. ed. São Paulo: Atlas S.A. 2015, p. 59-60.

<sup>45</sup> Cavaliere Filho, Sergio. **Programa de responsabilidade civil**. 11. Ed. São Paulo: Atlas S.A. 2014,

504 do CC) ou prestação de serviço (art. 602, CC) e também pelo direito do consumidor de forma mediata (art. 12 ao 27, CDC).

Há também a classificação quanto ao fator atributivo do dever de reparar, podendo ser a culpa ou outro fator definido por lei (sistema objetivo).

É muito comum a adoção do risco no lugar do pressupostos da prova da culpa, independentemente de adentrarmos ao mérito da responsabilização ou não dos sites prestadores de serviços, da responsabilidade subjetiva e objetiva.

Em síntese, a responsabilidade subjetiva se afina na idéia de culpa. A culpa aqui é a *lato sensu*, pode ser tanto dolo como culpa (imprudência, negligência e imperícia).

É a responsabilidade predominante para a verificação de quem é a responsabilidade civil, analisa-se a culpa no caso concreto para então chegar ao sujeito devedor.

Em contraponto, a lei impõe para certas pessoas, seja física ou jurídica, em determinadas situações, a responsabilização sem a necessidade da análise da culpa, invertendo-se o ônus da prova, é a chamada responsabilidade objetiva.

Essa foi a responsabilidade adotada pelo Código de Defesa do Consumidor<sup>46</sup>, tendo em visto o que preconiza seu artigo 12 e 14, responsabilizando as empresas por vício de fabricação ou por danos causados aos consumidores independentemente de culpa.

Essa responsabilização independente de culpa é uma forma de equiparar as forças entre os fornecedores e consumidores, visto que basta provar que existiu vício ou defeito no produto, sem adentrar ao mérito se o fornecedor tinha intenção ou não.

Por exemplo, ao comprar um carro e fica comprovado que existe vício no banco do

---

p. 335.

<sup>46</sup>BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, Seção 1, 12 set. 1990 p. 1. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm) >. Acesso em: 10 maio 2017.

motorista, que se desprende com freadas, pode o consumidor pleitear sua demanda com maior agilidade, sem adentrar ao mérito do fabricante ter tido ou não a culpa pelo erro.

Adota-se tal objetividade devido a vários fatores, José Geraldo Brito Filomeno explica<sup>47</sup>: a) produção em massa – alta demanda da sociedade por produtos, maioria feito em série; b) a vulnerabilidade do consumidor – podendo ela ser técnica, jurídica ou econômica frente ao fornecedor que possui expertise em sua área; c) insuficiência da responsabilidade subjetiva – visto que nas atuais sociedades desenvolvidas capitalistas o consumo de bens e serviços torna-se corriqueira, requerendo respostas mais efetivas para problemas que venham a existir; d) fornecedor deve responder pelo risco do negócio pois lucra com a venda; e) o produto ou serviço, uma vez colocados no mercado, ganha forma própria, devendo ser responsabilizado pelo risco quem o colocou.

Utilizar-se-á também julgados que trazem argumentos em suas fundamentações a fim de melhor esclarecer o tema, cita-se o exemplo do recente julgado de recurso inominado pelo TJPR, nº 0004045-96.2014.8.16.0014, relatora juíza Ana Paula Kaled Accioly Rodrigues da Costa, data do julgamento 05/03/2015, 1ª Turma Recursal, reconhecendo como fornecedor o site de pesquisa Buscapé pela demora da entrega pelo terceiro vendedor. O principal fundamento utilizado foi o de que a empresa responderia objetivamente, não sendo possível invocar culpa exclusiva de terceiro, visto que o fato enquadra-se na teoria do risco do negócio, na qual a empresa assume o risco ao lucrar com a atividade, superando as desvantagens<sup>48</sup>.

RECURSO INOMINADO – AÇÃO DE DANOS MATERIAIS C/C DANOS MORAIS – COMPRA PELA INTERNET ATRAVÉS DE SITE DE PESQUISA (BUSCAPÉ) – SENTENÇA IMPROCEDENTE – INCONFORMISMO FORMALIZADO – AUSÊNCIA DE ENTREGA DO PRODUTO – ILEGITIMIDADE PASSIVA DA RECLAMADA BUSCAPÉ AFASTADA – FALHA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE INTERMEDIÇÃO – APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR –

---

<sup>47</sup>FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direito do Consumidor**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010, p. 47.

<sup>48</sup>TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO PARANÁ. **Recurso Inominado nº 0004045-96.2014.8.16.0014**. Relatora: Juíza Ana Paula Kaled Accioly Rodrigues da Costa. Data do Julgamento: 05/03/2015. 1ª Turma Recursal. Disponível em: < <https://tj-pr.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/173428018/processo-civil-e-do-trabalho-recursos-recurso-inominado-ri-404596201481600140-pr-0004045-9620148160014-0-acordao> >. Acesso em: 30 maio 2017.

RESPONSABILIDADE OBJETIVA – INTELIGÊNCIA DO ART. 14 DO CDC – DESCASO E DESRESPEITO COM O CONSUMIDOR – CONJUNTO PROBATÓRIO APTO A COMPROVAR O DESCUMPRIMENTO CONTRATUAL – ATENÇÃO AO ART. 333, I, DO CPC – NÃO ENTREGA DO PRODUTO – APLICAÇÃO DO ENUNCIADO Nº 8.1 TRU/PR – DANO MORAL CONFIGURADO – DEVER DE INDENIZAR – QUANTUM ARBITRADO EM R\$ 4.000,00 DE ACORDO COM OS PRINCÍPIOS DA PROPORCIONALIDADE E RAZOABILIDADE – DANO MATERIAL COMPROVADO – RESTITUIÇÃO DEVIDA – REGRA DO ART. 42, DO CDC – SENTENÇA REFORMADA – RECURSO CONHECIDO E PROVIDO.

Já, de forma contrária, a 35ª Câmara de direito privado do Tribunal de Justiça de São Paulo, em julgamento de apelação nº 9000510-50.2007.8.26.0506, relatoria do Des. Clóvis Castelo, data do julgamento em 15/04/2013, decidiu pela ilegitimidade passiva do site comparativo Buscapé, alegando como argumento que o mesmo não participou da intermediação do negócio, apenas divulgou lojas, produtos e preços, não caracterizando a responsabilidade objetiva prevista no artigo 14 do CDC<sup>49</sup>.

DIREITO CIVIL OBRIGAÇÕES COMPRA E VENDA SITE DE INTERNET “BUSCAPÉ” LOJA VIRTUAL INADIMPLEMENTO NÃO ENTREGA DO PRODUTO DANO AO COMPRADOR LEGITIMIDADE PASSIVA RESPONSABILIDADE OBJETIVA E SOLIDÁRIA NÃO CARACTERIZAÇÃO. O site Eletrônico BUSCAPÉ Não possui legitimidade passiva para responder em ação de restituição pelo inadimplemento de obrigação originária de compra e venda de loja virtual, pois o fato do site apresentar as lojas, os produtos, os preços e as condições, não retira do interessado a obrigação de contratar diretamente com o vendedor a compra e o pagamento do preço, portanto, não efetuando intermediação, não está caracterizada a responsabilidade objetiva do artigo 14 do CDC Para responder solidariamente pelos danos experimentados pelo consumidor. Ação Parcialmente provida e recurso provido para declarar a extinção do processo.

É necessário, portanto, analisar se os sites de buscas comparativas são fornecedores à luz do Código de Defesa do Consumidor ou não, levando-se em conta a teoria do risco e a vulnerabilidade do consumidor. Então verificar a responsabilidade dos mesmos na reparação por vício ou defeito no produto ou falha da prestação, em análise aos julgados trazidos.

---

<sup>49</sup>TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE SÃO PAULO. **Apelação nº 9000510-50.2007.8.26.0506**. Relator: Des. Clóvis Castelo, Data do Julgamento: 15/04/2013. 35ª Câmara de direito privado do TJSP. Disponível em: < <https://tj-sp.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/114318908/apelacao-apl-90005105020078260506-sp-9000510-5020078260506/inteiro-teor-114318918> >. Acesso em: 30 maio 2017.

### 3 PRESSUPOSTOS DE APLICAÇÃO DO CDC

O Código de Defesa do Consumidor veio para tutelar os interesses daqueles que se encontram em situação de vulnerabilidade econômica e técnica frente à gama de fornecedores em nossa sociedade.

Sua criação vem de uma longa evolução do instituto da responsabilidade civil e a busca de uma eficaz resposta do direito para novos problemas da sociedade, assim introduz o tema Cavalieri<sup>50</sup>.

Temos como certo que a responsabilidade civil nas relações de consumo é a última etapa dessa longa evolução da responsabilidade civil. Para enfrentar a nova realidade decorrente da Revolução Industrial e do desenvolvimento tecnológico e científico, o Código do Consumidor engendrou um novo sistema de responsabilidade civil para as relações de consumo, com fundamentos e princípios novos, porquanto a responsabilidade civil tradicional revelara-se insuficiente para proteger o consumidor.

[...]

Por outro lado, o desenvolvimento tecnológico e científico, a par dos incontáveis benefícios que trouxe a todos nós e à sociedade em geral, aumentou ao infinito os riscos do consumidor, por mais paradoxal que isso possa parecer. E assim é porque na produção em série um único defeito de concepção ou de fabricação pode gerar riscos e danos efetivos para um número indeterminado de consumidores. São os riscos do consumo, riscos em série, riscos coletivos.

Depreende-se, portanto, que o Código de Defesa do Consumidor surge em momento oportuno, e após a breve introdução à principal lei que regulará o tema aqui tratado, é necessário verificar a incidência do mesmo.

A aplicação do CDC se dá quando constatada uma relação jurídica de consumo. Também abarcando consumidores por equiparação, estes sendo todas as vítimas do evento danoso (CDC, art. 17)<sup>51</sup>. Entretanto, tal extensão do conceito não mostra-se pertinente ao recorte delimitado no presente trabalho, por tal motivo, será apenas mencionado.

---

<sup>50</sup> Cavalieri Filho, Sergio. **Programa de responsabilidade civil**. 11. Ed. São Paulo: Atlas S.A. 2014, p. 541-542.

<sup>51</sup> CALIXTO, Marcelo Junqueira. *A culpa na responsabilidade civil: estrutura e função*. Rio de Janeiro:

A responsabilidade civil tratada neste diploma se baseia na existência de defeito, seja no produto ou serviço, violando legítima expectativa de segurança. A vítima desse defeito não é só o consumidor, mas a legítima expectativa da sociedade de consumo.<sup>52</sup>

Inicialmente é necessário entender o que é o consumidor, conceito relativamente recente que surge em meio a um contexto de extremo consumo em nossa sociedade. Cláudia Lima Marques<sup>53</sup> explica.

[...] Consumidor é o não profissional, aquele que retira da cadeia de fornecimento (produção, financiamento e distribuição) o produto e serviço em posição estruturalmente mais fraca, é o agente vulnerável do mercado de consumo, é o destinatário final fático e econômico dos produtos e serviços oferecidas pelos fornecedores na sociedade atual, chamada de sociedade de “consumo” ou de “massa”.

O CDC já em seu art. 2º qualifica o que é consumidor, *in verbis*.

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.  
Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Uma das principais características que configura o consumidor, além de sua vulnerabilidade, é ser destinatário final daquele produto ou serviço.

Destinatário final é aquele destinatário fático e econômico do bem ou serviço, seja ele pessoa jurídica ou física. Logo, segundo esta interpretação teleológica, não basta ser destinatário fático do produto, retirá-lo da cadeia de produção, levá-lo para o escritório ou residência – é necessário ser destinatário final econômico do bem, não adquiri-lo para revenda, não adquiri-lo para uso profissional, pois o bem seria novamente um instrumento de produção cujo preço será incluído no preço final do profissional que o adquiriu. [...] Parece-me que o destinatário final é aquele destinatário fático e econômico do bem ou serviço, seja ele pessoa jurídica ou física.<sup>54</sup>

Ainda sim, são três interpretações que permeiam nosso ordenamento jurídico acerca

---

Renovar, 2008, p. 191.

<sup>52</sup> CALIXTO, Marcelo Junqueira. **A culpa na responsabilidade civil: estrutura e função**. Rio de Janeiro: Renovar, 2008, p. 192.

<sup>53</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 8ª. Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016, p. 304.

<sup>54</sup> MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao**

do tema, a primeira, interpretação finalista, é a regra, dominante na jurisprudência, considera como consumidor aquele que adquire e utiliza o produto ou serviço para uso própria ou de sua família, o não profissional.

Há também a interpretação maximalista, em que se considera que o CDC é uma nova forma de regular o mercado de consumo brasileiro e não aplicável apenas ao consumidor não profissional. Essa corrente possui poucos adeptos e é considerada minoritária.

A finalista aprofundada surge como uma terceira via, um caminho do meio, ela considera não só o destinatário final do produto ou serviço, mas também uma análise subjetiva de sua vulnerabilidade. Tal aplicação interpretativa é exceção, utilizada em pequenas empresas que adquirem produtos ou serviços fora de sua área de *expertise*, dessa forma, verificada a vulnerabilidade aplica-se a chamada teoria.<sup>55</sup>

Segue acórdão exemplificando o tema.

CONSUMIDOR. DEFINIÇÃO. ALCANCE. TEORIA FINALISTA. REGRA. MITIGAÇÃO. FINALISMO APROFUNDADO. CONSUMIDOR POR EQUIPARAÇÃO. VULNERABILIDADE.

1. A jurisprudência do STJ se encontra consolidada no sentido de que a determinação da qualidade de consumidor deve, em regra, ser feita mediante aplicação da teoria finalista, que, numa exegese restritiva do art. 2º do CDC, considera destinatário final tão somente o destinatário fático e econômico do bem ou serviço, seja ele pessoa física ou jurídica.

2. Pela teoria finalista, fica excluído da proteção do CDC o consumo intermediário, assim entendido como aquele cujo produto retorna para as cadeias de produção e distribuição, compondo o custo (e, portanto, o preço final) de um novo bem ou serviço. Vale dizer, só pode ser considerado consumidor, para fins de tutela pela Lei nº 8.078/90, aquele que exaure a função econômica do bem ou serviço, excluindo-o de forma definitiva do mercado de consumo.

3. A jurisprudência do STJ, tomando por base o conceito de consumidor por equiparação previsto no art. 29 do CDC, tem evoluído para uma aplicação temperada da teoria finalista frente às pessoas jurídicas, num processo que a doutrina vem denominando finalismo aprofundado, consistente em se admitir que, em determinadas hipóteses, a pessoa jurídica adquirente de um produto ou serviço pode ser equiparada à condição de consumidora, por apresentar frente ao fornecedor alguma vulnerabilidade, que constitui o princípio-motor da política nacional das relações de consumo, premissa expressamente fixada no art. 4º, I, do CDC, que legitima toda a proteção

---

**Código de Defesa do Consumidor.** 5ª. Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016, p. 122.

<sup>55</sup> MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor.** 5ª. Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016, p. 124.



conferida ao consumidor.  
[...].<sup>56</sup>

Dessa forma, após a abordagem do conceito jurídico de consumidor e, sem muita dificuldade em verificá-lo em uma relação de consumo nos contratos eletrônicos que aqui se aborda, se faz necessário o estudo e análise do conceito de fornecedor disposto pelo CDC.

Como já exposto anteriormente, os sites de pesquisa/busca comparativa fazem parte de um novo cenário econômico brasileiro, estão inseridos no contexto do comércio eletrônico, meio ainda pouco regulamentado no Brasil. A lei 12.965/2014, chamada de Marco Civil da Internet, traz um melhor regulamento do espaço virtual, mas nada específico em relação aos contratos de consumo eletrônicos. Assim como o e pelo Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013, que conforme já mencionado previamente, é uma tímida tentativa de regular o comércio eletrônico. Entretanto, tramita um projeto de lei 281/2012 pela Câmara dos Deputados que se dedica exclusivamente a essa matéria.

Percebe-se então como o tema ainda é carente de tratamento legal específico pelo ordenamento jurídico brasileiro.

Dessa forma, paira uma dúvida quanto à prestação de serviços realizados por tais empresas visto que possuem especificidades ainda não abarcadas por legislação específica.

A grande controvérsia se da em considerar ou não os sites de buscas comparativas como fornecedores, conforme previsto no artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor<sup>57</sup>:

---

<sup>56</sup> SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. **RECURSO ESPECIAL Nº 1.195.642 - RJ (2010/0094391-6)**. Relatora: MINISTRA NANCY ANDRIGHI. Data do Julgamento: 13/11/2012. 3ª Turma. Disponível em: < [https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ATC&sequencial=25733695&num\\_registro=201000943916&data=20121121&tipo=5&formato=PDF](https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ATC&sequencial=25733695&num_registro=201000943916&data=20121121&tipo=5&formato=PDF) >. Acesso em: 25 out. 2017.

<sup>57</sup> BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, Seção 1, 12 set. 1990 p. 1. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm) >. Acesso em: 10 maio 2017.

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.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

A definição é ampla e os dispositivos elencados são auto explicativos, entretanto, acrescenta-se que, não exclui-se da classificação de fornecedor aquela pessoa jurídica sem fins lucrativos, tampouco que forneça serviços gratuitos que será abordado mais a frente<sup>58</sup>.

Cláudia Lima Marques complementa e explica o conceito entre fornecedor de produtos e de serviços.

[...] Quanto ao fornecimento de produtos, o critério caracterizador é o desenvolver atividades tipicamente profissionais, como a comercialização, a produção, a importação, indicando também a necessidade de certa habitualidade, como a transformação, a distribuição de produtos.[...]

Quanto ao fornecimento de serviços, a definição do art. 3º do CDC foi mais concisa, e, portanto, de interpretação mais aberta, mencionando apenas o critério de desenvolver *atividades de prestação de serviços*. Mesmo o §2º do art. 3º define serviço como “qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração”, não especificando se o fornecedor necessita ser um profissional, bastando que esta atividade seja habitual ou reiterada. Segundo a doutrina brasileira, fornecer significa “prover, abastecer, guarnecer, dar, ministrar, facilitar, proporcionar” uma atividade, portanto, independentemente de quem realmente detém a propriedade dos eventuais bens utilizados para prestar serviço e seus deveres anexos. A expressão “atividades”, no *caput* do art. 3º, parece indicar a exigência de alguma reiteração ou habitualidade, mas fica clara a intenção do legislador de assegurar a inclusão de um grande numero de prestadores de serviços no campo de aplicação do CDC, na dependência única de ser cocontratante de um consumidor<sup>59</sup>.

Percebe-se então que existe uma maior abertura conceitual quando estamos diante de um caso típico de prestação de serviços ao consumidor. Em relação ao tema,

---

<sup>58</sup>NUNES, Luis Antonio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2012, p. 135.

<sup>59</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 8ª. Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016, p. 420.

José Geraldo Brito Filomeno<sup>60</sup> explica que o referido diploma normativo “[...] abrange todo e qualquer tipo de serviço, entendido como **uma utilidade** usufruída pelo consumidor, e prestado por um fornecedor determinado, num *facere* (fazer)” (grifos no original).

Ato contínuo, acrescentam os autores Daniel Amorim e Flávio Tartuce<sup>61</sup>:

Nota-se que o dispositivo amplia de forma considerável o número das pessoas que podem ser fornecedoras de produtos e prestadoras de serviços. Pode ela ser uma pessoa natural ou física, caso, por exemplo, de um empresário individual que desenvolve uma atividade de subsistência. Cite-se a hipótese de uma senhora que fabrica chocolates em sua casa e os vende pelas ruas de uma cidade, com o intuito de lucro direto. Pode ainda ser uma pessoa jurídica, o que acontece na grande maioria das vezes com as empresas que atuam no mercado de consumo.

Após essa importante conceituação sobre o que seriam os fornecedores, é preciso adentrar em alguns tópicos não tão claros que a doutrina e jurisprudência se dedicaram a esclarecer, como por exemplo, a definição de remuneração e se se abarcaria serviços fornecidos a título gratuito.

Ainda que brevemente mencionado anteriormente, Cláudia Lima Marques segue e dedica parte de sua obra explicando a intenção de se utilizar a palavra “remuneração” na caracterização da prestação de serviços, incluindo não somente a remuneração direta, mas também a indireta.

O mais comum que ocorre nas relações de consumo é a remuneração direta, aquela paga de forma direta por uma prestação de serviço verificável facilmente. Entretanto, a escolha pelo termo remuneração não envolve apenas aqueles valores pagos diretamente pela contraprestação de um serviço, mas aqueles pagos indiretamente, “[...] quando não é o consumidor individual que paga, mas a coletividade (facilidade diluída no preço de todos), ou quando ele paga indiretamente o ‘benefício gratuito’ que está recebendo”<sup>62</sup>.

---

<sup>60</sup>FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direito do Consumidor**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010, p. 47.

<sup>61</sup>TARTUCE, Flávio, NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor** : direito material e processual. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: MÉTODO, 2014, p. 70.

<sup>62</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 8ª. Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016, p. 421.

As atividades oferecidas a título gratuito são isentas de remuneração direta, podemos citar como exemplo o transporte de passageiros idosos, lavagens gratuitas de carro, entre outras. O remunerado que se refere o §2º do art. 3º do CDC significa que a atividade prestada, como um todo, deve ser remunerada, não que aquele consumidor em específico, que ganhou um brinde ou vale-compra, tenha remunerado o fornecedor no caso específico.

O tema se aproxima dos prestadores de serviço de buscas na internet na medida que consideramos que a mera busca na ferramenta não gera qualquer custo ao consumidor. Porém, Cláudia Lima Marques completa que

[...] não importa se o serviço [...] é gratuito para o consumidor, pois nunca será 'desinteressado' ou de 'mera cortesia' se prestado no mercado de consumo pelos fornecedores que são remunerados (indiretamente) por este serviço.<sup>63</sup>

Nessa linha, a autora traz um exemplo dos chamados serviços gratuitos na internet, buscadores ou provedores de pesquisa, citando como precedente um julgamento datado de 2012 pelo STJ, que em resumo enquadra-os na cadeia de fornecedores ao constatar que a remuneração de tais serviços existe, ainda que de forma indireta<sup>64</sup>.

CIVIL E CONSUMIDOR. INTERNET. RELAÇÃO DE CONSUMO. INCIDÊNCIA DO CDC. **GRATUIDADE DO SERVIÇO. INDIFERENÇA.** PROVEDOR DE PESQUISA. FILTRAGEM PRÉVIA DAS BUSCAS. DESNECESSIDADE. RESTRIÇÃO DOS RESULTADOS. NÃO-CABIMENTO. CONTEÚDO PÚBLICO. DIREITO À INFORMAÇÃO.

1. A exploração comercial da Internet sujeita as relações de consumo daí advindas à Lei nº 8.078/90.

2. **O fato de o serviço prestado pelo provedor de serviço de Internet ser gratuito não desvirtua a relação de consumo, pois o termo "mediante remuneração", contido no art. 3º, § 2º, do CDC, deve ser interpretado de forma ampla, de modo a incluir o ganho indireto do fornecedor.**

[...]

(REsp 1316921/RJ, Rel. Ministra NANCY ANDRIGHI, TERCEIRA TURMA, julgado em 26/06/2012, DJe 29/06/2012) (sem grifos no original).

Caracterizado, portanto, sucintamente, o que seria fornecedor e prestação de

<sup>63</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 8ª. Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016, p. 422.

<sup>64</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**: o novo regime das

serviço juntamente com algumas especificidades, mister que seja feita uma análise das conseqüências jurídicas em considerar uma empresa de buscas comparativas de preços como fornecedoras. A pesquisa se propõe a realizar primeiro essa caracterização, se há ou não o papel de fornecimento, tudo isso devido a figura atípica de tais empresas do ramo e pela grande inconsistências decisórias dos tribunais.

## 4 RESPONSABILIDADE CIVIL NA RELAÇÃO DE CONSUMO

O Código de Defesa do Consumidor deixa claro logo na conceituação de fornecedores a abrangência que entrega ao conceito, determinante na busca pela proteção integral das relações de consumo. Também adota a responsabilidade objetiva como regra.

Pode-se dizer em outras palavras, que todos os participantes do ciclo produtivo e distributivo de mercadorias e serviços são considerados fornecedores aos conceitos da lei.

Cavaliere faz uma classificação de três modalidades de responsabilidade contidas no código, são elas o responsável real (fabricante, construtor, produtor); o presumido (importador); o aparente (comerciante).<sup>65</sup>

O principal responsável em reparar danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes do produto são o fabricante, produtor, construtor (nacional ou estrangeiro) e importador, conforme art. 12 do CDC<sup>66</sup>.

Só não será responsabilizado em três hipóteses: provando que não colocou o produto no mercado; que tenha colocado o produto, inexistente defeito; culpa exclusiva do consumidor ou terceiro (art. 12, §3º, I, II, III, do CDC), tais hipóteses dizem respeito ao nexo causal, principal causa de exclusão da responsabilidade.

O comerciante possui responsabilidade subsidiária, será igualmente responsabilizado se: o fabricante, construtor, produtor ou importador não puderem ser identificados; o produto não possui identificação clara de procedência; não conservar adequadamente os produtos perecíveis (art. 13, I, II e III do CDC).

---

<sup>65</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de responsabilidade civil**. 11. Ed. São Paulo: Atlas S.A. 2014, p. 553.

<sup>66</sup> BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, Seção 1, 12 set. 1990 p. 1. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm) >. Acesso em: 10 maio 2017.

Tais previsões legais dizem respeito ao fato do produto, defeito que se observa no objeto e que vem a causar danos ao consumidor.

Nos casos de existência de vícios no produto, todos os fornecedores são igualmente responsáveis, assim preleciona o art. 18 e 19 do CDC.

O que melhor diz respeito ao presente estudo é a responsabilidade dos fornecedores de serviços, prevista no art. 14 do CDC no que concerne aos defeitos e art. 20 em relação aos vícios de qualidade no serviço prestado. Ressalvando-se que não será abordada aqui a responsabilidade dos profissionais liberais, tendo em vista não ter pertinência ao problema. Assim dispõe o Código em relação a ambos<sup>67</sup>.

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.

§ 1º O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

I - o modo de seu fornecimento;

II - o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam;

III - a época em que foi fornecido.

§ 2º O serviço não é considerado defeituoso pela adoção de novas técnicas.

§ 3º O fornecedor de serviços só não será responsabilizado quando provar:

I - que, tendo prestado o serviço, o defeito inexiste;

II - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

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.

§ 1º A reexecução dos serviços poderá ser confiada a terceiros devidamente capacitados, por conta e risco do fornecedor.

§ 2º São impróprios os serviços que se mostrem inadequados para os fins que razoavelmente deles se esperam, bem como aqueles que não atendam as normas regulamentares de prestabilidade.

---

<sup>67</sup> BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, Seção 1, 12 set. 1990 p. 1. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm) >. Acesso em: 10 maio 2017.

No caso do artigo 14 do CDC, fica bem clara a adoção da responsabilidade objetiva do fornecedor quando o próprio artigo menciona “independente da existência de culpa”. Dessa forma, na responsabilidade pelo fato do serviço, respondem solidariamente todos os participantes da sua produção (serviço), inclusive os fornecedores responsáveis pela confecção dos objetos utilizados que venham a ser empregados no serviço, tornando-o viciado.

Os principais fatores para considerar o serviço defeituoso envolvem o modo de fornecimento, os resultados e riscos que razoavelmente dele se esperam e a época em que foi fornecido.

Já em relação ao vício de qualidade no serviço são aqueles que tornem o objeto impróprio para consumo, diminua valor ou que não correspondam ao contratado/ofertado.

Acrescente-se que, nas duas hipóteses de excludente de responsabilidade do fornecedor de prestação de serviços (art. 14, §3º, I e II), o terceiro mencionado no inciso II: “a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.”, não englobará o fornecedor pertencente à cadeia de fornecimento, tendo em vista não ser considerado terceiro. Assim complementa Cavalieri.

Lembre-se, ainda, que o terceiro de que fala a lei é alguém sem qualquer vínculo com o fornecedor, completamente estranho à cadeia de consumo. Não será o comerciante, porque este é escolhido pelo fornecedor para distribuir os seus produtos. Com relação ao preposto, empregado e representante, os riscos da atividade econômica são do fornecedor, por eles respondendo solidariamente, nos termos do art. 34 do Código [CDC].<sup>68</sup>

No que toca o problema aqui enfrentado a maioria esmagadora dos casos são, ou estaremos diante da responsabilização dos sites de buscas por vício do produto/demora na entrega de terceiro (fornecedor) ou enquadramento como falha no serviço, quando produto ofertado não corresponde ao produto entregue ao consumidor também por terceiro (fornecedor).

---

<sup>68</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de responsabilidade civil**. 11. Ed. São Paulo: Atlas S.A.



## 4.1 CADEIA DE FORNECIMENTO E RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA

Uma das principais causas da responsabilização dos sites de buscas é pela falha de terceiro fornecedor, justamente por conta da solidariedade entre a cadeia de fornecedores como já abordado acima. Tal conceito é fundamental, utilizado em todos os julgados que entendem os sites comparativos como partes legítimas para responder pelos danos solidariamente.

Cláudia Lima Marques conceitua bem o termo.

A organização da cadeia de fornecimento de serviços é responsabilidade do fornecedor (dever de escolha, de vigilância), aqui pouco importando a participação eventual do consumidor na escolha de alguns entre os muitos possíveis. No sistema do CDC é impossível transferir aos membros da cadeia responsabilidade exclusiva, nem impedir que o consumidor se retrate, em face da escolha posterior de um membro novo na cadeia<sup>69</sup>.

Dessa forma, essa é uma das maiores proteções dadas pelo código ao consumidor. A multiplicidade de sujeitos passivos que responderão pela obrigação de reparar facilita reaver direitos violados.

A solidariedade está em diversas passagens no CDC – art. 7º, parágrafo único, art. 18 e 25, §§ 1º e 2º. Assim exemplifica a solidariedade Cavalieri citando Herman Benjamin.

Na hipótese de um determinado produto ter mais de um fabricante – pondera o douto Herman Benjamin -, um de matéria-prima, outro de componente e outro de produto final, todos são solidariamente responsáveis pelo defeito e por suas conseqüências, cabendo, evidentemente, ação regressiva conta aquele que, efetivamente, deu causa ao defeito. Na medida em que cada um desses agentes econômicos é responsável pelo dever de segurança, não lhes sendo permitido alegar ignorância do vício ou, mesmo, carência de culpa, são todos chamados a responder solidariamente pela colocação do produto defeituoso no mercado (Comentários ao Código de Defesa do Consumidor, Saraiva, 1991, p. 56).<sup>70</sup>

---

2014, p. 563.

<sup>69</sup> MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 5ª. Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016, p. 559.

<sup>70</sup> Cavalieri Filho, Sergio. **Programa de responsabilidade civil**. 11. Ed. São Paulo: Atlas S.A. 2014, p. 554.

Acrescente-se à brilhante exemplificação do autor que, caso o prestador de serviço utilize aquele produto defeituoso, que causa defeito ou vício à prestação de serviço, também responderá juntamente com os fabricantes, na forma que colocada pela Cláudia Lima Marques em exemplificação a cima.

Após a exposição de todos os fatores que envolvem a prestação do serviço dos fornecedores pelo CDC, cabe responder ao questionamento se seria possível enquadrar, e, se sim, em quais hipóteses, os fornecedores considerados como prestadores de serviço de busca comparativa na internet como responsáveis pelo vício do produto ou vício/defeito da prestação de serviço.

## 5 A RESPONSABILIDADE DOS SITES COMPARATIVOS DE PREÇOS

O sites de buscas comparativas de preços são inovações recentes no mercado de consumo brasileiro e da internet. Atualmente fazem um importante papel na compra de consumidores que buscam por menores preços de determinado produto ou serviço, sendo um canal ideal e determinante de uma boa compra online.

Os principais sites, referência desse setor são<sup>71</sup>:

1. Google Shopping Brasil - <http://www.google.com.br/prdhp>
2. BuscaPé - <http://www.buscapede.com.br>
3. Shopbot - <http://www.shopbot.com.br>
4. Shopping UOL - <http://shopping.uol.com.br>
5. JáCotei - <http://www.jacotei.com.br>
6. Bomfaro - <http://www.bondfaro.com.br>
7. Zura! - <http://www.zura.com.br>
8. Preço Mania - <http://www.precomania.com>
9. Cata Preço - <http://www.catapreco.com.br>
10. Baixou - <http://bit.ly/1mSa4qV>

A principal empresa/site aqui estudado será o Buscapé, com muitos julgados que irão auxiliar uma análise mais aprofundada sobre sua responsabilidade em diversas situações distintas.

O Buscapé se define da seguinte forma<sup>72</sup>:

É uma plataforma inteiramente grátis e líder global em comparação de preços e produtos com um único objetivo: potencializar as relações de consumo de maneira sustentável, proporcionando a melhor experiência de compra. A tecnologia do Buscapé permite que você não perca tempo

---

<sup>71</sup> CATRACA LIVRE. **10 sites para pesquisar e comparar preços**. Disponível em: <<https://catracalivre.com.br/geral/empreender/indicacao/1-sites-para-pesquisar-e-comparar-precos/>> Acesso em: 23 de out.de 2017.

<sup>72</sup> BUSCAPÉ. **Termos de uso**. Disponível em: <<http://www.buscapede.com.br/termos-de-uso>>. Acesso em: 23 out. 2017.

procurando em várias lojas por preços ou informações importantes de um determinado produto. Os produtos são agrupados e organizados no mesmo lugar, deixando o processo de compra muito mais rápido e fácil.

É uma plataforma que hospeda o anúncio de diversos lojistas, podendo ser as vendas feitas diretamente pelo Buscapé ou indiretamente pelos lojistas anunciantes.

Ainda em seu site, o Buscapé estabelece um condição de não responsabilização pela compra de produtos de outros lojistas, segue<sup>73</sup>.

Dessa forma, é importante notar que, ao comprar um produto ou serviço anunciado pelos lojistas, você, Usuário, estará sujeito às regras e condições de oferta disponibilizadas pelo próprio lojista anunciante. O Buscapé não interfere no preço, prazo de entrega nem condições da oferta do lojista anunciante, pois são estabelecidos exclusivamente pelo lojista anunciante. Ao comprar um produto ou serviço do lojista anunciante, você está ciente e concorda expressamente que o Buscapé não é responsável pelo conteúdo, prazo de entrega e condições da oferta do lojista anunciante.

A prestação de serviço desse tipo de site é bem delimitada. Ele hospeda em seu site diversos anúncios de produtos por diversos lojistas parceiros. Cabe ao consumidor escolher o produto de menor preço ou do fornecedor que mais lhe agrada.

É incontroverso que, ocorrendo alguma falha no próprio site buscador como, por exemplo, uma oferta por preço  $x$  e ao clicar no anúncio e ser encaminhado ao terceiro fornecedor o preço estiver  $x+y$ , poderá responder o site comparativo de preços pela falha na prestação do serviço, devendo o consumidor comprovar o dano ocorrido.

Entretanto, a controvérsia surge não pela falha na prestação do serviço de busca, sim pela responsabilização do site comparativo de preços em caráter solidário, por participar da cadeia de fornecimento juntamente com o terceiro fornecedor causador do ilícito.

Para adentrarmos ao tema e, verificar a correta aplicação da responsabilização civil dos fornecedores como os sites comparativos de busca, precisa-se distinguir duas claras modalidades, a da venda do produto pelo próprio site comparativo e da venda

---

<sup>73</sup> BUSCAPÉ. Termos de uso. Disponível em: <<http://www.buscapede.com.br/termos-de-uso>>. Acesso

do produto por terceiro fornecedor indicado pelo site comparativo.

## 5.1 DAS HIPÓTESES DE VENDA DIRETA PELO SITE COMPARATIVO DE PREÇOS

Alguns sites de buscas comparativas passaram a vender diretamente alguns produtos anunciados em parceria com outros fornecedores. Apesar da venda ocorrer diretamente pelo site do Buscapé por exemplo, são outros fornecedores que possuem e enviam os produtos.

Isso é o chamado *Marketplace*, segundo o próprio site “[...] da a possibilidade de se finalizar a compra dentro do nosso site [...]”.<sup>74</sup> Ressalvando que o mesmo não estoca nem produz os produtos anunciados de venda direta.

Assim o próprio site caracteriza o modelo Buscapé Marketplace<sup>75</sup>.

O modelo *marketplace* permite que milhões de usuários visualizem suas ofertas e comprem em poucos cliques, direto do site do Buscapé. Facilidade tanto para o consumidor quanto para o seu negócio. Isso porque nesse novo modelo, você conta com nossa solução de pagamentos, sistemas antifraudes e flexibilidade para conexões com plataformas, integradores e ERP.

De tal relação não resta dúvida estar caracterizada uma cadeia de fornecedores, isto porque intimamente ligados em concorrência para a ideal concretização do negócio jurídico de consumo, em mutua ajuda e finalidade de lucro, respondendo ambos por qualquer defeito/vício seja do produto, seja pelo serviço entregue ao consumidor, a remuneração aqui é direta.

---

em: 23 out. 2017.

<sup>74</sup> BUSCAPE. Disponível em: < <https://buscape.zendesk.com/hc/pt-br>>. Acesso em: 25 de out. 2017.

<sup>75</sup> BUSCAPE. Disponível em: < <http://negocios.buscapecompany.com.br/portal/central-de-negocios/portal-de-vendas/br/>>. Acesso em: 25 de out. 2017.

## 5.2 DAS HIPÓTESES DE VENDA INDIRETA PELO SITE COMPARATIVO DE PREÇOS

Essa é a regra. Os sites de buscas comparativas hospedam anúncios de outras empresas e marcas em um conglomerado que reúne os melhores preços de determinado produto.

Tais anúncios ocorrem por parceria ou pela mera procura do produto. A Buscapé informa que faz uma préseleção de lojas confiáveis para se comprar online, além disso, utiliza uma classificação fornecida pela empresa Ebit, também pertencente à Buscapé, para atestar a reputação destes fornecedores de acordo com a própria opinião dos consumidores.

Disponibilizam ainda uma lista de lojas não recomendadas elaborada tanto pelo próprio site como pelo Procon-SP<sup>76</sup>.

O Buscapé faz parcerias diretas com fornecedores para destaque de produtos ou lojas, a própria página inicial do site disponibiliza ofertas selecionadas e direcionadas ao consumidor, são os chamados *links* patrocinados. O fornecedor que quer que seus produtos sejam anunciados pelo Buscapé ou que apareçam nas comparações de preços precisa preencher alguns critérios, realizados no próprio site.

Portanto, neste tipo de oferta em que o Buscapé hospeda anúncios de outros fornecedores encaminhando os consumidores para a loja que efetivamente vende, a remuneração será indireta, seja por acessos ou por comissão na venda do produto.

O modelo que encaminha o consumidor para o site do anunciante é chamado de CPC<sup>77</sup> (Custo por Clique). Assim caracteriza-se tal modalidade<sup>78</sup>.

---

<sup>76</sup> BUSCAPE. Disponível em: < <http://www.buscapede.com.br/lojas-nao-recomendadas>>. Acesso em: 25 de out. 2017.

<sup>77</sup> Para maiores informações acerca do tema e sua concepção no âmbito do marketing digital, sugere-se a leitura da matéria vinculada ao site [marketingdeconteudo.com](http://marketingdeconteudo.com), “**Custo por clique: Aprenda o que CPC significa para o PPC**”, escrita por Redator Rock Content, publicada dia 18 de maio de 2015. Disponível em: < <https://marketingdeconteudo.com/custo-por-clique/>>. Acesso em: 25. Out.

No modelo Custo por Click, você decide quanto vai investir no total. Nesse modelo, cada oferta entra com um botão “Ir à Loja”, que redireciona o consumidor para seu site. O Buscapé cobrará sua loja por cada clique dado em suas ofertas (custo por clique).

Sua oferta fica visível no Buscapé até que acabe seu saldo. Por isso, é sempre bom monitorar seu saldo para fazer sua recarga antes que ele termine.

O custo por clique varia para cada tipo de oferta e categoria.

Percebe-se que, independente da compra do produto, o Buscapé irá receber pelo acesso feito pelo consumidor à loja do vendedor anunciante. Dessa forma, a remuneração do Buscapé é feita diretamente pelo anunciante, que, por sua vez, repassa os custos para o consumidor nos preços de mercadoria final.

Diante da diversidade de situações observadas e jurisprudências coletadas, para uma melhor resposta acerca da responsabilização dos sites comparativos, será feita uma divisão por tópicos em que busca-se especificar um recorte circunstancial em determinada situação vista nos julgados, para então verificar e problematizar a responsabilização *in casu*.

### 5.3 DA RESPONSABILIZAÇÃO PELA FALHA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE SEGURANÇA – INDICAÇÃO DE SITE INIDÔNEO E/OU NÃO RECEBIMENTO DO PRODUTO.

Ocorre nos casos em que o consumidor, ao efetuar a compra de algum produto anunciado por terceiro indicado pelo site prestador de serviço de busca (comparativo de preços), não o recebe, mostrando a clara atividade fraudulenta do terceiro vendedor anunciante ao enganar o consumidor, ficando com o dinheiro sem a entrega do produto.

---

2017.

<sup>78</sup> BUSCAPE. Disponível em: < <http://negocios.buscapecompany.com.br/portal/central-de-negocios/portal-de-vendas/br/>>. Acesso em: 25 de out. 2017.

Nestes casos parece claro que, ao permitir que um terceiro (fornecedor) realize um cadastro prévio junto ao site comparativo de buscas, este assume a responsabilidade por ofertar um serviço de segurança, de triagem, proporcionando confiança ao consumidor de que sua compra estará protegida. Tal expectativa legítima, se ferida, surge a pretensão de indenizar, tendo em vista que o site comparativo falhou no serviço de oferecer segurança à compra.

Eis alguns acórdãos nesse sentido.

Indenização. Compra efetuada mediante busca em *site* de comparação de preços. Loja cadastrada pelo *site*. Relação de confiança. Responsabilidade pela inidoneidade da loja indicada. - O *site* que divulga ofertas e viabiliza a compra junto a lojas virtuais previamente cadastradas e submetidas à triagem de segurança gera no consumidor que nele confia a sensação de segurança na contratação, devendo responder pelos prejuízos gerados em razão de negócio celebrado com loja inidônea por ele indicada (TJMG - Apelação Cível nº 1.0086.08.021605-3/001 - Relator: Des. Mota e Silva - Data do julgamento: 1º.02.2011).

Ação de indenização por danos morais e materiais. Ilegitimidade passiva afastada. Compra virtual. Indicação pelo *site* de busca. Nexo de causalidade configurado. Falha na prestação de serviço. Insegurança gerada ao consumidor. - A empresa que indica empresa virtual fraudulenta é parte legítima para figurar no polo passivo da demanda, quando o dano alegado é a ela imputado. No caso dos autos, restou comprovado que o serviço prestado pela apelante se deu de forma defeituosa ante a sua conduta de permitir que empresa inidônea fosse indicada pelo seu *site*, em virtude de não ter tomado os devidos cuidados quando do cadastro desta como sua anunciante, sendo, por conseguinte, responsável pelos eventuais danos sofridos pelos consumidores, que confiaram nas informações por ela prestadas (TJMG - Apelação Cível nº 1.0024.08.957767-0/001 - Relator: Des. Arnaldo Maciel - Data do julgamento: 16.08.2011).<sup>79</sup>

Acrescente-se ainda os argumentos de que existe um auxílio à realização de compras e vendas eletronicamente, considerando como um intermediador de negócios jurídicos, sendo remunerado indiretamente por isso, sendo portanto, fornecedora.

Há ainda a teoria do risco-proveito presente na maioria dos julgados que, segundo Cavalieri, “responsável é aquele que tira proveito da atividade danosa, com base no princípio de que, onde está o ganho, aí reside o encargo”<sup>80</sup>.

---

<sup>79</sup> TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE MINAS GERAIS. TJMG – **Jurisprudência Cível**. Disponível em: <<https://bd.tjmg.jus.br/jspui/bitstream/tjmg/1330/1/0201-TJ-JC-019.pdf>> . Acesso em: 25 out. 2017.

<sup>80</sup> Cavalieri Filho, Sergio. **Programa de responsabilidade civil**. 11. Ed. São Paulo: Atlas S.A. 2014, p. 182.



Todos argumentos só fazem efeito se presente o nexo causal, nessa hipótese e, igualmente, nos julgados trazidos, resta presente tendo em vista a falha na prestação do serviço pela quebra da legítima expectativa de segurança/confiança do consumidor ao indicar site inidôneo para compras online.

Nesse sentido, a ignorância do site comparativo de buscas quanto à inidoneidade dos fornecedores cadastrados, não o exime da responsabilização por vícios de qualidade dos produtos ou serviços. Assim dispõe o artigo 23 do CDC<sup>81</sup>.

Art. 23. A ignorância do fornecedor sobre os vícios de qualidade por inadequação dos produtos e serviços não o exime de responsabilidade.

Percebe-se, nesse caso, que não foi apenas a não entrega do produto que gerou a falha na prestação de serviço e, portanto, o dever de indenizar, mas sim, a quebra de uma confiança/expectativa legítima do consumidor pois o site comparativo de preços cadastrou em seu site um anunciante que, segundo foi provado, são claramente inidôneos e com diversas reclamações. Tal conduta permissiva foi determinante para a responsabilização solidária do site comparativo de preços.

Não estamos mais falando de sites inidôneos ou de pouca reputação, mas sim de um fornecedor que não possui tais rotulações, dessa forma, a não entrega de um produto poderia ensejar uma responsabilização solidária do site de buscas que o indicou?

Nesse caso, matem-se o mesmo entendimento, ao realizar uma pré qualificação do fornecedor anunciante, o site comparativo de preços realiza uma forma de intermediação, unindo o consumidor ao fornecedor, passando a expectativa legítima de segurança da compra. Quando tal fato se evidencia, constitui falha na prestação de serviço e responderá o site comparativo de preços caso ocorra algum problema entre o fornecedor e o consumidor, visto que pertence à cadeia de fornecimento, respondendo objetivamente.

---

<sup>81</sup> BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, Seção 1, 12 set. 1990 p. 1. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm) >.

Segue o julgado do TJPR que condena Buscapé solidariamente à reparação do dano.

RECURSO INOMINADO – AÇÃO DE DANOS MATERIAIS C/C DANOS MORAIS – COMPRA PELA INTERNET ATRAVÉS DE SITE DE PESQUISA (BUSCAPÉ) – SENTENÇA IMPROCEDENTE –INCONFORMISMO FORMALIZADO – AUSÊNCIA DE ENTREGA DO PRODUTO – ILEGITIMIDADE PASSIVA DA RECLAMADA BUSCAPÉ AFASTADA – FALHA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE INTERMEDIÇÃO – APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR – RESPONSABILIDADE OBJETIVA –INTELIGÊNCIA DO ART. 14 DO CDC – DESCASO E DESRESPEITO COM O CONSUMIDOR – CONJUNTO PROBATÓRIO APTO A COMPROVAR O DESCUMPRIMENTO CONTRATUAL – ATENÇÃO AO ART. 333, I, DO CPC – NÃO ENTREGA DO PRODUTO – APLICAÇÃO DO ENUNCIADO Nº 8.1 TRU/PR – DANO MORAL CONFIGURADO – DEVER DE INDENIZAR – QUANTUM ARBITRADO EM R\$ 4.000,00 DE ACORDO COM OS PRINCÍPIOS DA PROPORCIONALIDADE E RAZOABILIDADE –DANO MATERIAL COMPROVADO – RESTITUIÇÃO DEVIDA – REGRA DO ART. 42, DO CDC –SENTENÇA REFORMADA – RECURSO CONHECIDO E PROVIDO. (TJPR - 1ª Turma Recursal - 0004045-96.2014.8.16.0014 - Londrina - Rel.: ANA PAULA KALED ACCIOLY RODRIGUES DA COSTA - J. 10.03.2015)<sup>82</sup>

No caso concreto, o consumidor efetuou a compra de uma câmera fotográfica que não foi entregue. O julgado considera como falha na prestação de serviço por ter o site comparativo realizado uma filtro de segurança e ter avalizado o terceiro fornecedor.

Não foi mencionado em nenhum momento a má reputação do terceiro fornecedor, não possuindo qualquer meio adicional para averiguar a confiabilidade do terceiro. Ainda sim, responderá, visto que criada a legítima expectativa de compra seguro ao consumidor, tal fato não se concretizou.

Há ainda, o julgado pela Segunda Turma Recursal Cível do Tribunal do Rio Grande do Sul que esclarece muito bem os motivos que caracterizam a responsabilização dos sites comparativos de busca.

RECURSO INOMINADO. RESPONSABILIDADE CIVIL. CONSUMIDOR. COMPRA EM SAITE. MERCADO LIVRE. DEFICIÊNCIA NO DEVER DE INFORMAÇÃO. Embora a ré instrua o consumidor a tomar alguns cuidados

---

Acesso em: 10 maio 2017.

<sup>82</sup> BRASIL. Tribunal de Justiça do Paraná. **Recurso Inominado nº 0004045-96.2014.8.16.0014.**

Relator: ANA PAULA KALED ACCIOLY RODRIGUES DA COSTA. Londrina, 11 mar. 2015. Disponível em: < [http://portal.tjpr.jus.br/jurisprudencia/j/2100000001456001/Ac%C3%B3rd%C3%A3o-0004045-96.2014.8.16.0014#integra\\_2100000001456001](http://portal.tjpr.jus.br/jurisprudencia/j/2100000001456001/Ac%C3%B3rd%C3%A3o-0004045-96.2014.8.16.0014#integra_2100000001456001)>. Acesso em: 25 out. 2017.

ao efetuar a compra por meio FVH Nº71004490157 (Nº CNJ: 0025353-95.2013.8.21.9000) 2013/CÍVEL 3 ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL PODER JUDICIÁRIO TURMAS RECURSAIS eletrônico, a isenção de responsabilidade prevista no portal de contato (fl. 100), não é capaz de sobrepujar a solidariedade que é apanágio do acidente de consumo. As informações prestadas no portal de segurança (fl. 98) não deixam claro qual o efeito decorrente da inobservância daquela diretiva, que não se traduz numa impossibilidade técnica. A única forma eficaz de conter a fraude, seria a ré estipular, como mecanismo de segurança, uma única forma de pagamento seguro. FRAUDE. LEGITIMIDADE PASSIVA. Legitimada passivamente se encontra a ré que qualifica seus clientes, serve de intermediária para pagamentos, cobra comissões, integrando assim a cadeia de fornecedores de serviço. Situação em que a autora efetuou a compra de um notebook, tendo depositado o valor do preço para a vendedora, não lhe tendo sido enviada a mercadoria. Em que pese tenha a autora efetuado o depósito antes de receber a mercadoria, não há como argumentar com a culpa exclusiva da vítima se a ré possibilita a veiculação desse tipo de venda, ou seja, mediante o pagamento prévio por depósito bancário, impossibilitando assim aos compradores detectar a fraude perpetrada por estelionatários que operam no Saite da ré. TEORIA DO RISCO ÍNSITO À ATIVIDADE. Na forma da lei civil, aquele que, em virtude do exercício de sua atividade, possa causar danos a outrem, mesmo que por meio de terceiros. PRINCÍPIO DA CONFIANÇA. Atua no direito de consumo o princípio da confiança, que, no caso dos autos, se traduz na crença da autora de que poderia realizar a negociação no saite da ré, sem riscos. Valor da indenização que se restringe aos danos materiais. Sentença confirmada por seus próprios fundamentos. RECURSO IMPROVIDO. (Recurso Cível Nº 71002580850, Segunda Turma Recursal Cível, Turmas Recursais, Relator: Fabio Vieira Heerdt, Julgado em 30/03/2011)<sup>83</sup>

Percebe-se os principais argumentos são a teoria do risco ínsito à atividade comercial e o princípio da confiança. A legítima expectativa de confiança criada ao consumidor e não correspondida, é o motivo unânime em praticamente todos os julgados em condenar o site comparativos de preços ao dever de indenizar solidariamente.

Em outra ponta, há julgados que excluem a responsabilidade dos sites comparativos de preços ao afirmar que não realizam a intermediação do negócio jurídico, apenas apresentando anúncios, excluindo dessa forma o nexo causal do mesmo.

Segue julgado do TJSP.

DIREITO CIVIL. OBRIGAÇÕES. COMPRA E VENDA SITE DE INTERNET "BUSCAPÉ" LOJA VIRTUAL INADIMPLEMENTO NÃO ENTREGA DO PRODUTO DANO AO COMPRADOR LEGITIMIDADE PASSIVA RESPONSABILIDADE OBJETIVA E SOLIDÁRIA NÃO CARACTERIZAÇÃO.

---

<sup>83</sup> RIO GRANDE DO SUL. Segunda Turma Recursal Cível. **Recurso Inominado nº 71002580850**. Relator: Fabio Vieira Heerdt, Rio Grande do Sul, 30 de mar. 2011. Disponível em: <<http://www.tjrs.jus.br/busca/?tb=proc>>. Acesso em: 23. Out. 2017.

O site eletrônico BUSCAPÉ não possui legitimidade passiva para responder em ação de restituição pelo inadimplemento de obrigação originária de compra e venda de loja virtual, pois o fato do site apresentar as lojas, os produtos, os preços e as condições, não retira do interessado a obrigação de contratar diretamente com o vendedor a compra e o pagamento do preço, portanto, não efetuando intermediação, não está caracterizada a responsabilidade objetiva do artigo 14 do CDC para responder solidariamente pelos danos experimentados pelo consumidor. Ação parcialmente provida e recurso provido para declarar a extinção do processo.<sup>84</sup>

No caso em tela, a compra de um notebook foi realizada de um terceiro fornecedor por busca realizada no site comparativo de preços. O Tribunal julgou procedente o pedido de ilegitimidade passiva argüido pelo Busca pé.

Os argumentos foram de que o site comparativo de preços, apesar de ser uma relação de consumo, não faz parte da cadeia produtiva, visto que não atua como prestador de serviço de consultoria ou intermédio do negócio jurídico. Prossegue o Relator.

Embora caracterizada a relação de consumo entre a loja virtual, vendedora do produto e o consumidor/comprador, à luz dos artigos 2º e 3º do Código de Defesa do Consumidor, a mesma relação jurídica não se estabelece em relação ao site de consulta BUSCAPÉ ora apelante, por isso a sua ilegitimidade passiva “ad causam” para a ação de ressarcimento, porque não integra a cadeia produtiva, assim não tem responsabilidade objetiva a que se refere o artigo 14 da lei consumerista.

Ausente dessa forma o nexo causal. Ao inexistir conduta possível a ser realizada pelo site comparativo, inexistindo falha em sua prestação de serviço, inexistente também, por conseqüência, o nexo causal, estando excluída a responsabilidade do site comparativo pela inexistência de falha na prestação, conforme o art. 14, §3º, inciso I do CDC.

Cavaliere coloca dessa forma.

---

<sup>84</sup> BRASIL. Tribunal de Justiça de São Paulo. **Apelação nº 9000510-50.2007.8.26.0506**. Relator: Clóvis Castelo. São Paulo, 15 abr. 2013. Disponível em: <<https://esaj.tjsp.jus.br/pastadigital/abrirDocumentoEdt.do?origemDocumento=M&nuProcesso=900051050.2007.8.26.0506&cdProcesso=RI0018PZ40000&cdForo=990&tpOrigem=2&flOrigem=S&nmAlias=SG5TJ&cdServico=190201&ticket=xSm0QhVI0NfKGkNIU96p%2FTbDmGLf%2FMwTyeWqRiDkbRiCy4IUZbNOKN4F0xYudKlvCWIDrCyWGtY2hUc4cNUO4301dlp92%2BGHI0iHgKWVoS2vkQg%2Fd2Uz p%2BGny%2BKR%2BYOwTWXptQignWFJch18b0slhXZhdHManCJLqcHPz%2Fh4E9OlgB43hLvHzo6bNvP%2BpJjVE%2Biun4EyDrhAs3UUICh14BRik%2FRrL%2BWFPJYO1ew294M%3D>>. Acesso em:

A excludente – *inexistência de defeito* – cai na vala comum. Se o produto ou serviço não é defeito, e o ônus dessa prova é do fornecedor, não haverá também relação de causalidade entre o dano e a atividade do fornecedor. O dano terá decorrido de outra causa não imputável ao fabricante do produto ou ao prestador de serviço. Há igualmente, aqui, uma presunção que milita contra o fornecedor, ao qual caberá elidi-la. A toda evidência, os defeitos a que alude a lei são os decorrentes de concepção, de produção, de prestação ou de informação, todos anteriores à introdução do produto no mercado de consumo ou à conclusão do serviço. A ação deletéria do tempo é um bom exemplo de defeito não imputável ao fornecedor.<sup>85</sup>

Há um elucidativo julgado pelo STJ<sup>86</sup> que trata exatamente da mesma situação fática dos julgados anteriores, e, assim como o precedente trazido do TJSP, julga favorável à empresa comparativa de preços, vejamos o ponto chave dos argumentos.

Segundo se depreende dos autos, o recorrido, na intenção de comprar um computador, consultou o site da recorrente, a fim de pesquisar sobre marcas, preços e lojas fornecedoras do pretendido bem, decidindo-se por adquirir o produto de determinada empresa, que, no entanto, não efetuou a entrega.

No caso, o recorrido busca reparação de dano decorrente da falta de recebimento do produto adquirido, cuja entrega caberia a quem o vendeu. Ao que se tem, a recorrente apenas veiculou a anúncio da empresa que ofertou o produto, não tendo sido demonstrada sua efetiva participação no negócio de compra e venda, o que afasta sua responsabilidade.

Pode-se dizer que, tais julgados entendem haver uma relação de consumo que antecede a compra e se encerra no momento em que o consumidor seleciona o fornecedor que quer adquirir o produto. Não tendo qualquer interferência com essa nova relação de consumo que veio a surgir. Exclui-se a responsabilidade do site comparativo de preços na medida que entende-se a sua não participação nessa relação, e, portanto, fora da cadeia de fornecedores.

Em outro julgado do STJ, Recurso Especial nº 1.444.008 - RS , agora de outubro de 2016, o mesmo entendimento se manteve.

CIVIL E CONSUMIDOR. INTERNET. RELAÇÃO DE CONSUMO. INCIDÊNCIA DO CDC. GRATUIDADE DO SERVIÇO. INDIFERENÇA.

---

25 out. 2017.

<sup>85</sup> Cavaliere Filho, Sergio. **Programa de responsabilidade civil**. 11. Ed. São Paulo: Atlas S.A. 2014, p. 559.

<sup>86</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Agravo em Recurso Especial nº 144.823 - RJ (2012/0028464-9)**. Relator: MINISTRO RAUL ARAÚJO. Rio de Janeiro, 23 nov. 2016. Disponível em: <[https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=MON&sequencial=66156666&num\\_registro=201200284649&data=20161205](https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=MON&sequencial=66156666&num_registro=201200284649&data=20161205)>. Acesso em: 25 out. 2017.

PROVEDOR DE PESQUISA VOLTADA AO COMÉRCIO ELETRÔNICO. INTERMEDIACÃO. AUSÊNCIA. FORNECEDOR. NÃO CONFIGURADO.

1. Ação ajuizada em 17/09/2007. Recurso especial interposto em 28/10/2013 e distribuído a este Gabinete em 26/08/2016.
2. A exploração comercial da Internet sujeita as relações de consumo daí advindas à Lei nº 8.078/90.
3. O fato de o serviço prestado pelo provedor de serviço de Internet ser gratuito não desvirtua a relação de consumo.
4. Existência de múltiplas formas de atuação no comércio eletrônico.
5. O provedor de buscas de produtos que não realiza qualquer intermediação entre consumidor e vendedor não pode ser responsabilizado por qualquer vício da mercadoria ou inadimplemento contratual.
6. Recurso especial provido.<sup>87</sup>

Na fundamentação, assim resume o caso a Ministra relatora Nancy Andrichi.

Cinge-se a controvérsia a determinar se, no comércio eletrônico – isto é, nas compras realizadas na Internet –, há responsabilidade solidária, nos termos do art. 7º do CDC, entre o vendedor do produto e o provedor de serviços de buscas de mercadorias à venda on-line. Em outras palavras, busca-se decidir se o recorrente, em razão de disponibilizar serviço de busca, passa a integrar a cadeia de fornecimento e, assim, ser um fornecedor, nos termos do art. 3º do CDC.

Assim explica concluindo sua fundamentação.

[...] conclui-se que o provedor do serviço de busca de produtos – que não realiza qualquer intermediação entre consumidor e vendedor – não pode ser responsabilizado pela existência de lojas virtuais que não cumprem os contratos eletrônicos ou que cometem fraudes contra os consumidores, da mesma forma que os buscadores de conteúdo na Internet não podem ser responsabilizados por todo e qualquer conteúdo ilegal disponível na rede.

41. Em consequência, pela natureza do serviço prestado pela recorrente, não incide na hipótese dos autos os art. 3º e 7º do CDC, devido à impossibilidade de considerá-la participante na cadeia de fornecimento do produto à recorrida, sequer como fornecedor equipado, por não deter qualquer posição de poder ou influência sobre o consumidor no momento do aperfeiçoamento do contrato eletrônico.

Percebe-se que a matéria é de fato controversa. Por um lado, entende-se responsável solidariamente o site comparativo de buscas por defeito/vício no produto/serviço, se cria legítima expectativa de confiança ao consumidor, configurando a não entrega do produto uma falha na prestação de serviço.

---

<sup>87</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Agravo em Recurso Especial nº 1.444.008 – RS**. Relator: MINISTRO NancyAndrichi. Brasília, 25 out. 2016. Disponível em: <[https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/inteiroteor/?num\\_registro=201400646460&dt\\_publicacao=09/11/2016](https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/inteiroteor/?num_registro=201400646460&dt_publicacao=09/11/2016)>. Acesso em: 25 out. 2017.

Por outro ponto, considera-se excluído do dever de indenizar o site comparativo de preços se, entende-se que apenas anuncia produtos, não criando qualquer expectativa de confiança, fazendo parte de uma relação jurídica anterior à relação jurídica de consumo firmada entre o fornecedor vendedor e o consumidor comprador, estando, portanto, fora da cadeia de fornecedores.

Além disso, pode-se pensar que, o site comparativos de preços, na venda indireta de produtos, ou seja, anunciado por outros fornecedores, está funcionando como intermediador da venda, sendo um facilitador na busca da realização do negócio jurídico de consumo.

Entretanto, ele atua até certo ponto, anterior a compra. Ao anunciar produtos de marcas mais diversas e fornecedores distintos, o site funciona como um classificado, reunindo em um só lugar centenas de produtos e preços. O objetivo ali é fazer a facilitação, tornar ágil o preço de busca para que o consumidor encontre o produto que procura em determinada loja.

Tal papel é parecido com o corretor de imóveis. A analogia é plenamente possível, o corretor está prestando um serviço ao consumidor, aquele que procura uma residência para comprar. O consumidor ao buscar um corretor, pretende que este facilite a intermediação de um negócio jurídico futuro, na medida que aquele terá maior facilidade em encontrar os imóveis que mais se aproximam das características e valores desejados.

Ao encontrar o imóvel e aproximar as duas partes, o corretor finaliza ali o seu papel de intermediador, encerrando sua responsabilidade pois esgotado seu papel de facilitador, não respondendo por qualquer problema que venha a ocorrer na constância da nova relação jurídica criada, entre comprador (consumidor) e vendedor do imóvel.

A parceria na maioria das vezes ocorre entre imobiliárias e corretores, aquela possui os imóveis anunciados, este possui a prestação de serviço de facilitador dos produtos expostos em classificados.

Tal relação jurídica se regula pelo Código Civil, artigos 439 a 440, o chamado promessa de fato de terceiro<sup>88</sup>.

Art. 439. Aquele que tiver prometido fato de terceiro responderá por perdas e danos, quando este o não executar.

Parágrafo único. Tal responsabilidade não existirá se o terceiro for o cônjuge do promitente, dependendo da sua anuência o ato a ser praticado, e desde que, pelo regime do casamento, a indenização, de algum modo, venha a recair sobre os seus bens.

Art. 440. Nenhuma obrigação haverá para quem se comprometer por outrem, se este, depois de se ter obrigado, faltar à prestação.

Nesse sentido, a responsabilização do corretor face ao consumidor se dá apenas em relação ao serviços prestados, caso haja erro de informação, falta à reuniões agendadas, promessas falsas, entre outros problemas, não sendo de seu alcance problemas posteriores a isso, visto que fugiria totalmente do seu controle, estando extinta a antiga relação jurídica firmada.

Pode-se utilizar analogicamente tal exemplo para os sites comparativos de preços, mais especificamente o aqui trabalhado, Buscapé, ele realiza o encontro entre duas partes interessadas, vendedor e comprador, limitando-se apenas a isso, estando extinta tal relação com o consumidor na medida que ele prossegue com sua compra em outro site diverso do Buscapé.

#### 5.4 UMA TERCEIRA VISÃO ACERCA DA RESPONSABILIDADE DOS SITES COMPARATIVOS DE PREÇOS

O determinante, pelo que se apresenta na prestação de serviços pelo Buscapé ou por outros sites comparativos de preços que utilizem da mesma técnica, não seria a legítima expectativa de confiança criada ao consumidor e tampouco a efetiva intermediação no negócio jurídico entre as partes, claro, são fatores importantes e, como visto, decisivos na fundamentação dos precedentes trazidos, mas o que

---

<sup>88</sup> BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de março de 2002**. Institui o Código Civil. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, Seção 1 – 11 jan. 2002, p. 1. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm) >. Acesso em: 12 maio 2017.



determinará ou não a responsabilização destes prestadores de serviço será a remuneração recebida pelo clique do produto anunciado ou pela remuneração publicitária em destaque, diretamente paga pelo anunciante, porém, indiretamente paga pelo consumidor.

Tal lógica se dá, tendo em vista que o fornecedor anunciante, aquele que paga pelo serviço de custo por clique ou anúncio em destaque, repassará os custos de venda ao consumidor, embutindo os gastos nos preços da mercadoria vendida.

Essa mercadoria terá um valor global, estando incluso os custos do fornecedor.

Conclui-se que, no fim, quem arcará com os custos por clique ou pelo destaque dos produtos é o próprio consumidor, remunerando indiretamente os sites comparativos, mais especificamente o Buscapé, aqui utilizado como principal modelo no ramo.

É nesse sentido que Cláudia Lima Marques fundamenta seu argumento ao considerar o site comparativos de preços fornecedor e participante da cadeia de fornecimento.

É comum a oferta de serviços gratuitos aos consumidores como uma estratégia de marketing e uma forma de captar ou chamar possíveis clientes para o consumo de produtos outros que possua o fornecedor. Tais serviços são gratuitos para o consumidor destinatário, pois não tem qualquer custo diretamente, entretanto, como diferencia bem a autora Cláudia Lima Marques, não tem qualquer relação com o termo remuneração, disposto no art. 3º, §2º, do CDC.<sup>89</sup>

Apesar dessa oferta gratuita, o serviço prestado e produto vendido por estes fornecedores os remunera, a busca é pelo lucro. Tal oferta não é “desinteressada”, pois capta outros clientes para aquisições futuras, tais fornecedores recebem uma remuneração indireta por isso<sup>90</sup>.

Assim completa a autora.

---

<sup>89</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 8ª. Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016, p. 421-422.

<sup>90</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**: o novo regime das

[...]. Como afirmamos anteriormente, tais atividades dos fornecedores visam lucro, são parte de seu *marketing* e de seu preço total, pois são remunerados indiretamente na manutenção do negócio principal e das concessões da linha, na fidelidade dos consumidores daí oriunda (exemplo: cartões de milhas etc), nos efeitos positivos do *marketing* usado, enfim, no preço final do serviço ou produto colocado no mercado por aquele fornecedor.<sup>91</sup>

O sites comparativos de preços utilizam exatamente dessa estratégia, busca sem custos para auxílio do consumidor na melhor compra. No entanto, o site possui anúncios publicitários de fornecedores que o remunera por isso, tornando o ganho destes sites exatamente pela quantidade de acessos em que obtém aos anúncios patrocinados.

Seguindo a mesma linha de raciocínio, são três possibilidades possíveis de fornecimento de serviço gratuito.

[...] a) ou o serviço é remunerado diretamente pelo consumidor; b) ou o serviço não é oneroso para o consumidor, mas remunerado indiretamente, não havendo enriquecimento ilícito do fornecedor, pois o seu enriquecimento tem causa no contrato de fornecimento de serviço, causa esta que é justamente a remuneração indireta do fornecedor; c) ou o serviço não é oneroso de maneira nenhuma (serviço gratuito totalmente) nem o fornecedor remunerado de nenhuma maneira, pois se ele fosse “remunerado” indiretamente haveria enriquecimento sem causa de uma das partes. Conclui-se, pois, que, no mercado de consumo, em quase todos os casos, há remuneração do fornecedor, direta ou indiretamente [...]<sup>92</sup>.

Nesse sentido, a sustentação da autora é a de que não descaracteriza a relação de consumo e de fornecimento a prestação de serviço mesmo que a título gratuito ao consumidor, tendo em vista que o fornecedor é remunerado indiretamente por aquela prestação de serviço, que, nos casos dos sites comparativos se dá com acessos/cliques e compras de produtos.

Ao efetuar a compra de qualquer produto anunciado dessa forma, o consumidor pagará indiretamente o custo assumido pelo terceiro anunciante, tendo ainda maior razão para demandar contra o site comparativo de preços.

---

relações contratuais. 8ª. Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016, p. 422.

<sup>91</sup> Ibid., p422.

<sup>92</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 8ª. Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016, p. 422.

Portanto, entendemos que nos casos em que há a presença da técnica de Custo por Clique e anúncios patrocinados, o site comparativo de preços participa de forma indireta na relação jurídica entre o consumidor e o terceiro anunciante, tendo em vista que receberá indiretamente do consumidor por aquela venda (através do repasse realizado ao valor do produto pelo terceiro anunciante). Como visto pela autora Cláudia Lima Marques, mesmo que a *priori* seja gratuito ao consumidor, não deixa, o serviço, de ser oneroso, tendo em vista a busca pelo lucro de tais sites.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da análise dos casos concretos trazidos e da responsabilidade civil dos sites comparativos de preços, constata-se duas linhas de raciocínio predominantes, opostas entre si, responsabilizando ou não os sites.

A primeira linha apresentada foi a que defende responsabilização dos sites pela falha na prestação de serviço (e condenação solidária) na medida que foi verificado a criação de legítima expectativa de segurança proporcionada pelo site comparativo de preços. Não importando a não participação efetiva na venda do produto, restando que, não havendo ou existindo vício no produto, responderá solidariamente, por ser fornecedor e pertencer a cadeia de fornecimento.

A segunda linha entende não existir intermediação do negócio jurídico firmado entre o consumidor e o terceiro fornecedor vendedor do produto responsável pela falha na entrega, não podendo ser responsabilizado o site comparativo por qualquer problema que venha ocorrer entre ambos. Tal entendimento é corroborado por julgados do STJ.

Há ainda como base de fundamentação desta última linha o raciocínio da promessa de fato de terceiro, disposto no art. 439 e 440 do CC/02, apesar de nenhum julgado dentre dezenas consultados trazer tal argumento.

Apesar de existir duas formas de se analisar a responsabilidade dos sites comparativos de preços, ambas não se excluem. De forma que, comprovado no autos do processo que o site possui lista de indicações, realiza cadastro de anunciantes, disponibiliza avaliação realizada por usuários, entre outros, este cria legítima expectativa de segurança ao consumidor, devendo ser responsabilizado caso essa expectativa não se verifique.

Já para a exclusão da responsabilidade, é preciso notar que existem inúmeros sites que procedem da mesma forma que o Buscapé. Alguns não realizam qualquer filtro

ou avaliação, apenas buscando na internet os diversos produtos anunciados por outros fornecedores. Dessa forma, estando caracterizado que não exista nem o potencial de criação de uma expectativa de segurança, não poderá o site comparativo de preços ser responsabilizado por uma falha de terceiro, visto que não participou efetivamente do negócio jurídico e não pertence a cadeia de fornecimento.

A terceira interpretação e, a qual nos filiamos, sustenta ser sim a relação dos sites comparativos de preços uma relação de consumo, portanto, enquadrado como fornecedores. Se presente os anúncios patrocinados e o Custo por Clique, tais sites participam de forma indireta na relação jurídica entre o consumidor e o terceiro anunciante, vindo a receber indiretamente pela venda efetuada por terceiro, devendo responder solidariamente pela falha do serviço ou vício do produto tendo em vista participarem da cadeia de fornecimento.

## REFERÊNCIAS

AVANZI, Dane. **20 anos de internet no Brasil**: da rede discada à internet das coisas. ABRANET. 2015. Disponível em: < <http://www.abranet.org.br/Artigos/20-anos-de-internet-no-Brasil%3A-da-rede-discada-a-internet-das-coisas-666.html?UserActiveTemplate=site#.Wfn-dLkpUR9> >. Acesso em: 25 out. 2017.

BARBAGALO, Erica Brandini. **Contratos eletrônicos**: contratos formados por meio de redes de computadores: peculiaridades jurídicas da formação do vínculo. São Paulo: Saraiva, 2001.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm)>. Acesso em: 23 out. 2017.

\_\_\_\_\_. **Decreto 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. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, Seção 1 - Edição Extra – 15 abri. 2013, p. 1. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm) >. Acesso em: 11 maio 2017.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 3.071, de 1 de janeiro de 1916**. Código Civil dos Estados Unidos do Brasil. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, Seção 1, 05 jan. 1916 p. 1. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L3071.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L3071.htm) >. Acesso em: 10 maio 2017.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, Seção 1, 12 set. 1990 p. 1. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm) >. Acesso em: 10 maio 2017.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 10.406, de 10 de março de 2002**. Institui o Código Civil. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, Seção 1 – 11 jan. 2002, p. 1. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm) >. Acesso em: 12 maio 2017.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, Seção 1, 24 abr. 2014. p. 1. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm#art32](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm#art32) >. Acesso em: 24 out. 2017.

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial nº 1.107.024**. Recorrente: Antônio de Carvalho Zemuner. Recorrido: Mercadolivre.com Atividades de Internet Ltda. Relator: Ministra Maria Isabel Gallotti. Brasília, 01 dez. 2011. Disponível em: < [https://jurisprudencia.s3.amazonaws.com/STJ/IT/RESP\\_1107024\\_DF\\_1326761412693.pdf?Signature=TH%2FkYKlesq9u6NrZLqA68jj2jo4%3D&Expires=1494440186&AWSAccessKeyId=AKIAIPM2XEMZACAXCMBA&response-content-type=application/pdf&x-amz-meta-md5-hash=8f9b05c6ed83ec786226dfbac4c9500e](https://jurisprudencia.s3.amazonaws.com/STJ/IT/RESP_1107024_DF_1326761412693.pdf?Signature=TH%2FkYKlesq9u6NrZLqA68jj2jo4%3D&Expires=1494440186&AWSAccessKeyId=AKIAIPM2XEMZACAXCMBA&response-content-type=application/pdf&x-amz-meta-md5-hash=8f9b05c6ed83ec786226dfbac4c9500e)>. Acesso em: 10 maio 2017.

\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. **Recurso Especial nº 1.639.028**. Recorrente: ebazar.com.br ltda.

Recorrido: Reinaldo Elias e Márcia de Campos. Relator: Ministro Moura Ribeiro. Brasília, 11 abr. 2017. Disponível em: <<http://s.conjur.com.br/dl/mercado-livre-nao-responde-fraude.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2017.

\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. **Recurso Especial Nº 1.195.642 - RJ (2010/0094391-6)**. Relatora: MINISTRA NANCY ANDRIGHI. Data do Julgamento: 13/11/2012. 3ª Turma.

Disponível em: <

[https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ATC&sequencial=25733695&num\\_registro=201000943916&data=20121121&tipo=5&formato=PDF](https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ATC&sequencial=25733695&num_registro=201000943916&data=20121121&tipo=5&formato=PDF)>. Acesso em: 25 out. 2017.

\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. **Agravo em Recurso Especial nº 144.823 - RJ (2012/0028464-9)**.

Relator: MINISTRO RAUL ARAÚJO. Rio de Janeiro, 23 nov. 2016. Disponível em: <[https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=MON&sequencial=66156666&num\\_registro=201200284649&data=20161205](https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=MON&sequencial=66156666&num_registro=201200284649&data=20161205)>. Acesso em: 25 out. 2017.

\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. **Agravo em Recurso Especial nº 1.444.008 – RS**. Relator:

MINISTRO NancyAndrighi. Brasília, 25 out. 2016. Disponível em: <

[https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/inteiroteor/?num\\_registro=201400646460&dt\\_publicacao=09/11/2016](https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/inteiroteor/?num_registro=201400646460&dt_publicacao=09/11/2016)>. Acesso em: 25 out. 2017.

BUSCAPÉ. Termos de uso. Disponível em: <<http://www.buscape.com.br/termos-de-uso>>. Acesso em: 18 set. 2017.

\_\_\_\_\_. Disponível em: < <https://buscape.zendesk.com/hc/pt-br>>. Acesso em: 25 de out. 2017.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de responsabilidade civil**. 11. Ed. São Paulo: Atlas S.A. 2014.

CALIXTO, Marcelo Junqueira. **A culpa na responsabilidade civil: estrutura e função**. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

CARVALHO, Marcelo Sávio Revoredo Menezes de. **A trajetória da internet no Brasil: do surgimento das redes de computadores à instituição dos mecanismos de governança**. Dissertação UFRJ. 2006. Acesso em: <<http://www.nethistory.info/Resources/Internet-BR-Dissertacao-Mestrado-MSavio-v1.2.pdf>>. Disponível em: 25 out. 2017.

CATRACA LIVRE. **10 sites para pesquisar e comparar preços**. Disponível em: <<https://catracalivre.com.br/geral/empreender/indicacao/1-sites-para-pesquisar-e-comparar-precos/>> Acesso em: 23 de out.de 2017.

CAVALLINI, Marta. **Número de reclamações no comércio eletrônico sobe 75%, diz Procon-SP**. Portal G1. 21 out. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2016/10/numero-de-reclamacoes-no-comercio-eletronico-sobe-75-diz-procon-sp.html>>. Acesso em: 09 maio 2017.

CHAVES, Cristiano de. ROSENVALD, Nelson. BRAGA NETTO, Felipe Peixoto. **Curso de Direito Civil: Responsabilidade civil**. Vol. 3. 2. ed. São Paulo: Atlas S.A. 2015.

EBIT. **Relatório WebShoppers**. 35. ed. 2017. Disponível em: <  
<https://www.ebit.com.br/webshoppers> > Acesso em: 09 maio 2017.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direito do Consumidor**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil Brasileiro: Responsabilidade Civil**. Vol. 4. 6. ed. São Paulo: Saraiva. 2011.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 8ª. Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016.

MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 5ª. Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016.

NUNES, Luis Antonio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2012. <https://pt.slideshare.net/bebel10/curso-de-direito-do-consumidor-7-edio-ano-2012-rizzatto-nunes-46562616>

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RIZZARDO, Arnaldo. **Contratos**. 15. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2015, p. 101.

ONU. **Resolução nº 39/248 de 1985**. Disponível em: <  
<http://www.egov.ufsc.br/portal/conteudo/resolu%C3%A7%C3%A3o-da-organiza%C3%A7%C3%A3o-das-na%C3%A7%C3%B5es-unidas-onu-n%C2%BA-39248-de-16-de-abril-de-1985-em-ingl%C3%AAs>>. Acesso em: 25 out. 2017.

RIO GRANDE DO SUL. Segunda Turma Recursal Cível. **Recurso Inominado nº 71002580850**. Relator: Fabio Vieira Heerdt, Rio Grande do Sul, 30 de mar. 2011.



Disponível em: < <http://www.tjrs.jus.br/busca/?tb=proc>>. Acesso em: 23. Out. 2017.

TARTUCE, Flávio, NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor** : direito material e processual. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense: São Paulo: MÉTODO, 2014.

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE MINAS GERAIS. TJMG – **Jurisprudência Cível**. Disponível em: < <https://bd.tjmg.jus.br/jspui/bitstream/tjmg/1330/1/0201-TJ-JC-019.pdf>> . Acesso em: 25 out. 2017.

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE SÃO PAULO. **Apelação nº 9000510-50.2007.8.26.0506**. Relator: Des. Clóvis Castelo, Data do Julgamento: 15/04/2013. 35ª Câmara de direito privado do TJSP. Disponível em: < <https://tj-sp.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/114318908/apelacao-apl-90005105020078260506-sp-9000510-5020078260506/inteiro-teor-114318918> >. Acesso em: 30 maio 2017.

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO PARANÁ. **Recurso Inominado nº 0004045-96.2014.8.16.0014**. Relatora: Juíza Ana Paula Kaled Accioly Rodrigues da Costa. Data do Julgamento: 05/03/2015. 1ª Turma Recursal. Disponível em: < <https://tj-pr.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/173428018/processo-civel-e-do-trabalho-recursos-recurso-inominado-ri-404596201481600140-pr-0004045-9620148160014-0-acordao> >. Acesso em: 30 maio 2017.