



Escola de Magistratura do Estado do Rio de Janeiro

A Responsabilidade Civil na Intermediação
do Comércio de Internet

Claudio Augusto Annuza Ferreira

Rio de Janeiro
2012

CLAUDIO AUGUSTO ANNUZA FERREIRA

**A Responsabilidade Civil na Intermediação
do Comércio de Internet**

Artigo científico de conclusão do Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* em Direito do Consumidor e Responsabilidade Civil da Escola de Magistratura do Estado do Rio de Janeiro.

Professores Orientadores:

Guilherme Sandoval

Néli Luiza C. Fetzner

Nelson C. Tavares Junior

Rafael Iorio

Rio de Janeiro
2012

A RESPONSABILIDADE CIVIL NA INTERMEDIÇÃO DO COMÉRCIO DE INTERNET

Claudio Augusto Annuza Ferreira

Graduado em Direito pela Universidade Estácio de Sá. Juiz de Direito do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. Pós-graduando pela Escola de Magistratura do Estado do Rio de Janeiro.

Resumo: O acesso à internet viabilizou o surgimento do comércio virtual, o que atraiu intensa disputa empresarial na oferta de bens e de serviços. Inúmeros *sites* de intermediação operam nesse segmento, disponibilizando ambiente virtual no qual se estabelecem frequentes relações de consumo entre anunciantes e adquirentes. Porém, o ambiente virtual padece de instrumentos eficazes de segurança, não sendo raras as notícias de fraudes. Assim, o objetivo deste trabalho é situar a figura do intermediador de internet perante o sistema jurídico pátrio, avaliar o grau de influência de sua marca empresarial como elemento agregador de aparente segurança no negócio a ser firmado e, ainda, sustentar a sua responsabilidade civil na hipótese de frustração do negócio em razão de defeitos ou fraudes.

Palavras-chave: Internet. Comércio eletrônico. Intermediador. Responsabilidade Civil.

Sumário: Introdução. 1. O intermediador virtual e a legislação consumerista. 2. A marca empresarial singular e a sensação de segurança. 3. O malogro do negócio e a responsabilidade civil. Conclusão. Referências.

INTRODUÇÃO

O intenso desenvolvimento da indústria da informática, vivenciado pela civilização contemporânea, ocasionou a popularização de computadores pessoais, os conhecidos PC's¹, em escala mundial. De outro lado, a interligação de computadores em redes locais de transmissão de dados, depois ampliadas mediante o canal das redes de telefonia, redundou na interligação de computadores por todo o planeta, culminando na criação da rede mundial de computadores, a internet².

¹ WIKIPEDIA. *A enciclopédia livre*. Um computador pessoal ou PC (do inglês *Personal Computer*) é um computador de pequeno porte e baixo custo, que se destina ao uso pessoal ou por um pequeno grupo de indivíduos. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Computador_pessoal>. Acesso em: 06 ago. 2012.

² WIKIPEDIA. *A enciclopédia livre*. A Internet é o maior conglomerado de redes de comunicações em escala mundial^[1] e dispõe milhões de computadores interligados pelo protocolo de comunicação TCP/IP que permite o acesso a informações e todo tipo de transferência de dados. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Internet>> Acesso em: 06 ago. 2012.

Esse encadeamento de fatos e conquistas revolucionou as telecomunicações de todo o planeta, sendo que a internet incrementou o acesso da população aos mais variados temas de seu interesse, com reflexos expressivos no comércio entre os povos. Alcançou-se a era da informação em tempo real, o consumo impessoal e massivo, a *aldeia global*³ idealizada por Marshall MacLuhan.

O paradigma da contratação presencial esfumou-se, eis que as ofertas, a comparação de preços, a negociação, a contratação, o pagamento e a remessa dos produtos são comandados à distância, mediante um simples clique de botão. Ocorre que a superação de distâncias desafia o amadurecimento de novos conceitos, especialmente no campo do direito do consumidor, carecendo de uma regulação compatível ao ambiente virtual.

O presente trabalho aborda o comércio realizado nesse novo ambiente, por meio de *sites* de intermediação na internet. Em se tratando de ambiente decorrente dos recentes progressos da informática, o tema ainda não se encontra regulado pela legislação civil brasileira, ensejando a necessidade de sua apreciação interpretativa, sob hermenêutica jurídica que conduza à solução dos casos concretos trazidos ao Poder Judiciário.

O estudo objetiva a análise da aplicabilidade da legislação de consumo ao negócio jurídico firmado por meio da *internet*, centrada a atenção do trabalho, porém, na figura do intermediador virtual, assim considerado aquele personagem, de regra uma pessoa jurídica, que se dispõe a propiciar a centralização – e conseqüente facilitação – dos negócios, sob disponibilização remunerada de ambiente virtual apto a divulgar ofertas comerciais e propiciar meios de aquisição pelos interessados nos produtos e serviços.

³ WIKIPEDIA. *A enciclopédia livre*. McLuhan introduz as expressões *o impacto sensorial*, *o meio é a mensagem* e *aldeia global* como metáforas para a sociedade contemporânea, ao ponto de se tornarem parte da nossa linguagem do dia a dia. *Aldeia global* quer dizer simplesmente que o progresso tecnológico estava reduzindo todo o planeta à mesma situação que ocorre em uma aldeia, ou seja, a possibilidade de se intercomunicar diretamente com qualquer pessoa que nela vive. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Guerra_e_Paz_na_Aldeia_Global>. Acesso em: 06 ago. 2012.

Diante da consagração mercadológica de alguns gigantes de intermediação na internet, o estudo abordará a influência da singularidade da marca empresarial na opção dos contraentes, reduzindo a sensação de insegurança e vulnerabilidade nos negócios firmados. A relação contratual havida com o *site* de intermediação é analisada sob a ótica do usuário anunciante e do usuário adquirente, na medida em que ambos, embora possam vir a firmar relação de consumo entre si, ostentam o *status* paralelo de consumidores dos serviços disponibilizados pelo *site* de intermediação, cabendo a análise de sua vulnerabilidade na ótica consumerista.

Não sendo raras as fraudes diuturnamente noticiadas na mídia falada e escrita, concretizando a ocorrência de frustrações e danos derivados do comércio virtual, e desde que estabelecida a relação consumerista entre o lesado e o *site* de intermediação, o estudo se voltará aos aspectos que envolvem a necessidade de segurança do negócio entabulado naquele ambiente e à possibilidade de imputação de responsabilidade civil ao *site* de intermediação.

Para atingir esses objetivos, será realizada a análise de casos concretos e a contribuição de cada participante para a eclosão do evento danoso.

1. O INTERMEDIADOR VIRTUAL E A LEGISLAÇÃO CONSUMERISTA

O advento da internet e a disseminação do comércio virtual ocasionaram o surgimento de gigantes de intermediação na rede mundial de computadores. A atividade de intermediação de vendas envolve milhões de usuários em diversos países⁴.

Porém, tratando-se de um fenômeno razoavelmente recente e que não reconhece fronteiras territoriais, essa atividade ainda não encontrou regulação legal, específica e global.

⁴ WIKIPEDIA. *A enciclopédia livre*. De acordo com a Internet World Stats, 1,96 bilhão de pessoas tinham acesso à Internet em junho de 2010, o que representa 28,7% da população mundial. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Internet>>. Acesso em: 11 mai. 2012.

A sua normatização se dá, na atualidade, por meio de termos e condições gerais de uso, aos quais aderem os interessados na utilização do ambiente de comércio eletrônico. Esses termos e condições gerais de uso, pretensos mecanismos de auto-regulação da atividade, de regra excluem o *site* de intermediação da cadeia de fornecimento, sob a afirmativa de mera aproximação entre anunciantes e adquirentes. A exemplo, o que afirma o *site* Mercado Livre⁵:

Qualquer pessoa, doravante nominada Usuário, que pretenda utilizar os serviços do MercadoLivre deverá aceitar os Termos e Condições Gerais e todas as demais políticas e princípios que o regem.

A ACEITAÇÃO DESTES TERMOS E CONDIÇÕES GERAIS É ABSOLUTAMENTE INDISPENSÁVEL À UTILIZAÇÃO DOS SITES E SERVIÇOS PRESTADOS PELO MERCADOLIVRE.

01 – Objeto. Os serviços objeto dos presentes Termos e Condições Gerais consistem em (i) ofertar e hospedar espaços nos sites www.mercadolivre.com.br e www.arremate.com.br para que os Usuários anunciem à venda seus próprios produtos e/ou serviços e (ii) viabilizar o contato direto entre Usuários anunciantes e Usuários interessados em adquirir os produtos e serviços anunciados, por meio da divulgação dos dados de contato de uma parte à outra. MercadoLivre, portanto, possibilita que os Usuários contatem-se e negociem entre si diretamente, sem intervir no contato, na negociação ou na efetivação dos negócios, não sendo, nesta qualidade, fornecedor de quaisquer produtos ou serviços anunciados por seus Usuários nos sites www.mercadolivre.com.br e www.arremate.com.br.

Ocorre que o artigo 3º da legislação consumerista⁶, ao conceituar fornecedor e serviço na órbita das relações de consumo, não deixa margem a dúvidas. *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. *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.

Cláudia Lima Marques⁷, com o brilhantismo que a distingue no tema, esmiúça o conceito de serviço:

⁵ MERCADO Livre. *Termos e Condições Gerais de uso do site*. Disponível em: <http://www.mercadolivre.com.br/seguro_terminos.html> Acesso em: 11 mai. 2012.

⁶ BRASIL. Lei n. 8.078/90. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em 06 ago. 2012.

⁷ MARQUES, Claudia Lima. Proposta de uma teoria geral dos serviços com base no Código de Defesa do Consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: n. 33, p. 79-122, jan/mar 2000.

Serviço seria o negócio jurídico que propiciar ao titular ou que envolver a prestação de um fazer economicamente relevante, de um ato ou de uma omissão útil e interessante no mercado de consumo, de uma atividade remunerada direta ou indiretamente, um fazer imaterial e principal, que pode ou não vir acompanhado ou complementado por um dar ou pela criação ou entrega de bem material acessório a este fazer principal, fazer que é, em verdade, a causa de contratar e a expectativa legítima do consumidor frente ao fornecedor.

Apesar de negar a qualificação de integrante da cadeia de fornecimento, o *site* Mercado Livre participa dos lucros advindos dos negócios realizados, mediante percentual sobre as vendas. Além disso, impõe ao usuário vendedor disponibilizar a realização de pagamentos pelo canal denominado Mercado Pago. É o que se extrai dos termos e condições gerais de uso⁸ do *site*:

7.2. Obrigações do Usuário vendedor. (...) Todos os vendedores deverão, obrigatoriamente, disponibilizar a seus compradores a opção de utilizar MercadoPago, que permite o gerenciamento e a efetivação de pagamentos por diversos meios, tais como cartão de crédito, boleto bancário, transferência bancária online ou envio de dinheiro disponível em conta gráfica. Quando uma negociação se concretizar, o Usuário vendedor deverá, sempre que e conforme previsto, pagar ao MercadoLivre, em contrapartida aos serviços descritos na cláusula 1, o valor correspondente a um percentual do preço anunciado. Tal valor deverá ser pago também nos casos em que a negociação não se concretizar por responsabilidade do Usuário vendedor.

Podem-se vislumbrar duas vertentes da atividade do *site* de intermediação, segundo a ótica dos envolvidos na negociação:

(i) perante o *usuário anunciante*, o *site* de intermediação disponibiliza ambiente cibernético para anúncios mediante remuneração prestada por aquele, em percentual sobre as vendas;

(ii) perante o *usuário adquirente*, o *site* de intermediação atua como uma vitrine de produtos do *usuário anunciante*, com veiculação de imagens, características e preços, com disponibilização de meios de pagamento.

Ora, o cotejo de todo esse acervo de informações e observações permite inferir que a atividade de intermediação, praticada pelo *site* de vendas na internet, se amolda à prestação de serviços para fins de aplicação da legislação consumerista, posto que tal atividade não se

⁸ MERCADO Livre. *Termos e Condições Gerais de uso do site*. Disponível em: <http://www.mercadolivre.com.br/seguro_terminos.html> Acesso em: 11 mai. 2012.

resume à aproximação dos interessados nos negócios, porém nestes participa ativamente, ao impor condições para a utilização do *site* e auferir lucros nos negócios entabulados.

A jurisprudência recente do Superior Tribunal de Justiça⁹ também se desenvolve no mesmo sentido, observando que a exploração empresarial do comércio de internet conduz à integração do *site* de intermediação na cadeia de fornecimento:

Parece inegável que a exploração comercial da internet sujeita as relações jurídicas de consumo daí advindas à Lei nº 8.078/90. (...) Com efeito, as peculiaridades inerentes a essa relação virtual não afastam as bases caracterizadoras de um negócio jurídico clássico: (i) legítima manifestação de vontade das partes; (ii) objeto lícito, possível e determinado ou determinável; (iii) e forma prescrita ou não defesa em lei. (...) Vale nota, por oportuno, que o fato de o serviço prestado pelo provedor ser gratuito não desvirtua a relação de consumo, pois o termo “mediante remuneração” contido no art.3º, do §2º, do CDC deve ser interpretado de forma ampla, de modo a incluir o ganho indireto do fornecedor.

Não discrepa desse entendimento a jurisprudência do Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro¹⁰, ao ressaltar a onerosidade da prestação do serviço de intermediação, mediante remuneração direta e indireta:

A ré enquadra-se como provedor de intermediação de negócios de produtos e serviços, aproximando, através do seu site, interessados na realização de negócios pela rede mundial de computadores. Destaca-se que, via de regra, tais provedores não têm o domínio do objeto do contrato, mas aproxima os interessados em realizar negócios, mediante prévio cadastro, sendo para isso remunerado, direta ou indiretamente, por intermédio de contraprestação das partes ou da comercialização de espaços de publicidade no site. O usuário utiliza-se do site de intermediação de negócios, com base na lista de produtos e fornecedores informados, levando em conta a avaliação veiculada pelo site desses produtos e fornecedores, de onde decorre a credibilidade ou não do site. Motivo pelo qual podem ser considerados como prestador de serviço na forma do artigo 3º, *caput*, e §2º, da Lei n.8078/90, incidindo, portanto, a responsabilidade regradada pelo artigo 14, desta lei.

Ante tais precedentes, inegável a submissão dos *sites* de intermediação aos ditames da legislação consumerista, no que concerne aos contratos firmados mediante seu canal cibernético de prestação de serviços.

9 BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. REsp 1.193.764-SP. Rel. Min. Nancy Andrighi. Disponível em: <https://ww2.stj.jus.br/revistaeletronica/Abre_Documento.asp?sLink=ATC&sSeq=13438580&sReg=201000845120&sData=20110808&sTipo=51&formato=PDF>. Acesso em: 06 ago. 2012.

10 BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro. Apelação Cível n. 0200249-18.2007.8.19.0001. Relatora Desembargadora Katya Maria de Paula Menezes Monnerat. Disponível em: <<http://srv85.tjrj.jus.br/ConsultaDocGedWeb/faces/ResourceLoader.jsp?idDocumento=00036F7D3720F07C1F74A3E08BB234F62C0320C402621050>>. Acesso em: 06 ago. 2012.

Sob tal premissa, cabe ingressar na análise da segurança do ambiente virtual disponibilizado aos usuários, componente fundamental na escolha do site de intermediação pelos seus usuários da internet.

2. A MARCA EMPRESARIAL SINGULAR E A SENSÇÃO DE SEGURANÇA

A impessoalidade do ambiente virtual desde sempre representou um grande desafio aos contratos de internet, pois o meio utilizado induz no usuário uma natural insegurança ao desconhecer com quem está negociando, propiciando solo fértil ao cometimento de fraudes de toda ordem.

A doutrina de Newton De Lucca¹¹ expõe o pensamento dominante, centrado no aspecto da vulnerabilidade do consumidor internauta, cabendo uma breve citação de sua obra:

É certo ter surgido uma nova espécie de consumidor no mercado de consumo – a do consumidor internauta – e, com ela, a necessidade de proteção normativa, já tão evidente no plano da economia tradicional, tornou-se ainda mais pronunciada para esse novo personagem já que ele, aventurando-se por “mares nunca d’antes navegados”, teve a sua vulnerabilidade gravemente acentuada.

Daí nasceu a oportunidade empresarial vislumbrada pelos mentores de *megasites* de intermediação, os quais surgiram no mercado como catalisadores de anunciantes e interessados, formalizando cadastros e avaliações pautados na organização e efetivação dos negócios, formando-se assim um dinâmico histórico individual de atuação dos usuários naquele ambiente, sejam anunciantes ou compradores, bem como dos produtos ofertados, atribuindo-lhes índices de qualificação.

Nesse sentido, pode-se extrair do site Mercado Livre a regra de qualificação¹² recíproca entre usuário anunciante e usuário adquirente:

¹¹ LUCCA, Newton De; SIMÃO FILHO, Adalberto (Coordenadores). *Direito & internet: aspectos jurídicos relevantes*, vol. II. São Paulo: Quartier Latin, 2008, p. 27

¹² MERCADO Livre. *O que são as qualificações*. Disponível em: <<http://www.mercadolivre.com.br/jm/ml.faqs.framework.main.FaqsController?pageId=FAQ&faqId=2713&categoryId=CALI&type=FAQ>>. Acesso em: 30 jun. 2012.

As qualificações mostram como uma negociação finalizou.

A cada vez que acontece uma negociação no site, o comprador e o vendedor têm um prazo de 21 dias para fazer a qualificação da negociação de forma positiva, negativa ou neutra de acordo com a sua experiência. Ao mesmo tempo, deixam um comentário informando para toda a comunidade como foi negociar com aquele usuário.

Justamente pela observância desse formato centralizador de organização empresarial, pautado na análise e exposição da vida pregressa dos usuários, os grandes *sites* de intermediação passaram a emprestar confiabilidade aos negócios praticados em ambiente virtual, vindo a angariar legiões de anunciantes e consumidores, diante da singularidade e reconhecimento de sua marca perante a comunidade de usuários de internet.

Esse formato de organização prestigia os princípios da confiança e da segurança, eis que oportuniza ao usuário, interessado na aquisição de produtos e serviços em meio virtual, realizar um juízo de valor acerca da qualificação pregressa do vendedor e do produto ou serviço ofertado, com sensível redução da sensação de insegurança derivada da impessoalidade da contratação e da impossibilidade de manipulação concreta do bem da vida adquirido.

Entretanto, a margem de segurança pautada somente no histórico dos usuários não é imune a fraudes, pois o ambiente virtual, se bem manipulado por *expert*, não deixa rastros.

No intuito de tornar ainda mais confiáveis as transações comerciais, na busca da minimização de riscos – e maximização de ganhos – os *sites* de intermediação impõem aos *usuários vendedores* associados que seja disponibilizada a opção, ao *usuário comprador*, em valer-se de intermediação financeira do próprio *site*, de modo que o depósito somente seja disponibilizado ao usuário vendedor após informação de recebimento do bem no seu destino.

A exemplo, o Mercado Pago¹³ é um sistema de gerenciamento de pagamentos instituído pelo *site* Mercado Livre, o qual busca agregar absoluta confiabilidade na relação firmada entre usuários, mediante o seguinte seqüenciamento de atos: (i) depósito do preço do

¹³ MERCADO Livre. *Termos e Condições de uso do MercadoPago*. Disponível em: <https://www.mercadopago.com/mlb/ml.faq.framework.main.FaqsController?pageId=FAQ&faqId=7332&categoryId=POMP3&as_all=Y>. Acesso em: 30 jun. 2012

bem pelo usuário adquirente, em conta individual mantida junto ao *site*; (ii) comunicação do *site* ao anunciante vendedor, sobre o depósito, para realização da remessa do bem ao usuário adquirente; (iii) comunicação do usuário adquirente ao *site* de intermediação, sobre a entrega do bem; (iv) conseqüente liberação do depósito em favor do usuário anunciante.

Daí o incremento fenomenal das aquisições por meio da internet, as quais não conhecem fronteiras. O *site* Mercado Livre, com operações iniciadas em 1999 e atualmente presente em 13 países, traz as seguintes informações¹⁴:

69,5 milhões de usuários cadastrados na América Latina (1º trimestre 2012).
 Mais de 15 milhões de produtos comercializados na plataforma MercadoLivre no 1º trimestre de 2012, um crescimento de 38,1% em relação ao ano de 2011.
 O MercadoLivre movimentou na plataforma US\$ 1,322 bilhão no 1º trimestre de 2012, um crescimento de 38,6% em relação ao ano de 2011.

Assim, a singularidade empresarial dos *megasites* de intermediação, tais como MercadoLivre, Buscapé, Comprafácil, Submarino, dentre tantos outros, possibilitou ao usuário sentir-se mais confiante e seguro quanto aos negócios realizados em meio virtual, o que propiciou notável incremento das vendas e dos lucros.

No entanto, apesar das providências voltadas à segurança dos negócios, o meio virtual ainda não é imune a fraudes, cabendo agora analisar a responsabilização civil do *site* de intermediação nessas hipóteses.

3. O MALOGRO DO NEGÓCIO E A RESPONSABILIDADE CIVIL

Em que pesem as iniciativas voltadas à segurança e efetividade dos negócios firmados por meio da internet, a criatividade dos estelionatários também se desenvolve, não sendo raros os casos em que se veicula notícia de frustração de negócio no comércio virtual.

A exemplo dessa constatação, veiculou-se recente notícia sobre o tema em que o entrevistado¹⁵, integrante do setor de fornecimento de meios de pagamento, afirma:

¹⁴ MERCADO Livre. *Números financeiros*. Disponível em: <<http://www.mercadolivre.com.br/institucional>>. Acesso em: 30 jun. 2012

Segundo estimativa da CyberSource, companhia parceira da Cielo na oferta desse sistema, os lojistas *online* de todo o mundo perderam por fraude no ano passado o equivalente a R\$ 6,21 bilhões (US\$ 3,4 bilhões). Eduardo Chedid, vice-presidente executivo de produtos e negócios da Cielo, comentou o uso dessa tecnologia: “O fraudador corre, mas nós temos que correr mais do que ele. Essa parceria diminui os riscos operacionais do lojista e faz com que a receita do lojista não fique prejudicada”.

Uma das fórmulas de fraude, utilizadas em desfavor do usuário vendedor, é a elaboração de *email* supostamente originado do *site* de intermediação, por meio do qual o fraudador informa ao usuário vendedor que foi realizado um depósito em sua conta no *site* e que já pode remeter o bem ao suposto comprador. O usuário vendedor, de boa fé, acredita que o *email* é legítimo e remete o bem, porém não há depósito algum em sua conta no *site* de intermediação, o qual ainda lhe exigirá a comissão sobre a suposta venda.

A exemplo dessa espécie de fraude, pode-se observar a narrativa de uma usuária vendedora¹⁶ que se encontra disponível na *internet*:

Coloquei um produto à venda no site Mercado Livre, pouco tempo depois recebi um email falso de um comprador e o mesmo me enviou um email se passando pelo Mercado Pago. No email constava que havia sido efetuado um pagamento. Inocentemente enviei o produto ao cliente, deixei os dados da entrega no Mercado Livre. Pouco tempo depois descobri que eu precisava entrar no site do Mercado Pago pra ver quando eu poderia retirar o dinheiro. Quando entrei em meu cadastro a conta estava zerada. Então resolvi investigar para ver o que poderia ter ocorrido. Foi aí que eu descobri que o comprador havia criado um email falso um dia antes da venda, enviado um email se passando pelo Mercado Pago informando o pagamento e que o número de contato era falso também. Recorri ao site do Mercado Livre para ver o que poderia ser feito. Nada encontrei a respeito. Um contato decente, alguém com quem possamos falar é uma coisa impossível. As opções de ajuda não resolvem meu problema. Conclusão: estou com a dívida da comissão da minha venda. Sendo que eu não recebi por ela e ainda paguei para enviar.

A jurisprudência já se debruçou sobre essa questão, em ação na qual o usuário vendedor, consumidor do serviço prestado pelo *site* de intermediação, afirmava defeito de informação do procedimento em conseqüente prejuízo material.

O Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios¹⁷, ao analisar o caso, afirmou que a divulgação de produtos em sítios eletrônicos, mediante remuneração, implica na

¹⁵ R7 Notícias. *Tecnologia e Ciência*. Eduardo Chedid. Disponível em: <<http://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/noticias/empresa-brasileira-anuncia-sistema-que-identifica-em-2-segundos-fraudes-nas-compras-via-internet-20120320.html?question=0>>. Acesso em: 30 jun. 2012.

¹⁶ RECLAME Aqui. Relato remetido pela usuária vendedora Ieda Ferreira. Disponível em: <<http://www.reclameaqui.com.br/2732618/mercado-livre/ausencia-de-contato/>>. Acesso em: 30 jun. 2012.

figuração destes sítios como verdadeiros prestadores de serviços àqueles que ali divulgam seus produtos, inclusive quanto aos meios de pagamento, o que caracteriza efetiva intervenção no mencionado contrato e determina a legitimidade passiva da empresa interventora para eventuais discussões acerca de vícios na garantia contratada. No entanto, o referido Tribunal entendeu que o usuário vendedor não seguiu o procedimento de execução do contrato, o que atraiu a excludente de fato exclusivo da vítima, a qual não conferiu a existência do efetivo crédito na conta de depósitos mantida junto ao *site* de intermediação, antes de remeter o bem ao suposto comprador. Afastou, portanto, a responsabilidade civil do *site* de intermediação em relação ao prejuízo sofrido pelo usuário vendedor, por fraude em elaboração de *email* supostamente enviado pelo *site* de intermediação.

Insatisfeito com o resultado desfavorável, o usuário vendedor recorreu ao Superior Tribunal de Justiça¹⁷, ali obtendo sucesso na demanda. Na ocasião, o voto vencedor entendeu que o procedimento de conferir a autenticidade de mensagem supostamente gerada pelo sistema eletrônico do *site*, antes de remeter o produto ao suposto comprador, é providência que não consta do contrato de adesão firmado entre o *site* de intermediação e o usuário vendedor, além de configurar indevida transferência de falha de segurança do sistema do *site* ao consumidor do serviço de intermediação.

Destacou a eminente Ministra relatora que o endereço eletrônico do usuário vendedor foi fornecido ao fraudador pelo próprio *site* Mercado Livre, pois os dados pessoais das partes, nessa modalidade de negociação, somente são revelados ao comprador após a sua aceitação à proposta de venda. Lembrou que, para viabilizar tal ocorrência, o fraudador obrigatoriamente se cadastrou no *site* de intermediação, certamente com dados falsos, a revelar falha de

¹⁷ BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. APC 0045456-57.2007.807.0001. Rel. Des. Humberto Adjuto Ulhôa. Disponível em: <<http://tjdf19.tjdft.jus.br/cgi-bin/tjcgil?DOCNUM=4&PGATU=1&l=20&ID=62652,76310,25811&MGWLPN=SERVIDOR1&NXTPGM=jrhtm03&OPT=&ORIGEM=INTER&pq1=fraude sistema pagamentos internet>>. Acesso em: 14 jul. 2012.

¹⁸ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. REsp 1.107.024-DF. Rel. Min. Maria Isabel Gallotti. Disponível em: <https://ww2.stj.jus.br/revistaelectronica/Abre_Documento.asp?sLink=ATC&sSeq=17000232&sReg=200802643482&sData=20111214&sTipo=5&formato=PDF>. Acesso em: 14 jul. 2012.

segurança do sistema administrado pelo intermediador, em evidente nexó de causalidade para a eclosão do evento lesivo ao usuário do serviço – no caso, o vendedor.

O voto condutor¹⁹ também lembrou a questão da vulnerabilidade do usuário de internet, ao afirmar que “o sistema eletrônico desenvolvido pelo Mercado Livre explora mercado novo, com o uso de novas tecnologias, dentro de um ambiente também novo, virtual, cujas especificidades ainda podem não ser amplamente dominadas pelo homem médio”, ressaltando que incumbe ao fornecedor propiciar a necessária segurança do sistema de mediação eletrônica de pagamentos, com adoção de tecnologia de assinatura digital de mensagens confirmatórias de depósitos, como exigência dos ônus e riscos de sua atividade empresarial.

Assim, em sede especial, o Superior Tribunal de Justiça afastou a cláusula exoneratória, nos moldes do artigo 25 do Código de Defesa do Consumidor, e afirmou a responsabilidade civil do *site* de intermediação no caso concreto, pois identificou falhas de segurança no procedimento por este instituído, as quais viabilizaram a fraude em desfavor do usuário vendedor, tido por vulnerável na relação contratual.

Na outra ponta do negócio entabulado mediante intermediação na internet, cabe recordar que o usuário adquirente também se vê às voltas com aquisições fraudadas. A título de exemplo, pode-se reproduzir a seguinte notícia²⁰ veiculada em mídia eletrônica, relativa à aquisição de produtos junto ao site Submarino:

A expectativa da estudante de Direito Bruna Xavier, de 23 anos, era grande em torno da chegada do notebook encomendado pela internet. Após uma semana de espera, a mercadoria foi entregue. Mas, ao abrir o pacote, veio a decepção: havia um tijolo embalado no lugar do aparelho. Depois de uma reclamação por telefone, ela recebeu outra remessa do site. E, para sua surpresa, lá estava outro "produto", bem embaladinho: um segundo tijolo.

¹⁹ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. REsp 1.107.024-DF. Rel. Min. Maria Isabel Gallotti. Disponível em: < https://ww2.stj.jus.br/revistaeletronica/Abre_Documento.asp?sLink=ATC&sSeq=16989038&sReg=200802643482&sData=20111214&sTipo=51&formato=PDF> . Acesso em: 14 jul. 2012.

²⁰ EXTRA Online. *Notícias de economia*. Disponível em: < <http://extra.globo.com/noticias/economia/defesa-do-consumidor-no-lugar-do-notebook-duas-embalagens-com-tijolos-2283236.html>> . Acesso em: 30 jun. 2012.

Nesses casos, a fraude atinge o patrimônio do usuário adquirente, o qual efetiva o pagamento do bem e se surpreende com a presença de outros objetos sem valor comercial nas embalagens, tais como pedras, tijolos, chinelos usados.

O Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro já se debruçou sobre esse tipo de fraude no comércio eletrônico, reafirmando a responsabilidade civil do site de intermediação sob a seguinte ementa²¹:

RESPONSABILIDADE CIVIL. RELAÇÃO DE CONSUMO. COMÉRCIO ELETRÔNICO. COMPRA DE PRODUTO. PREÇO PAGO E PRODUTO NÃO ENTREGUE. FRAUDE INCONTROVERSA. EMPRESA QUE NÃO OBSERVOU O DEVER DE CUIDADO. FALHA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO. RESPONSABILIDADE OBJETIVA. SOLIDARIEDADE. DANO MORAL CONFIGURADO. HONORÁRIOS ADVOCATÍCIOS REDUZIDOS PARA 10%. RECURSO PARCIALMENTE PROVIDO.

O voto condutor narra que a autora adquiriu uma máquina fotográfica por meio do site Mercado Livre, sendo-lhe fornecida a conta-corrente do vendedor, na qual realizou o depósito do preço. Porém, recebeu pelo serviço postal um par de chinelos usados.

O julgado afirmou a legitimação do site de intermediação por entender decisiva a sua participação na aquisição frustrada, atraindo a condição de garante dos negócios entabulados, lembrando que o intermediador auferia lucros em percentual sobre as vendas, integrando a cadeia de fornecimento em caráter solidário.

No mérito, afirmou que as sugestões e informações disponibilizadas no site, tendentes à negociação dita segura, seriam insuficientes para atestar o dever de cuidado e verificação imputáveis ao intermediador do comércio eletrônico, propiciando a eclosão de fraudes por falha de segurança. Daí a sua responsabilidade civil, em solidariedade ao vendedor que não remeteu o produto adquirido, porém outro sem valor comercial.

Reproduz-se, por pertinente, o trecho conclusivo do julgado:

²¹ BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro. Apelação Cível n. 0004150-49.2007.8.19.0042. Relatora Desembargadora Claudia Telles de Menezes. Disponível em: <<http://srv85.tjrj.jus.br/ConsultaDocGedWeb/faces/ResourceLoader.jsp?idDocumento=00033D2927199FC4B0EF6F3270F99C9E1A8E92C40256345A>>. Acesso em: 11 ago. 2012.

Desse modo, resta configurada visível falha no serviço prestado, não infirmada pelo recorrente por provas que lhe competiam produzir e, diferente do que afirma em sua peça recursal, a responsabilidade por tal falha não deve ser imputada apenas ao vendedor que participou da relação de compra e venda, mas também ao apelante, que através de seus serviços viabiliza, cria mecanismos eletrônicos, intermedeia, torna-se garantidor dos negócios realizados e, frise-se, lucra com esta atividade. Aliás, exatamente esta a peculiaridade a distinguir a ingerência e participação do site de comércio eletrônico nas negociações realizadas, por óbvio, bastante distinta do corretor ou ainda do jornal que anuncia classificado.

Do exposto, tem-se o reconhecimento jurisdicional da presença de responsabilidade civil do intermediador de comércio eletrônico, na hipótese de frustração da legítima expectativa do usuário comprador, quando de aquisições realizadas por meio da internet.

CONCLUSÃO

A autorização para uso comercial da internet e a disseminação mundial de sua utilização são fatos históricos relativamente recentes, ocasionando uma verdadeira revolução nas comunicações entre os povos do planeta.

A abstração geográfica do meio virtual, alheio às fronteiras físicas dos continentes, cria enorme desafio à sua regulação pelo direito interno e internacional, visto que as casas legislativas são apegadas aos mecanismos tradicionais do positivismo e do territorialismo.

Essa dificuldade é enfatizada na obra de Fernando Antonio de Vasconcelos²² acerca da responsabilidade civil de provedores de internet: *“se a internet ignora limites, fronteiras ou espaço geográfico, realmente torna-se difícil harmonizar essas ausências com a legislação secular de países cujo ordenamento jurídico está calcado em um sistema positivista.”*

Enquanto o Legislativo se defronta com tais dificuldades, o Judiciário tem de dar solução aos conflitos trazidos pelo jurisdicionado, eis que, por imposição expressa da lei processual civil²³, *“o juiz não se exime de sentenciar ou despachar alegando lacuna ou*

²² VASCONCELOS, Fernando Antonio de. *Internet: responsabilidade do provedor pelos danos praticados*. Curitiba: Juruá, 2009, p. 143.

²³ BRASIL. Código de Processo Civil. Artigo 126. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L5869.htm>. Acesso em: 06 ago. 2012.

obscuridade da lei. No julgamento da lide caber-lhe-á aplicar as normas legais; não as havendo, recorrerá à analogia, aos costumes e aos princípios gerais de direito.”

A jurisprudência desenvolvida no Brasil permite concluir que o *site* de intermediação, ao propiciar formas de acesso ao comércio eletrônico, integra a cadeia de fornecimento quanto aos negócios realizados por meio de seu ambiente virtual, pois recebe percentual sobre as vendas e disponibiliza meios de pagamento aos consumidores de seus serviços. Ademais, o *site* de intermediação também auferе receitas pela veiculação de publicidade, motivos pelos quais se submete à legislação consumerista.

Com efeito, a singularidade e popularidade da marca empresarial, alcançadas pelos vários *megasites* de intermediação do comércio eletrônico, ensejam fidelização de legiões de consumidores dos serviços prestados, sejam eles vendedores ou adquirentes, o que viabilizou inédito incremento nas vendas e lucros, se comparados ao comércio tradicional.

A atividade empresarial do *site* de intermediação, por caracterizar fornecimento de serviço na órbita de consumo, atrai os ônus inerentes aos resultados expressivos alcançados, cabendo-lhe propiciar, aos usuários de seus serviços, meios confiáveis e seguros ao implemento adequado dos negócios, sob pena de caracterizar-se responsabilidade civil objetiva pelos danos causados, segundo a doutrina e a jurisprudência pesquisadas.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Código de Processo Civil. Artigo 126. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L5869.htm>. Acesso em: 06 ago. 2012.

BRASIL. Lei n. 8.078/90. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em 06 ago. 2012.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. REsp 1.193.764-SP. Rel. Min. Nancy Andrighi. Disponível em:

<https://ww2.stj.jus.br/revistaeletronica/Abre_Documento.asp?sLink=ATC&sSeq=13438580&sReg=201000845120&sData=20110808&sTipo=51&formato=PDF>. Acesso em: 06 ago. 2012.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. REsp 1.107.024-DF. Rel. Min. Maria Isabel Gallotti. Disponível em:

<https://ww2.stj.jus.br/revistaeletronica/Abre_Documento.asp?sLink=ATC&sSeq=16989038&sReg=200802643482&sData=20111214&sTipo=51&formato=PDF>. Acesso em: 14 jul. 2012.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. REsp 1.107.024-DF. Rel. Min. Maria Isabel Gallotti. Disponível em:

<https://ww2.stj.jus.br/revistaeletronica/Abre_Documento.asp?sLink=ATC&sSeq=17000232&sReg=200802643482&sData=20111214&sTipo=5&formato=PDF>. Acesso em: 14 jul. 2012.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. APC 0045456-57.2007.8.07.0001. Rel. Des. Humberto Adjuto Ulhôa. Disponível em:

<<http://tjdf19.tjdft.jus.br/cgi-bin/tjcgi1?DOCNUM=4&PGATU=1&l=20&ID=62652,76310,25811&MGWLPN=SERVIDOR1&NXTPGM=jrhtm03&OPT=&ORIGEM=INTER&pq1=fraude sistema pagamentos internet>>. Acesso em: 14 jul. 2012.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro. Apelação Cível n. 0004150-49.2007.8.19.0042. Rel. Des. Claudia Telles de Menezes. Disponível em:

<<http://srv85.tjrj.jus.br/ConsultaDocGedWeb/faces/ResourceLoader.jspx?idDocumento=00033D2927199FC4B0EF6F3270F99C9E1A8E92C40256345A>>. Acesso em: 11 ago. 2012.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro. Apelação Cível n. 0200249-18.2007.8.19.0001. Rel. Des. Katya Maria de Paula Menezes Monnerat. Disponível em:

<<http://srv85.tjrj.jus.br/ConsultaDocGedWeb/faces/ResourceLoader.jspx?idDocumento=00036F7D3720F07C1F74A3E08BB234F62C0320C402621050>>. Acesso em: 06 ago. 2012.

EXTRA Online. *Notícias de economia*. Disponível em: <

<http://extra.globo.com/noticias/economia/defesa-do-consumidor-no-lugar-do-notebook-duas-embalagens-com-tijolos-2283236.html>>. Acesso em: 30 jun. 2012.

LUCCA, Newton De i SIMÃO FILHO, Adalberto (Coord.). *Direito & internet: aspectos jurídicos relevantes*, v. II. São Paulo: Quartier Latin, 2008.

MARQUES, Claudia Lima. Proposta de uma teoria geral dos serviços com base no Código de Defesa do Consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: n. 33, jan/mar 2000.

MERCADO Livre. Disponível em: < <http://www.mercadolivre.com.br/>>. Acesso em 01 set. 2012.

R7 Notícias. *Tecnologia e Ciência*. Eduardo Chedid. Disponível em:
<<http://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/noticias/empresa-brasileira-anuncia-sistema-que-identifica-em-2-segundos-fraudes-nas-compras-via-internet-20120320.html?question=0>>.
Acesso em: 30 jun. 2012.

RECLAME Aqui. Relato remetido pela usuária vendedora Ieda Ferreira. Disponível em:
<<http://www.reclameaqui.com.br/2732618/mercado-livre/ausencia-de-contato/>>. Acesso em:
30 jun. 2012.

VASCONCELOS, Fernando Antonio de. *Internet: responsabilidade do provedor pelos danos praticados*. Curitiba: Juruá, 2009.

WIKIPEDIA. *A enciclopédia livre*. Disponível em:
<http://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:P%C3%A1gina_principal> . Acesso em 01
set. 2012.