

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
FACULDADE DE DIREITO**



**Breve estudo da responsabilidade civil no direito privado
brasileiro: da teoria geral do direito ao direito digital.**

GUILHERME HENRIQUE VILLARREAL NAVARRETE

Pelotas – RS

2022

GUILHERME HENRIQUE VILLARREAL NAVARRETE

Breve estudo da responsabilidade civil no direito privado brasileiro: da teoria geral do direito ao direito digital.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na Faculdade de Direito da UFPel como requisito básico para a conclusão do Curso de Direito.

Orientador(a): Professora Dra. Antonia Espíndola Longoni Klee

Pelotas - RS

2022

Universidade Federal de Pelotas / Sistema de Bibliotecas Catalogação na
Publicação

N321b Navarrete, Guilherme Henrique Villarreal

Breve estudo da responsabilidade civil no direito privado
brasileiro : da teoria geral do direito ao direito digital /
Guilherme Henrique Villarreal Navarrete ; Antonia Espíndola
Longoni Klee, orientadora. — Pelotas, 2023.

50 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) —
Faculdade de Direito, Universidade Federal de Pelotas, 2023.

1. Marketplace. 2. Relação de consumo. 3. Internet. 4.
Comércio eletrônico. I. Klee, Antonia Espíndola Longoni,
orient. II. Título.

CDDir : 342.15

Elaborada por Catarina Prestes de Carvalho CRB: 10/2046

Agradecimentos

Primeiramente, quero agradecer aos meus pais, Amado Villarreal Hay e Maria Angélica Navarrete Villarreal, que me proporcionaram toda a base para chegar até este ponto da vida.

Serei eternamente grato por todos os esforços e dedicação dados ao meu desenvolvimento e educação. Espero um dia poder retribuir todo esse carinho e me tornando um pai incrível da mesma forma que os meus são para mim.

Agradeço ao meu irmão, Luis Gabriel Villarreal Navarrete e a minha sobrinha Maria Eduarda Navarrete Franco Villarreal, pelo carinho e amor que tanto me deram juntamente com momentos de apoio e alegria.

Agradeço a minha namorada, Renata Castro de Azevedo, primeiramente por toda paciência que teve comigo em um dos momentos mais estressantes da vida acadêmica e por todo apoio e amor dado todos os dias.

Agradeço aos meus amigos, em especial ao Valdemar Júnior Stacke e a Tayna Almeida Moura de Oliveira, que me acompanharam desde meu primeiro ano e foram muito importantes nesses seis anos de faculdade, quero levar a amizade de vocês para toda a vida.

Agradeço a minha orientadora, Prof. Dra. Antonia Espíndola Longoni Klee, por toda ajuda e dedicação que me forneceu para a realização deste trabalho.

Resumo

NAVARRETE, Guilherme H. Villarreal. **Breve estudo da responsabilidade civil no direito privado brasileiro**: da teoria geral do direito ao direito digital. Orientadora: Antonia Espindola Longoni Klee. 2022. 46f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2022.

A comercialização em plataformas que se assemelha a shoppings centers é uma realidade, visto que possibilita um alcance superior de compradores e de fornecedores. O objetivo deste trabalho é fazer uma breve análise da responsabilidade civil, partindo-se da teoria geral e objetivando o alcance da responsabilidade civil no marketplace, no direito digital. Propõe-se, assim, apresentar a teoria geral da responsabilidade civil, com seus pressupostos. Sob essa ótica, busca-se destacar a responsabilidade civil no comércio virtualizado, em especial nas relações travadas dentro do marketplace. Para concretizar a presente pesquisa, utilizou-se do método dedutivo, com respaldo da técnica documental bibliográfica. Alcançando-se, assim, a perspectiva de que é imprescindível que as plataformas de anúncio e comercialização sigam as normas legais e as orientações do fornecedor do produto ou do serviço.

Palavras-chave: Marketplace. Relação de consumo. Internet. Comércio eletrônico.

Abstract

NAVARRETE, Guilherme H. Villarreal. **Brief study of civil liability in Brazilian private law**: from the general theory of law to digital law. Advisor: Antonia Espindola Longoni Klee. 2022. 46f. Completion of course work (Graduation in Law) – Faculty of Law, Federal University of Pelotas, Pelotas, 2022.

Marketing on platforms that resemble shopping malls is a reality, as it allows a greater reach of buyers and suppliers. The objective of this work is to make a brief analysis of civil liability, starting from the general theory and aiming at the scope of civil liability in the marketplace, in digital law. Therefore, it is proposed to present the general theory of civil liability, with its assumptions. From this perspective, we seek to highlight civil liability in virtualized commerce, especially in relationships within the marketplace. To carry out this research, the deductive method was used, with the support of the bibliographic documentary technique. Thus, reaching the perspective that it is essential that advertising and commercialization platforms follow the legal norms and guidelines of the product or service provider.

Keywords: Marketplace. Consumer relationship. Internet. E-commerce.

Lista de abreviaturas e siglas

ART	Artigo
ARTS	Artigos
CDC	Código de Defesa do Consumidor
CR/1988	Constituição da República Federativa do Brasil de 1988
LGPD	Lei Geral de Proteção de Dados
MCI	Marco Civil da Internet

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
2. RESPONSABILIDADE CIVIL NO DIREITO BRASILEIRO	11
2.1. Teoria geral do direito: fatos e atos jurídicos.....	12
2.2. Responsabilidade contratual e extracontratual	13
2.3. Responsabilidade subjetiva e objetiva.....	14
2.4. Pressupostos da responsabilidade civil.....	17
2.4.1 A conduta lesiva.....	17
2.4.2 O nexo de Causalidade.....	20
2.4.3 O dano.....	20
3. RESPONSABILIDADE CIVIL NAS RELAÇÕES DE CONSUMO	23
3.1. Sujeitos da relação de consumo.....	23
3.1.1 Fornecedores.....	24
3.1.2 Consumidores.....	27
3.1.3 Dos produtos e serviços adquiridos através de uma remuneração.....	29
3.2. A responsabilidade civil nas relações de consumo.....	34
4. DESENVOLVIMENTO LEGAL SOBRE A RESPONSABILIDADE CIVIL NAS RELAÇÕES DE CONSUMO VIRTUAIS	34
4.1. Peculiaridades do comércio eletrônico.....	34
4.2. Responsabilidade civil no marco Civil da Internet.....	36
4.3. Responsabilidade Civil na LGPD.....	40
4.4. Responsabilidade civil dos <i>marketplaces</i> frente aos produtos ofertados.....	41
5. CONCLUSÃO	45
6. REFERÊNCIAS	46

1. Introdução

A acepção de responsabilidade advém do período Romano¹, no qual o devedor passava a assumir uma *spondeo* - responsabilidade - a partir de uma celebração solene de um contrato verbal (ALVES, 2016). A compreensão de que o dever de reparar o dano gerado a outrem, seja ele patrimonial ou moral, é o cerne do estudo da responsabilidade civil.

No direito romano a responsabilidade é verificada com a aferição de 03 (três) pressupostos: o dano, a culpa do gerador do dano e o vínculo entre o fato eivado de culpa e o dano (GONÇALVES, 2018). Entretanto, é salutar apontar que esse dever de reparar o status quo antes era vinculado às penas corporais até o surgimento do direito romano (ALVES, 2016)

O vislumbre inicial delimitado pelos Romanos foi sacramentado pelo Direito Francês, cuja previsão de que a responsabilidade civil abarca a culpa no Código de Napoleão. Tratava-se de uma responsabilização somente se houvesse ânimo do agente de gerar o dano - o dolo - ou a culpa propriamente dita (Gonçalves, 2018).

Essa espécie de responsabilidade fundada na existência de culpa do autor é, atualmente, denominada de responsabilidade subjetiva. No Brasil, essa responsabilidade foi utilizada como base a partir do Código Civil de 1916, o qual exigia a comprovação da culpa ou do dolo para a configuração de um dever de reparar. Raramente era acolhida a culpa presumida, pois prevalecia o entendimento de que a responsabilidade civil somente se configurava com a presença dos elementos da culpa e do dolo.

Posteriormente as exigências sociais e econômicas decorrentes do desenvolvimento industrial imputaram ao Estado uma atuação positiva frente a proteção das vítimas - pessoas que suportavam o dano gerado pelos autores. Diante dessa necessidade, desenvolveu-se a teoria do risco na responsabilidade civil. Essa teoria retira a obrigatoriedade da culpa como um pressuposto da responsabilidade civil e permite que o mero fato de que o autor tenha assumido o risco, já imputa o dever de reparar. Conforme Gonçalves (2018, p. 28) destaca, sobre responsabilidade objetiva: “A responsabilidade objetiva funda-se num princípio de equidade, existente

¹ Por um longo período do Direito Romano a *iniuria* era a modalidade de responsabilização pela prática de atos que feriram os direitos de outrem. Possuía vínculo com a figura particular dos delitos, visto que somente se verificava quando havia lesão à integridade física ou moral (ALVES, 2016). No direito brasileiro, o dano moral se assemelha à *iniuria* romana.

desde o direito romano: aquele que lucra com uma situação deve responder pelo risco ou pelas desvantagens dela resultantes”.

Em contrapartida a isso, o início paulatino da democratização da internet no Brasil, e no mundo, possibilitou e a expansão do meio cibernético como um ambiente fértil para a realização de ilicitudes, em primazia, nas relações de consumo. A medida que os meios digitais servem para a aproximação e a expansão das relações interpessoais, quando se versa sobre as relações negociais *Business to Consumer* (B2C)² é preciso considerar as peculiaridades impostas pelo novo meio de efetivação das relações de consumo e os efeitos na responsabilidade dos fornecedores de produtos e serviços (ROTUNDO, 2017).

Diante disso, deve-se considerar o comércio tradicional que traz consigo as relações de consumo formadas pelos seguintes elementos: a) fornecedor; b) consumidor; c) produto ou serviço; e d) remuneração direta ou indireta (Marques, 2019). Além do mais, no decorrer dos séculos, esse tipo de relação sofreu alterações compatíveis com o desenvolvimento social, impondo ao jurídico um despertar para a regulamentação dos vínculos criados pelos elementos subjetivos desse processo consumerista.

Considerando o desenvolvimento social no Brasil e as mazelas herdadas do período ditatorial, a Constituição Federal da República do Brasil de 1988 (CRFB/1988), inovou ao incluir o direito do consumidor no rol de direitos fundamentais com o intuito de cumprir o triplo mandamento constitucional presentes nos artigos 5º, inciso XXXII e 170, inciso V, da CRFB/1988, como também no artigo 48, do Ato das Disposições Transitórias (ADCT). Tais previsões somadas à constitucionalização da proteção de dados e do direito à privacidade, previstos nos arts. 5º, LXXIX e 5º, X, da CRFB/1988, respectivamente, possibilitam uma abrangência à responsabilidade civil dos fornecedores que será analisada no presente estudo.

Ainda nessa perspectiva, a responsabilidade frente à ilicitudes decorrentes nos meios digitais pode ser encontrada nos dois pólos subjetivos da relação de consumo. Prioriza-se, entretanto, os princípios da igualdade, da boa-fé e os demais critérios éticos que estão presentes na CRFB/1988 e nos arts. 422, do Código Civil Brasileiro (CC/02), e art. 4º, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor (CDC). O reconhecimento de que existe uma disparidade entre os sujeitos da relação de

² *Business to consumer*, relação entre consumidor e fornecedor.

consumo é pauta importante para o estudo, visto que há potencialidades decorrentes do meio digital que serão desenvolvidas durante o estudo.

Diante disso, o presente trabalho se subdivide em 3 capítulos; o primeiro capítulo se destina à apresentação da teoria geral da responsabilidade civil, objetivando vincular os pressupostos da responsabilidade ao comércio virtualizado. Em um segundo momento, analisa-se as acepções dos elementos formadores da relação de consumo e, considerando a necessidade de existir um vínculo, de contrato, para que existe uma obrigação - um dever - a ser resguardada. Quando esse dever for violado, verifica-se a responsabilidade civil dos fornecedores.

Além disso, objetiva-se compreender as peculiaridades advindas dessa forma de negócio. Por fim, apresentam-se as principais conclusões e as limitações encontradas pelo estudo. Das quais, tem-se a inegável presença da responsabilidade objetiva do marketplace no que tange ao cumprimento das regras do CDC, CC/02 e do MCI. Acresce-se a isso o fato de que a diligência média deve estar presente para que seja possível definir a existência ou não da responsabilidade civil.

2. Responsabilidade civil no Direito Brasileiro

A responsabilidade civil é uma consequência jurídica do descumprimento de uma relação obrigacional ou da violação de direitos de terceiros. O seu caráter sucessivo pressupõe que primeiro deve ocorrer uma violação de direito ou de obrigação, seja ela judicial ou extrajudicial; patrimonial ou extrapatrimonial (Gonçalves, 2018)

A compreensão de Diniz (1998, p. 34) é de que responsabilidade civil "é a aplicação de medidas que obriguem alguém a reparar o dano moral ou patrimonial causado a terceiros em razão de ato do próprio imputado, de pessoa por quem ele responde, ou de fato de coisa ou de animal sob sua guarda, ou ainda, de simples imposição legal". Essa definição abarca tanto os danos morais como os patrimoniais, versa-se sobre a responsabilidade objetiva e subjetiva (*vide* item 2.3).

Em contrapartida, Azevedo (1998, p. 37) sustenta o seguinte entendimento sobre responsabilidade civil: "A responsabilidade nada mais é do que o dever de indenizar o dano que surge sempre quando alguém deixa de cumprir um preceito estabelecido num contrato ou quando deixa de observar o sistema normativo que rege a vida do cidadão". Tal definição engloba as diversas formas de responsabilidade civil, tanto a extracontratual quanto a contratual, sem esquecer da responsabilidade objetiva e subjetiva.

Dessa forma, é essencial que os atos geradores de responsabilidade sejam analisados. Para tanto, elencam-se as distinções entre atos e fatos, conforme a teoria do fato jurídico (Azevedo, 1998), visto que a responsabilidade civil sempre nasce de uma violação de um dever jurídico, conforme Gonçalves (2018, p. 24) pontua: "[...] toda conduta humana, que, violando um dever jurídico originário, causa prejuízo a outrem é fonte geradora de responsabilidade".

Considerando isso, é necessário desenvolver o estudo detalhado sobre a responsabilidade civil decorrente da violação de direitos, a partir dos atos ilícitos e da quebra de contratos. E isso será realizado a seguir, com a análise da teoria geral dos fatos e dos atos jurídicos. Posteriormente será estudado os tipos de responsabilidade civil, objetiva e subjetiva.

Por fim, serão delineados os pressupostos da responsabilidade civil, porque eles são essenciais para a verificação da responsabilidade dos fornecedores no meio digital, em especial, nas relações comerciais decorrentes do *marketplace - shopping*

center virtual -, por cederem a fornecedores com pouca visibilidade e poucos recursos financeiros, a possibilidade de oferecerem seus produtos e seus serviços em um único site .

2.1. Teoria geral do direito: fatos e atos jurídicos.

É pacífico o entendimento de que a responsabilidade civil advém de um comportamento, comissivo ou omissivo, cuja autonomia da vontade do sujeito ativo é aferível e que viola um dever jurídico. Esse comportamento é um ato jurídico, seja lícito ou ilícito. Cabe ressaltar que os atos jurídicos são uma espécie de fatos jurídicos.

Os fatos jurídicos advém dos fatos propriamente ditos, que se subdividem em materiais e jurídicos. A distinção entre os tipos de fatos decorre da existência de relevância para o ordenamento jurídico ou não. De forma exemplificativa, a declaração de que “a chuva cai é um fato, que ocorre e continua a ocorrer, dentro da normal indiferença da vida jurídica “[...] o indivíduo veste-se, alimenta-se, sai de casa, e a vida jurídica se mostra alheia a estas ações, a não ser quando a locomoção, a alimentação, o vestuário provoquem a atenção do ordenamento legal” (PEREIRA, 2018, p. 383).

Diante disso, é preciso considerar que a criação de uma relação jurídica deve incluir a eventualidade e o preceito legal. Isso significa que para um fato material se tornar um fato jurídico é necessário que haja uma “[...] declaração do ordenamento jurídico, atributiva de efeito àquele acontecimento” (PEREIRA, 2018, 384). Desta feita, fato jurídico é um acontecimento decorrente de uma modificação, conservação ou extinção de um vínculo jurídico.

Ocorre que há situações que acontecem independentemente da vontade humana, os denominados fatos naturais ou fatos jurídicos em estrito senso, como o nascimento, a morte, os raios, entre outros fatos materiais que também são jurídicos. Ao passo que os fatos jurídicos decorrentes da vontade do homem, nos quais o *animus* do agente ativo é determinante para a ocorrência do episódio, ainda que o efeito jurídico nem sempre seja o fim do agente, geram os denominados atos jurídicos lícitos e atos jurídicos ilícitos.

Conforme Theodoro Jr (2021, p. 04), os atos lícitos ensejam a “congruência entre o efeito jurídico desejado e aquele que a ordem jurídica realmente assegura”. De outra forma, os atos ilícitos decorrem também de um comportamento voluntário, mas o efeito é imposto pela norma como forma de penalizar o agente pela

transgressão de direitos e/ou de obrigações. Acerca dos atos ilícitos, Gonçalves (2018, p. 32) elenca:

[...] Os ilícitos, por serem praticados em desacordo com o prescrito no ordenamento jurídico, embora repercutem na esfera do direito, produzem efeitos jurídicos involuntários, mas impostos por esse ordenamento. Em vez de direitos, criam deveres. Hoje se admite que os atos ilícitos integram a categoria dos atos jurídicos, pelos efeitos que produzem (geram a obrigação de reparar o prejuízo - CC, arts. 186 e 927).

Ainda mantendo o ato ilícito no foco, tem-se que sua prática é infratora ao dever de não violar direito e não gerar dano a outrem, nos termos do art. 186, do CC/02. Concomitantemente, o art. 187 do CC/02, aduz que comete ilícito aquele que abusa de um direito.

Dessa maneira, toda vez que um agente praticar um ato voluntário que angarie danos a outrem, nasce uma obrigação de indenizar ou ressarcir o sujeito lesado pelos prejuízos suportados, nos termos do art. 927, do CC/02. Cabe ressaltar que a conduta do agente pode ser comissiva ou omissiva, culposa ou dolosa, gerando a responsabilidade subjetiva ou objetiva, conforme será analisado a seguir.

2.2. Responsabilidade contratual e extracontratual

Dentro do ordenamento jurídico brasileiro é possível diferenciar dois tipos de responsabilidade: uma decorrente de uma relação contratual e outra decorrente de um vínculo alheio ao contrato, a extracontratual. No primeiro tipo, tem-se que sempre que houver um contrato verbal ou escrito e uma das partes violar as cláusulas avençadas no contrato, haverá inadimplemento contratual, cuja consequência é o dever de indenizar a parte lesada da relação em perdas e danos, conforme dispõe o art. 389, do CC/02: “Não cumprida a obrigação, responde o devedor por perdas e danos, mais juros e atualização monetária segundo índices oficiais regularmente estabelecidos, e honorários de advogado” (BRASIL. 2002).

Não obstante, a responsabilidade decorrente de uma obrigação contratual engloba o inadimplemento e a mora decorrentes de negócios unilaterais (procuração outorgada para advogado, por exemplo) ou até da legislação, como a obrigação de prestar alimentos de pais para filhos.

Em contrapartida, a responsabilidade extracontratual aduz que todo sujeito, seja pessoa física ou jurídica, que gerar dano a outrem tem a obrigação de repará-lo.

O art. 186 do CC/02, aduz a responsabilidade aquiliana³: “aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito” (BRASIL. 2002). Desta feita, sempre que houver violação de direitos e deveres de abstenção ou omissão, haverá a ocorrência de responsabilidade extracontratual, desde que presentes os pressupostos da responsabilidade, analisados no item 2.4.

Para o presente estudo é de suma relevância pontuar duas diferenças específicas entre a responsabilidade contratual e a responsabilidade extracontratual: a fonte da responsabilidade e a gradação da culpa.

Quando se versa sobre fonte do dever de indenizar e/ou ressarcir, aduz-se que, a responsabilidade contratual nasce de um acordo entre as partes ao passo que a responsabilidade extracontratual surge de uma violação de um acordo de não gerar dano, seja esse dano extrapatrimonial ou patrimonial (*neminem laedere*), contido no art. 186, do CC/02 (Azevedo, 1998). Todavia, quando se versa sobre a gradatividade da culpa na responsabilidade civil, seja ela contratual ou extracontratual, deve-se atentar para o fato de que ambos se fundam na culpa (*latu sensu*).

Ocorre que, quando se estuda sobre culpa, na responsabilidade civil, é preciso diferenciar as situações e relações nas quais a existência de culpa (negligência, imprudência, imperícia ou dolo) são dispensadas e quando são essenciais para a configuração do dever de indenizar ou ressarcir. Dessa forma, detalha-se a seguir os diferentes tipos de responsabilidade baseadas na culpa do agente gerador do dano/lesão.

2.3. Responsabilidade subjetiva e objetiva.

Com base na teoria clássica, a responsabilidade civil decorre da existência de culpa, a denominada teoria da culpa, na qual somente há responsabilidade do agente se a conduta geradora do dano ou lesão advir da culpa ou do dolo do agente (GONÇALVES, 2018).

Predominantemente, deve-se considerar a responsabilidade como subjetiva devido ao fato de que o Código Civil acolheu o sistema da responsabilidade subjetiva. Esse “sistema de responsabilidade civil fundado na teoria subjetiva centra-se no ato ilícito, com os seguintes pressupostos: conduta culposa por parte do agente, dano e

³ Responsabilidade decorrente de um ilícito extracontratual.

nexo de causalidade entre a conduta e o dano” (PEREIRA, 2022, p.39).

Nessa perspectiva, Gonçalves (2018) esclarece que a responsabilidade subjetiva deve ser considerada como justa e necessária, não devendo se olvidar das hipóteses legais que preveem a responsabilidade objetiva, isto é, prescindidas de culpa. Em contrapartida, Lisboa (2017) entende que a vítima, muitas vezes, não tem como demonstrar a culpa do autor do ato ilícito, o que impossibilita a obtenção da indenização.

Assim, a responsabilidade objetiva, exige apenas a ação ou omissão do agente, o dano à vítima e a relação de causalidade entre os primeiros elementos.

Com fulcro na teoria do risco, toda pessoa que exerça alguma conduta comissiva ou omissiva que gere uma atividade, cria riscos a outrem. Se o risco imposto a outrem angariar algum proveito para o agente ativo, deve este reparar os danos e lesões gerados (GONÇALVES, 2017).

Entretanto, o risco não abarca as possibilidades de responsabilidade, cabendo ao legislador criar leis expressas que prescindem da existência de culpa para a geração de um dever de indenizar. No CC/02, pode-se verificar que o art. 927 traz expressamente a responsabilidade objetiva em seu parágrafo único (BRASIL, 2002):

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

Parágrafo único. Haverá obrigação de reparar o dano, independentemente de culpa, nos casos especificados em lei, ou quando a atividade normalmente desenvolvida pelo autor do dano implicar, por sua natureza, risco para os direitos de outrem.

Devido a especificidade e a origem na previsão legal, a responsabilidade objetiva ensejou diversas teorias que a justificasse, no presente estudo será dado destaque a uma dessas teorias: a teoria do risco, a qual possui algumas vertentes⁴.

A vertente da teoria do risco criado, aplica-se quando o autor gera o risco em função de outra pessoa ou outra coisa, baseada no parágrafo único do art. 927 do CC/02. Tartuce (2022) exemplifica essa teoria ao citar o fato de um caso de vandalismo que ensejou no rompimento de cabos elétricos de uma concessionária de

⁴ Existem algumas vertentes que fundamentam a responsabilidade objetiva no direito brasileiro, sendo elas: o risco administrativo, cuja presença se verifica na responsabilidade objetiva do Estado, sacramentada no art. 37 § 6.º, da CR/1988 (TARTUCE, 2022).

transporte ferroviário, a qual excluiu a responsabilidade da concessionária do serviço em função de um terceiro ter materializado um risco mínimo preexistente.

Reitera esse posicionamento o julgado do STJ:

“[...] para a responsabilidade objetiva da teoria do risco criado, adotada pelo art. 927, parágrafo único, do CC/02, o dever de reparar exsurge da materialização do risco – da inerente e inexorável potencialidade de qualquer atividade lesionar interesses alheios – em um dano; da conversão do perigo genérico e abstrato em um prejuízo concreto e individual. Assim, o exercício de uma atividade obriga a reparar um dano, não na medida em que seja culposa (ou dolosa), porém na medida em que tenha sido causal” (STJ, REsp 1.786.722/SP, 3.^a Turma, Rel. Min. Nancy Andrighi, j. 09.06.2020, DJe 12.06.2020).

Existe também a teoria do risco da atividade profissional, a qual se afere quando a atividade exercida gera riscos aos direitos de outrem, cujo fundamento se encontra também no CC/02, no art. 927, parágrafo único (TARTUCE, 2022). .Acerca dos direitos de terceiros, destaca-se o teor do Enunciado n. 555 da VI Jornada de Direito Civil, promovido pelo Conselho da Justiça Federal em 2013, cujo escopo aduz que “os direitos de outrem’ mencionados no parágrafo único do art. 927 do Código Civil devem abranger não apenas a vida e a integridade física, mas também outros direitos, de caráter patrimonial ou extrapatrimonial”.

Por fim, destaca-se a responsabilidade decorrente da teoria do risco-proveito, a qual surge quando há um risco decorrente de uma atividade lucrativa. Tartuce (2022, p. 586) exemplifica tal teoria ao determinar que há responsabilidade objetiva fundamentada no risco-proveito quando “o agente retira um proveito do risco criado, como nos casos envolvendo os riscos de um produto, relacionados com a responsabilidade objetiva decorrente do Código de Defesa do Consumidor”.

O nascimento dessa teoria do risco decorre de necessidades da ordem social que se encontrava em desamparo em muitas situações em função do dever de comprovar a culpa do gerador do dano (PEREIRA, 2022). A teoria do risco versa sobre o dever do gerador do dano, aquele que por meio de um ato angaria danos a outrem, de arcar com a reparação: “É uma questão da causalidade material. *Responsável é aquele que materialmente causou o dano*” (Marty e Raynaud, 1961, *apud*, PEREIRA, 2022, p. 371).

Outro exemplo de previsão legal de responsabilidade objetiva são os arts. 4º e 14º, do CDC, os quais preveem de forma expressa a responsabilidade dos fornecedores tradicionais como objetiva, isto é, independente de culpa.

Diante de todo exposto, Carbonnier (1967, p.292, *apud* PEREIRA, 2022, p.45)

destaca ainda que para a aplicação da responsabilidade objetiva “não importa em nenhum julgamento de valor sobre os atos do responsável. Basta que o dano se relacione materialmente com estes atos, porque aquele que exerce uma atividade deve-lhe assumir os riscos”.

Desta feita, deve-se elencar as considerações de Reale, o qual versa no Projeto de Lei n. 634/75, ensejador do atual Código Civil Brasileiro (CC/02) sobre a coexistência de ambos tipos de responsabilidade dentro do ordenamento jurídico:

Responsabilidade subjetiva, ou responsabilidade objetiva? Não há que fazer essa alternativa. Na realidade, as duas formas de responsabilidade se conjugam e se dinamizam. Deve ser reconhecida, penso eu, a responsabilidade subjetiva como norma, pois o indivíduo deve ser responsabilizado, em princípio, por sua ação ou omissão, culposa ou dolosa. Mas isso não exclui que, atendendo à estrutura dos negócios, se leve em conta a responsabilidade objetiva. Este é um ponto fundamental (REALE, p. 177, 1975)

Assim, deve-se considerar a existência dessas duas formas de responsabilidade. Entretanto, se a lei não trouxer expressamente que deve existir a presença da culpa, deve-se considerar a responsabilidade como objetiva.

Considerando o exposto, analisa-se os pressupostos da responsabilidade civil para, posteriormente, configurar o dever de indenizar ou não pelos produtos e serviços eivados de defeitos e/ou vícios no marketplace.

2.4. Pressupostos da responsabilidade civil.

Nos termos do art. 186 do CC/02, tem-se a previsão dos pressupostos para a configuração da responsabilidade civil, seja ela contratual ou extracontratual: “Aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito”. Desta feita, extrai-se os seguintes pressupostos: ação ou omissão, compreendida como conduta lesiva; culpa ou dolo do sujeito ativo; nexos de causalidade; e dano.

2.4.1. A conduta lesiva

A responsabilidade ensejadora de um dever de indenizar advém de uma reação decorrente pela infração de um dever, seja um dever imposto pela lei ou pelo acordo entre os sujeitos, o contrato. Esse dever necessariamente deve ser uma obrigação capaz de criar normas de conduta (Fisher, 1938, *apud* MIRAGEM, 2022).

Diante disso, Miragem (2022) destaca que a conduta praticada pelo sujeito ativo é o primeiro dos requisitos para a configuração da responsabilidade civil. Destaca em suas pesquisas que a definição de conduta como ação ou omissão olvida a responsabilidade que prescinde a culpa, a objetiva, pois esta possui fulcro no risco assumido ou criado pelo causador do dano.

No que tange ao disposto no art. 186, do CC/02, tem-se a definição de uma conduta comissiva ou omissiva, impondo a necessidade de *animus* do agente gerador do ato de realizar a ação ou a omissão. Distingue, entretanto, o ânimo de gerar o dano (dolo) da imprudência, imperícia e negligência.

O dolo vem da perspectiva ampla de culpa, por esta acolher a imputação do comportamento do autor pela negligência, imprudência ou imperícia. Conforme destaca Miragem (2022, p. 154) que o dolo “é a vontade do agente dirigida à realização do dano. O agente, voluntariamente, por ação ou omissão, comporta-se tendo por propósito a realização do dano”. Esse ânimo de gerar o dano surge do ato voluntário do autor, o qual necessita a consciência de que esse ato pode gerar consequências danosas e antijurídicas a outrem.

Ao passo que a imprudência é entendida por Gonçalves (2018) como “ato de proceder sem cautela” (GONÇALVES, 2018, p. 328). Noutras palavras, a conduta pode ser configurada como imprudente desde que o autor possuísse condições de prever as consequências lesivas, ainda assim mantém a conduta geradora de dano (MIRAGEM, 2022).

Já a negligência é uma “inobservância de normas que nos ordenam agir com atenção, capacidade, solicitude e discernimento” (GONÇALVES, 2018, p. 328). Quando descumpridas as normas de diligência mínima, verifica-se a negligência, pois existe uma violação de um “critério [...] que razoavelmente se exige de certo padrão médio de conduta social, sem descuidar de qualidades pessoais do agente, seja seu conhecimento técnico, qualificação profissional ou mesmo experiência pretérita, a definir a caracterização do comportamento concreto exigível” (MIRAGEM, 2022, p.156).

A imperícia, por sua vez, é a “falta de habilidade ou aptidão para praticar certo ato” (GONÇALVES, 2018, p. 328). Esse dever de ter perícia é exigível sempre que o autor possuir uma atribuição, qualidade profissional ou técnica e que sem exercê-la de forma adequada incorre em danos a outrem.

Quanto às condutas vinculadas à responsabilização objetiva, tem-se que,

apesar de genérica, a conduta geradora de dano deve ser vinculada a atividade ou posição exercida pelo sujeito ativo (MIRAGEM, 2021). Um exemplo é a condição do fornecedor, nas relações de consumo, que exerce atividade habitual de vender produtos ou serviços e possui uma posição de privilégio frente aos consumidores devido às vulnerabilidades que os acometem, assumindo o risco-provento ao pôr em circulação bens que estejam munidos de defeitos, ainda que não aparentes e aferíveis de forma facilitada.

Ainda nessa perspectiva, Larenz, destaca que: “Essencial é que a ação ou omissão seja, em abstrato, controlável ou dominável pela vontade do homem. Fato voluntário equivale a fato controlável ou dominável pela vontade do homem”. Ao passo que Rodrigues defende que: “[...] a ação ou omissão do agente, que dá origem à indenização, geralmente decorre da infração a um dever, que pode ser [...] contratual (venda de mercadoria defeituosa, no prazo da garantia) e social (com abuso de direito: denúncia caluniosa)”.

A configuração da conduta omissiva depende da existência de um dever de agir que ao ser descumprido gera danos. Esse dever de agir pode ser legal ou convencional, em regra. Por exemplo, o fornecedor acorda em contrato com o consumidor que irá entregar o produto adquirido em 15 dias úteis, há um acordo de que o fornecedor tem um dever de agir, de entregar o item.

Caso o fornecedor não exerça o dever assumido, ele estará incorrendo em uma omissão ensejadora de dano. Outro exemplo é quando a lei impõe que o fornecedor atue de determinada forma, mas esse não o faz. Isso ocorre quando o fornecedor deixa de informar ao consumidor detalhes e particularidades do produto.

Gonçalves aponta os casos de omissão geradora de dano indenizável:

A responsabilidade civil por omissão, entretanto, ocorre com maior frequência no campo contratual. [...] Para que se configure a responsabilidade por omissão é necessário que exista o dever jurídico de praticar determinado fato (de não se omitir) e que se demonstre que, com a sua prática, o dano poderia ter sido evitado. O dever jurídico de agir (de não se omitir) pode ser imposto por lei (dever de prestar socorro às vítimas de acidente imposto a todo condutor de veículo pelo art. 176, I, do Código de Trânsito Brasileiro) ou resultar de convenção (dever de guarda, de vigilância, de custódia) e até da criação de alguma situação especial de perigo (GONÇALVES, 2021, p. 34).

Assim, o fornecedor ao decidir por um não agir, também pode violar os direitos dos consumidores e incorrer na prática lesiva, gerando danos (vide item 2.4.3).

Entretanto, é muito importante estudar o que vincula a conduta com o dano, o dito nexos de causalidade.

2.4.2. O nexos de Causalidade

O denominado nexos de causalidade entre a conduta e o dano, nos termos da responsabilidade civil objetiva, foco do presente estudo, é entendido por Miragem como “vínculo lógico entre determinada conduta antijurídica do agente e o dano experimentado pela vítima, a ser investigado no plano dos fatos, para a identificação da causa apta a determinar a ocorrência do dano” (Miragem, 2021, p. 131).

Esse vínculo entre o ato ilícito ou o não cumprimento contratual e o dano é denominado de nexos causal. É o fato gerador que vincula o dano à culpa ou ao risco, angariando o dever de indenizar. Teixeira (2015, p. 192), destaca que:

O vínculo gerador da responsabilidade civil tem o objetivo de determinar o autor da lesão e o teor da responsabilidade, delineando os limites da atuação do autor ou da lei. Entendimento que anda junto da visão de Miragem:

O nexos causal indica que o fato lesivo deve ser decorrente da ação danosa. São vários os danos que afetam as pessoas; no entanto, o dever de indenizar nasce apenas quando for possível estabelecer um nexos de causalidade entre a conduta do agente e o resultado danoso. Por isso, para que se configure a obrigação de indenizar, não basta que o agente tenha atentado contra uma norma ou criado um risco; é preciso verificar se há um nexos causal que ligue a conduta do agente, ou sua atividade, ao dano injustamente experimentado pela vítima. Na esfera da responsabilidade civil, o nexos de causalidade tem a função de permitir determinar a quem se deve atribuir um resultado danoso. A determinação do nexos de causalidade na responsabilidade civil tem duas funções: identificar quem é o autor material do dano, aí compreendidos não apenas quem desenvolveu atuação direcionada à realização do dano, como também o conteúdo da responsabilidade, delimitando até onde este autor, ou a quem a lei expressa atribua o dever de indenizar, irá responder (Miragem, 2021, p. 132).

Assim, é necessário que a conduta lesiva tenha vínculo com o dano suportado pela vítima. Para tanto, detalha-se o dano dentro da responsabilidade civil.

2.4.3. O dano

Não há reparação se não houver prejuízo. Conforme Miragem, “O dano concentra o desenvolvimento contemporâneo da responsabilidade civil”. Possui tamanha relevância que é chamado de “um direito de danos” (MIRAGEM, 2022, p. 93).

Diante disso, o dano como pressuposto para a responsabilização civil pode ser

patrimonial ou moral.

São danos patrimoniais aqueles que aferem à vítima prejuízos econômicos imediatos ou impeçam a vítima de conseguir alguma vantagem econômica. Quando se versa em prejuízos econômicos está se referindo a danos emergentes, devido a redução do patrimônio da vítima. “Há, pois, um empobrecimento da vítima, decorrente da violação de direito praticada pelo agente” (MIRAGEM, 2022, p. 102).

É dever da vítima demonstrar o montante relativo aos danos gerados pela conduta lesiva. Utiliza-se a teoria da diferença nessa verificação, pois o ressarcimento do dano emergente procura devolver à vítima o valor de seu patrimônio antes da ocorrência do dano.

Esse também é o entendimento de Miragem (2022, p. 102):

Os danos emergentes devem ser demonstrados pela vítima e são calculados sobre o valor dos bens e direitos lesados ao tempo do fato, uma vez que por esse valor se compreendem no patrimônio da vítima quando ocorre a lesão. Essa noção apoia-se na teoria da diferença, pela qual o dano corresponde ao resultado aritmético do patrimônio da vítima antes da lesão e aquele posterior à lesão.

A parcela que foi dirimida do patrimônio da vítima é o dano emergente. Entretanto, nem sempre é possível verificar o valor exato que foi perdido quando há dano ao patrimônio e o valor necessário para a restituição do direito ou do patrimônio perdido.

Muitas vezes a perda de patrimônio acompanha (ou não) a perda de valores futuros, ou seja, de lucro. Denomina-se de lucro cessante o montante a ser compensado à vítima pelo lucro que ela deixou de conseguir em função do dano decorrente da conduta do agente.

Fischer (1938, *apud* MIRAGEM, 2022, p. 48) pontua que “não basta, pois, a simples possibilidade de realização do lucro, mas também não é indispensável a absoluta certeza de que este se teria verificado sem a interferência do evento danoso”. Assim, o lucro cessante é a frustração da expectativa de lucro. “É a perda de um ganho esperado” (GONÇALVES, 2018, p. 374). Em resumo, os lucros cessantes são a perda de um enriquecimento lícito e válido diante da conduta lesiva ou abusiva de outrem.

Quando se parte para a esfera moral, tem-se que os danos suportados pela vítima se relacionam à deterioração ou perda total de um bem jurídico sobre o qual a

vítima tenha algum direito ou interesse.

Nesse momento, entende-se como bem jurídico aqueles atributos vinculados à personalidade ou à integridade da vítima. Refere-se a violações de direito puramente, sem que seja necessário a verificação de prejuízo financeiro.

O dano extrapatrimonial, contudo, por se tratar de afetação anímica – ou, em sua visão mais larga, de um prejuízo causado à coletividade –, nem sempre poderá ser objeto de prova, como condição para o seu reconhecimento. O que se submete a criterioso processo de produção de prova é a violação do direito, os fatos que dão causa à afetação da personalidade, cujo dano extrapatrimonial que daí resulta será presumido (MIRAGEM, 2022, p.104).

Em caso de danos não monetários, há também a chance de edição espontânea. Esse é um feito corretivo natural, como no caso de exigir contrapropaganda⁵ para corrigir anúncios enganosos ou inadequados conforme previsto no CDC.

Mas, de modo geral, a reparação do dano moral é pecuniária, em que ninguém busca remunerar a dor da vítima, mas tenta-se compensar a dor que teve tentando dar à parte lesada a oportunidade de obter o que ele suportou por seu sofrimento. Quem decidirá se a reparação deve ser pecuniária ou não, e o valor a ser custeado, é o juiz da causa, tendo, portanto, papel importante nos casos de reparação por danos morais.

Deve-se estudar a realidade existencial e a extensão do dano moral ocorrido. Não se pode esquecer que o dano moral pode ser cumulado com o dano material, mas este último não é essencial para que o primeiro ocorra.

Com base em todo exposto, permanece a necessidade de aprofundamento do tema, versando-se sobre a responsabilidade civil nas relações de consumo.

⁵ A contrapropaganda é comunicação que mensagem que possa anular ou ao menos desmentir o conteúdo enganoso anteriormente produzido (NUNES, 2019).

3. Responsabilidade Civil nas relações de consumo

As relações de consumo são muito antigas, já que o comércio é uma das formas de trabalho e desenvolvimento social mais antigas. O CDC é promulgado em 1992, e vem para sacramentar a responsabilidade por atos ilícitos dentro das relações de consumo. Tartuce exemplifica uma atividade que inicia de forma lícita, mas encontra seu fim em uma ilicitude:

[...] a atividade de colocar um brinquedo no mercado é lícita; todavia, se esse brinquedo apresentar um problema de mau funcionamento, estará presente o vício de qualidade do produto, respondendo o fabricante e o comerciante solidariamente nos termos do art. 18, caput, da Lei n. 8.078/1990. Ainda a título de exemplo, essa mesma atividade relativa ao brinquedo pode ocasionar danos morais e estéticos às crianças ou a outros consumidores, presente o fato do produto, respondendo, portanto, o fabricante, nos termos do art. 12, caput, da citada norma consumerista. Nas duas situações expostas, a atividade desempenhada de forma lícita em um primeiro momento gerou o ilícito pelo dano e pela lesão de direito alheio. Esse é o mesmo espírito do art. 927, parágrafo único, do Código Privado, quando menciona a atividade normalmente desenvolvida ou desempenhada (TARTUCE, 2022, p. 588).

Salienta-se que o fato de a responsabilidade do fornecedor ser em qualquer caso objetiva não exime o consumidor da obrigação de provar o nexo de causalidade e dano. Entretanto, nesses casos cabe ao fornecedor atestar que o produto ou serviço está isento de vícios ou defeitos.

Neste capítulo, o foco será sobre a forma física de consumo, ou seja, sobre o ato de ir até o estabelecimento adquirir um produto ou contratar um serviço. Ao chegar nesse ponto, é importante esclarecer que para se caracterizar uma relação de consumo o CDC dispõe sobre a existência de quatro elementos: o consumidor, o fornecedor, o produto ou o serviço e a remuneração direta ou indireta.

Em um segundo momento será realizada a análise dos pressupostos da responsabilidade civil dos fornecedores, elencando a responsabilidade civil de fato e de serviço e pelo vício do produto e de serviço.

3.1. Sujeitos da relação de consumo

As relações de consumo, ensejam o vínculo necessário para a configuração de uma relação, muitas das vezes este sendo suficiente para a configuração do nexo de causalidade se houver prejuízos aos consumidores pela conduta dos fornecedores; por defeitos ou por vícios nos produtos ou serviços ofertados e fornecidos. Assim, é preciso destacar e esmiuçar os elementos objetivos e subjetivos

da relação de consumo, considerando as disparidades decorrentes das vulnerabilidades dos consumidores.

Grinover pontua os elementos formadores de uma relação de consumo e considera um elemento essencial em sua análise: a discrepância de poder técnico, informacional, jurídico e fático entre os elementos subjetivos dessa relação, conforme demonstra-se:

Pode-se dessarte inferir que toda relação de consumo: a) envolve basicamente duas partes bem definidas: de um lado, o adquirente de um produto ou serviço (“consumidor”), e, de outro, o fornecedor ou vendedor de um produto ou serviço (“produtor/fornecedor”); b) tal relação destina-se à satisfação de uma necessidade privada do consumidor; c) o consumidor, não dispondo, por si só, de controle sobre a produção de bens de consumo ou prestação de serviços que lhe são destinados, arrisca-se a submeter-se ao poder e condições dos produtores daqueles mesmos bens e serviços (GRINOVER, 2018, p. 26).

Desta feita, esmiúça-se tais elementos com o intuito de responder durante o estudo aqui desenvolvido: qual a responsabilidade dos fornecedores no comércio eletrônico, concedendo enfoque aos fornecedores intermediários, as plataformas de divulgação de produtos e serviços: os *marketplaces*.

3.1.1. Fornecedores

A compreensão do conceito de fornecedor dentro de uma relação de consumo, seja ela extracontratual ou contratual, deve ser analisada com base nos fundamentos do CDC. Dessa forma, é importante elencar a perspectiva dos sujeitos que participaram da elaboração do CDC, promulgado em 1991:

Tem-se, por conseguinte, que fornecedor é qualquer pessoa física, ou seja, qualquer um que, a título singular, mediante desempenho de atividade mercantil ou civil e de forma habitual, ofereça no mercado produtos ou serviços, e a jurídica, da mesma forma, mas em associação mercantil ou civil e de forma habitual (GRINOVER, 2018, p. 48).

A definição de fornecedor também está prevista no CDC, em seu art. 3º, *caput*. Tal dispositivo mostra que o fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada que desenvolve atividade de produção, montagem, comercialização de produtos ou prestação de serviços. Assim sendo, mostra que a atividade com atos continuados e habituais é o que caracteriza alguém como fornecedor.

Diante da previsão do art. 3º, é possível concluir que o legislador buscava

ampliar a definição de fornecedor, pois trouxe de maneira exemplificativa as atividades que poderiam se enquadrar no conceito de fornecedor. Assim, que o legislador almejava incutir uma amplitude à definição de fornecedor, visto que elencou de forma exemplificativa as atividades exercidas pelo profissional imerso na relação de consumo como parte menos vulnerável. (MARQUE, 2021).

Para Bessa (2020, p.16), "toda pessoa que exerce uma das atividades descritas no art. 3º, caput [...] pode se encaixar no conceito de fornecedor". É suficiente, portanto, que o fornecedor preste um serviço ou forneça produtos objetivando alcançar o lucro - por meio de uma vantagem direta ou indireta.

Desse modo, Marques destaca o fornecimento de produtos e de serviços da seguinte forma:

Quanto ao fornecimento de produtos, o critério caracterizador é 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. 3.º do CDC foi mais concisa e, portanto, de interpretação mais aberta: menciona apenas o critério de desenvolver atividades de prestação de serviços. [...] bastando que esta atividade seja habitual ou reiterada. [...] (MARQUES, 2016, p. 420)

Diante disso, é suficiente que haja habitualidade para a configuração do papel de fornecedor, pois "não apenas o anunciante (comerciante, fabricante, importador) está sujeito à disciplina da publicidade do CDC, mas também a agência publicitária, o veículo (jornal, televisão) e até mesmo as celebridades (influenciador digital)" (BESSA, 2021, p. 16).

Além disso, deve-se atentar para a compreensão de que são fornecedores as plataformas intermediadoras das relações de consumo, como as redes sociais e os *marketplaces*. Isso acontece devido a cadeia de consumo, na qual é possível ter mais de um fornecedor (Teixeira, 2015). Gmach (2018, p. 02) traz a acepção de marketplace ao compará-lo a um "grande shopping center na internet", pois é suficiente que o consumidor acesse um site de compras renomado para encontrar uma diversidade de produtos e marcas.

Ao passo que Sampaio (2018) destaca que o marketplace é uma plataforma virtual, geralmente mediada por grandes empresas com muito tráfego e reputação no

mercado, e oferece espaço em sua plataforma virtual (loja virtual) para que pequenos lojistas possam se cadastrar e vender seus produtos. São exemplos: MercadoLivre, Amazon, B2W (fusão entre Lojas Americanas e Submarino, Livraria Saraiva e Walmart).

Marketplace, portanto, é um intermediário que tem um papel muito ativo nas relações de consumo, pois é ele quem faz com que todo o processo de venda, inclusive o pós-venda, chegue ao contato direto com o consumidor. Mesmo que não seja o responsável pelo envio do produto, seu recurso promocional representa um ponto importante na relação com o consumidor (Teixeira, 2015).

Apenas requerem que o fornecedor pague à plataforma uma comissão ou uma taxa pela execução de todo o processo de vendas. O intuito da criação de plataformas de divulgação de produtos e serviços digitais é ampliar as vendas, diminuindo a insegurança do consumidor nas transações realizadas com pequenos fornecedores (GMACH, 2018).

Com o objetivo de elucidar o novo modelo de negócio possibilitado por essas plataformas, destaca-se que esses shoppings virtuais não possuem ou controlam as mercadorias; não fornecem os serviços adquiridos pelos consumidores; pois sua função é conceder um serviço de exposição de produtos e serviços ao fornecedor por meio de uma remuneração direta: vendas completas e detalhes sobre os fornecedores (TEIXEIRA, 2015).

Destaca-se que esses sites não comercializam somente os produtos de fabricação própria, devido a inclusão de “diversas lojas, que usam da confiabilidade, estrutura e capilaridade daquele site para oferecer os seus produtos, dando ao consumidor o conforto de encontrar uma gama gigantesca de produtos, dos mais diversos departamentos, dentro de um mesmo lugar” (GMACH, 2018, p. 02).

O *marketplace* não direciona o consumidor para *sites* de terceiros, e ao centralizar toda a experiência na plataforma, o consumidor torna-se cliente do *marketplace* por estar diretamente relacionado a ele, mesmo quando o lojista terceirizado entrega o produto. Desta forma, considerando que a plataforma de divulgação também está cumprindo o contrato firmado entre as duas partes, pode-se entender que o mercado é um membro da cadeia de abastecimento e, portanto, o fornecedor (Teixeira, 2020).

Assim, há um intermediador sempre que o modelo do negócio funciona como um conector entre o fornecedor direto e o consumidor. A interferência realizada pelo intermediador deve ser aferível, pois os benefícios para o fornecedor e para o consumidor são palpáveis. Tarcísio (2015, p. 136), “os sites facilitadores (intermediários) são aqueles que permitem a aproximação entre vendedores e compradores em ambiente virtual”.

Nesse sentido, sendo o *marketplace* um fornecedor intermediário, e as agências de publicidade ou empresas contratantes o fornecedor do serviço ou bem propriamente dito, deve-se considerar a incidência do parágrafo único do art. 7º do CDC, e o fato que essa imposição de solidariedade entre os fornecedores possibilitar que as redes interativas se enquadrem na definição do *caput* do art. 3º do CDC.

3.1.2. Consumidores

É possível encontrar a definição de consumidor no próprio CDC, em seu art. 2º, *caput*, traz que consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza do produto ou serviço como destinatário final. Diante disso, a compreensão de Marques (2019, RL-1.2) de que para haver a configuração do consumidor tradicional “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 o adquirir para revenda, não o adquirir para uso profissional”.

Essa definição, defendida pela teoria finalista, olvida aqueles que adquirem produtos ou serviços para o exercício de suas atividades. Considerando essa parcela da sociedade, o Enunciado n. 20 da I Jornada de Direito Comercial, de 2012, aprovou a interpretação doutrinária relativa à impossibilidade de aplicação do “Código de Defesa do Consumidor aos contratos celebrados entre empresários em que um dos contratantes tenha por objetivo suprir-se de insumos para sua atividade de produção, comércio ou prestação de serviços” (CFJ, 2013, p. 53). Ainda nessa seara, Grinover (2018, p. 26) destaca que “o consumidor está em situação de manifesta inferioridade ante ao fornecedor de bens e serviços”.

No outro lado do entendimento, nasce a teoria maximalista, ou objetiva, que determina como destinatário final toda pessoa que contrate um serviço, adquira um produto ou o utilize para uso próprio. Há independência da destinação econômica que

o serviço ou produto venha a ter. O único requisito técnico é que o consumidor deve ser o destinatário fático, pondo fim a cadeia de produção e a circulação do bem ou do serviço. Tanto as teorias finalistas e maximalistas são extremistas no ponto em que aquela desconsidera os fornecedores de pequeno porte acometidos por vulnerabilidades e está abrangendo uma totalidade de situações e casos que pode deixar os mais vulneráveis da relação ainda mais vulneráveis (SILVA, 2003).

A soma interpretativa do art. 2º, caput, com o art. 4º, inciso I, ambos do CDC, possibilitou a extração do finalismo aprofundado: a existência de ao menos uma das vulnerabilidades que acometem os consumidores é um requisito essencial para a configuração de consumidor na relação de consumo. Assim, acontece a exclusão da proteção a sujeitos que não se enquadrem nas situações de vulnerabilidade, as quais são: vulnerabilidade técnica, vulnerabilidade fática, vulnerabilidade jurídica e a vulnerabilidade econômica (MARQUES, 2019).

No parágrafo único, há o conceito de consumidor por equiparação, que é a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo. Sendo assim, tal dispositivo mostra que havendo coletividade de pessoas, determinadas ou não, quando sofrem por práticas dos fornecedores, se equiparam aos consumidores.

Quando o legislador permitiu o ingresso do art. 17º no CDC, objetivava a configuração do caráter de consumidor a “todas as vítimas do evento”. O STJ reconheceu a relação de consumo de um fornecedor com o consumidor por equiparação em função de um acidente de consumo no qual o comerciante foi atingido por estilhaços de uma garrafa de cerveja:

1. Comerciante atingido em seu olho esquerdo pelos estilhaços de uma garrafa de cerveja, que estourou em suas mãos quando a colocava em um *freezer*, causando graves lesões. 2. Enquadramento do comerciante, que é vítima de um acidente de consumo, no conceito ampliado de consumidor estabelecido pela regra do art. 17 do CDC (*bystander*). 3. Reconhecimento do nexo causal entre as lesões sofridas pelo consumidor e o estouro da garrafa de cerveja. 4. Ônus da prova da inexistência de defeito do produto atribuído pelo legislador ao fabricante. (STJ, 3ª T., REsp. 1.288.088/MG, Rel. Min. Paulo de Tarso Sanseverino, ac. 04.04.2014, DJe 11.004.2014.)

Theodoro Jr (2020, p. 66) destaca que “para os efeitos da responsabilidade pelo *fato do produto ou do serviço*, “equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento”, mesmo que não tenham negociado com o fabricante ou o revendedor.

Basta que tenham usado o produto e, por isso, tenham sido afetados por sua nocividade”.

Ao passo que o art. 29 traz as pessoas que tenham sido expostas a certas práticas comerciais, como a oferta e publicidade. Marques (2014) destaca que a extensão da interpretação de consumidor para todas as pessoas que estejam expostas às práticas comerciais se fundamenta no art. 4º, inciso VI 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: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995) [...]

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores; [...]

Isso ocorre em função do objetivo do legislador de prevenir e reprimir - com a responsabilização pela violação do referido dispositivo - os fornecedores que venham a realizar condutas abusivas passíveis de alcançar um número expressivo de potenciais consumidores. Esses potenciais consumidores, de acordo com o art. 29 do CDC, também podem ser vítimas das práticas comerciais abusivas a partir do momento em que podem ser “participantes indiretos da relação” (MARQUES, 2014, p. 403).

A mera exposição do indivíduo à prática comercial abusiva, enseja uma violação de direito e a configuração da relação de consumo. O requisito essencial, entretanto, para essa verificação é a existência de uma das vulnerabilidades que deve ser analisada de acordo com o caso concreto. Marques (2014, p. 405) exemplifica ao citar “o caso de um indivíduo que assiste a uma publicidade e é induzido em erro (art. 37, parágrafo 1º do CDC), mas que não contrata ou “utiliza o serviço” (art. 2º do CDC): mesmo assim ele é consumidor equiparado (parágrafo único do art. 2 e art. 29 do CDC)”. Diante disso, é possível inferir que existe uma tentativa de coibir as práticas abusivas de abuso de poder econômico (NETTO, 2020).

3.1.3. Dos produtos e serviços adquiridos através de uma remuneração

Já em relação aos produtos e serviços, no art. 3º, parágrafo 1º do CDC, classifica produto qualquer bem adquirido na relação de consumo. De acordo com o

dispositivo supracitado, o produto é “qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial”, nos termos do art. 79 a 84, CC/02.

Cabe salientar que o requisito da remuneração dos serviços (art. 3º, parágrafo 2º, CDC), utiliza-se para os produtos. Essa atividade do fornecedor deve ser remunerada, ainda que não envolva lucro direto, mas necessita de um “ônus” para o consumidor (BESSA, 2020).

No mesmo artigo, porém no seu 2º parágrafo, encontra-se a definição de serviço como atividade humana que proporciona benefícios ou satisfações para o adquirente, mediante remuneração. Entende-se as plataformas de anúncio de produtos, os marketplace, como uma prestadora de serviços, por serem “classificados como aqueles que disponibilizam seus recursos digitais para que terceiros os utilizem para eles próprios oferecerem bens e serviços” (COSSON, 2019, p.6).

A remuneração é elemento essencial para a configuração da relação de consumo, nos termos do art. 3º, parágrafo 2, do CDC. Acontece que apesar de a lei ser expressa na necessidade de haver remuneração pelo serviço ou produto, não há nenhuma exigência sobre a forma de remuneração.

A remuneração, portanto, pode ser direta ou indireta, o que, em última análise, acaba por abranger os vários brindes e gratuidades oferecidos pelo mercado (BESSA, 2020, p.22). Assim, é possível que a concessão de produtos ou serviços aparentemente gratuitos formem uma relação jurídica de consumo desde que possibilitem um ganho indireto ao fornecedor (TARTUCE, 2018). Um exemplo de relação de consumo tradicional, mas na qual a remuneração pelos serviços é indireta é a divulgação de produto ou marca para a aquisição de novos clientes.

A poupança é outro exemplo de serviço “gratuito” inicialmente, pelo fato de que o consumidor não arca com nenhum ônus financeiro. Ocorre que ao consumidor contratar o serviço da poupança ele cede ao banco o acesso ao dinheiro e a possibilidade de o banco utilizar desse valor em operações. Em troca dessa cessão de uso, como uma espécie de mútuo⁶, tem-se o pagamento dos juros sobre o valor depositado.

Cabe salientar que na relação entre o marketplace e os fornecedores o “negócio conta com a contraprestação de pagamento de taxas, daquilo que se vende,

⁶ O mútuo é o empréstimo de coisa fungível, como o dinheiro, conforme o art. 586, do CC/02 prevê.

ou por valor fixo de percentual já estipulado, em favor da plataforma” (COSSON, 2019, p. 6).

3.2. A responsabilidade civil nas relações de consumo

O CDC em sua estrutura sistêmica dividiu a responsabilidade do fornecedor em: responsabilidade pelo fato do produto e do serviço (art. 12 a 14 do CDC); e responsabilidade pelo vício do produto e do serviço (art. 18 a 20 do CDC). Diante dessas modalidades de responsabilidade, destaca-se a compreensão dos doutrinadores sobre defeito e vício.

Os fornecedores têm o dever legal de assegurar que os produtos e serviços colocados no mercado de consumo sejam de tal qualidade que não ponham em risco a saúde ou a segurança dos consumidores, salvo se os considerar normais e previsíveis pela sua natureza e previsibilidade dos resultados de risco.

Por outro lado, entre os direitos básicos do consumidor está a garantia legal de “efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e espirituais, pessoais, coletivos e difusos” causados pela falha de produtos e serviços a serem testados no mercado de consumo.

As regras sistematizadas do CDC para anormalidades encontradas em produtos ou serviços, doutrina denominada "acidentes de consumo", distinguem a responsabilidade pelos fatos do produto e do serviço, este último envolvendo o *Marketplace*; dependência de produtos e serviços, falha essa também frequentemente descrita como dependência por insuficiência (Theodoro Jr, 2020).

Nesse contexto da responsabilidade civil, há uma divisão quanto a origem dessa responsabilidade pode ser por fato ou vício. A semelhança entre estes dois meios é que sua responsabilidade é de natureza objetiva.

Em face de suas diferenças, na responsabilidade por vício há um descompasso entre o produto ou serviço oferecido e as legítimas expectativas do consumidor, já na responsabilidade por fato há um dano ao consumidor atingindo-o em sua integridade física ou moral. Portanto, em poucas palavras, pode se dizer que o vício afeta o produto enquanto o fato agride a própria pessoa do consumidor. Theodoro Jr (2020, p. 68) alude o vício devido ao fato de que “corresponde a uma falha interna da própria coisa, cujo efeito é um prejuízo meramente econômico, correspondente à sua impropriedade, inadequação ou desvalorização”.

Visão semelhante possui Sanseverino (2010, p. 118) ao determinar que “[...] nos *vícios* a responsabilidade civil reclama a ocorrência de “uma cadeia contratual a unir o consumidor e o fornecedor responsável; [...] a responsabilidade do fornecedor de produtos é mais restrita: substituição do produto, reexecução do serviço, rescisão do contrato, abatimento no preço, perdas e danos”.

Relaciona-se a questões intrínsecas do consumidor. Nesse viés, entra em questão a estipulação dos danos tanto materiais como morais, sendo os dois tutelados pela própria CR/1988 no seu art. 5º, inciso V. Segundo o pensamento de Miragem (2020), nesta matéria, compreende-se tanto danos a pessoa como a bens, prevalecendo a obrigação de ressarcimento nos casos de vício, falta ou insuficiência de informação em razão do bem ou do serviço. Lima (2020, p. 31) sustenta que “o vício seria um funcionamento anormal ou o não funcionamento do bem (produto ou serviço), bem como a quantidade equivocada (em relação à prometida) ou a perda do valor do bem”

A responsabilidade por vício pode ser solidária, estendida a todos que compõem o elo básico na colação de produtos no mercado, como mencionado no artigo sétimo, parágrafo único no Código de Defesa do Consumidor. A solidariedade, contudo, não impede que sejam analisados os nexos causais e o judiciário conclua pela responsabilidade de apenas um ente entre todos. Além disso, Sanseverino (2010, p. 118) traz que “no *defeito* do produto ou serviço o fornecedor responde perante o prejudicado, sem necessidade de qualquer vínculo contratual entre eles (CDC, arts. 12, 13 e 14)”.

Outro ponto necessário de ser discutido, é que o fato de estar diante de um vício do produto não exclui o direito à indenização por dano moral, visto que quando o produto ou o serviço se tornam impróprios para o fim a que se destinam, nasce o dever de indenizar.

Quando o foco é na responsabilidade de fato, também pode ocorrer de forma solidária. Uma outra em que a responsabilidade de fato não recai apenas no fornecedor é a responsabilidade subsidiária, contemplada no art. 13º do CDC. Nos dois casos de solidariedade, vício e fato, respondem aos mesmos procedimentos jurídicos, competentes especialmente no Código de Processo Civil (CPC).

A visão de Theodoro Jr (2020, p. 68) é de que “o *defeito* (*fato do produto* ou

serviço) pressupõe uma repercussão *externa*, consistente nos danos que podem afetar pessoas e patrimônios físicos ou morais, sem qualquer conotação contratual, podendo a vítima ser um simples terceiro”. Além disso, Lima (2020, p. 310), destaca que “o defeito é um vício acrescido de um problema extra, algo extrínseco, causador de um dano maior, como o prejuízo à saúde ou segurança do destinatário”.

Ainda, há exigências, relativas aos pressupostos da responsabilidade civil decorrente do fato, a qual engloba 03 (três) elementos, além da verificação da relação de consumo, sendo elas:

a) a existência do *defeito* do produto ou serviço; b) a ocorrência de uma lesão efetiva (dano ou prejuízo) suportada pela vítima (*eventus damni*), que pode afetá-la patrimonialmente ou moralmente; e c) a relação de causalidade entre o defeito ou vício do produto e a lesão a indenizar (THEODORO JR. 2020, p.71).

O CDC objetivou englobar no rol de sujeitos passivos da lide que responsabilizaria de forma objetiva e solidária àqueles fornecedores que fizeram parte da criação do produto ou da prestação efetiva do serviço. Excluindo todos os demais que venham a atuar na relação, pois os defeitos vem da fonte, do cerne do produto ou do serviço.

Ficam excluídos desse rol de responsáveis solidários: os comerciantes, entendidos como intermediários, na cadeia de consumo. Entretanto, se as hipóteses do art. 13, do CDC, forem verificadas, o comerciante, intermediário, será responsável: “[...] I – O fabricante, o construtor, o produtor ou o importador não puderem ser identificados; II – O produto for fornecido sem identificação clara do seu fabricante, produtor, construtor ou importador; e III – O vendedor não conservar adequadamente os produtos perecíveis” (BRASIL, 1992).

Entretanto, nas hipóteses do inciso I e II do art. 13º, o comerciante será responsável subsidiário apenas. Responsabiliza-se o comerciante por assumir o risco de colocar o produto ou serviço em circulação sem saber quem é o fornecedor original. Por fim, no inciso III, do art. 13, o comerciante agiu com descuido e não cumpriu com seu dever de zelar pelo produto ou serviço, sendo diretamente responsável pelo dano causado e pela respectiva reparação.

Em relação a prova do defeito do produto ou do serviço, é uma

responsabilidade do fornecedor e não do consumidor. Nesse caso, o consumidor provará apenas o dano sofrido e o nexo causal entre o dano e o produto ou serviço. A inversão do ônus da prova, nesse contexto, é necessário pois o fornecedor detém os meios técnicos da produção, podendo assim provar a inexistência do defeito.

Diante disso, segue a necessidade de estudar mais a fundo as questões que geram a responsabilidade (ou não) do fornecedor, marketplace, quando há violação dos direitos ou geração de dano material aos consumidores nas plataformas digitais.

4. Desenvolvimento legal sobre a responsabilidade civil nas relações de consumo virtuais

Antes de trazer a responsabilidade do fornecedor no *marketplace*, é importante ter um entendimento do meio em que essas duas partes, consumidor e fornecedor, estão envolvidos. Ambiente esse que se denomina comércio, na internet podendo ser chamado de comércio eletrônico ou *e-commerce* e suas peculiaridades.

Essa análise do conceito de comércio eletrônico traz as particularidades desse meio de negócio e impõe um estudo sobre a responsabilidade das plataformas existentes na internet e do marketplace. Assim, analisa-se as previsões sobre responsabilidade com fulcro no MCI.

Em um segundo momento, analisa-se as determinações da LGPD no que tange a responsabilidade dos controladores e fornecedores no meio digital, em específico, para que seja possível vincular esse estudo à responsabilidade civil dos marketplaces.

4.1. Peculiaridades do comércio eletrônico

A *internet* possibilita um mundo utópico onde as pessoas encurtam as distâncias físicas, conectando as pessoas mais distantes como se estivessem próximas umas das outras. Para que ocorra a participação efetiva e inserção da pessoa no chamado ciberespaço é necessário que o Estado promova a proteção de seus direitos e garantias fundamentais, não podendo as novas tecnologias servirem de meios para violação desses direitos (PANNAIN; PEZZELLA, 2015).

Concomitantemente, a internet, por possibilitar a aproximação dos indivíduos que estão geograficamente distantes, também possibilita o afastamento dos sujeitos no que tange à insegurança dos consumidores frente ao desconhecimento sobre quem é fornecedor e se as informações divulgadas nas plataformas digitais de venda são verídicas (Klee, 2014).

Essas relações travadas no meio digital se desenvolvem a distância, por via eletrônica, e possibilitam a extensão do alcance dos consumidores aos produtos e aos serviços anteriormente divulgados e ofertados no meio físico. Diante disso,

trazem a tona o comércio eletrônico que pode ser classificado da seguinte forma: *stricto sensu*, onde o contrato é executado por meio de um diálogo entre os computadores do remetente e do destinatário, ou seja, em rede; e *lato sensu*, que ocorre quando é executado por qualquer meio eletrônico.

No que tange o comércio eletrônico *stricto sensu*, Lorenzetti (2004) o define como “toda atividade que tenha por objeto a troca de bens físicos ou digitais por meios eletrônicos”. Essas relações ocorrem de diversas formas, concedendo-se ênfase neste estudo para as relações entre os consumidores propriamente ditos e os fornecedores dos produtos ou serviços (*Business to Consumer*) e as relações entre os fornecedores propriamente ditos e os intermediários, o marketplace (*Business to business*).

Deve-se atentar para o fato de que as relações travadas no marketplace, como na Amazon e no Mercado Livre, os consumidores e os vendedores necessitam assinar um Termos e Condições de uso para acessarem inicialmente a plataforma intermediária. Esse respectivo Termo é caracterizado à luz da codificação privada, trata-se de um contrato (Marques, 2021).

Considerando isso, é preciso destacar o entendimento do que é o comércio eletrônico. Coelho (2012), sustenta que o comércio eletrônico é a venda de produtos, virtuais ou físicos, ou a prestação de serviços realizada em ambiente virtual. Ele externa que tanto a oferta quanto a celebração do contrato é realizada por transmissão e recepção eletrônica de dados, podendo ocorrer por meio da internet ou fora dela. O comércio eletrônico consiste, portanto, no conjunto de operações de compra e venda de mercadorias ou prestações de serviços por meio eletrônico, ou as operações com conteúdo econômico, realizadas por intermédio de meios digitais.

A partir deste pensamento, fica evidente que o comércio realizado por meio da internet é uma extensão do comércio convencional. Porém, os comerciantes passaram a ter um raio de alcance maior tendo em vista que com a internet praticamente não há barreiras geográficas para os negócios, pelo menos quanto à divulgação.

Assim como o comércio eletrônico é uma continuação do comércio tradicional, no marketplace, há uma extensão dos comerciantes para as plataformas digitais a partir do momento que grandes empresas do comércio virtual cedem espaço em suas

plataformas para o anúncio de produtos e serviços fornecidos por terceiros (TEIXEIRA, 2021).

Essa extensão potencializa a desconfiança e insegurança quando a entrega do produto ou serviço adquirido e quanto a disponibilização de dados do cartão de crédito, o que deixa as informações do consumidor expostas, caso a plataforma de anúncio não seja oficial ou minimamente confiável (Melo, 2021). Quanto a isso, Marques destaca:

O pagamento por meio eletrônico pressupõe o envio de dados do consumidor para o fornecedor e aqui a desconfiança é grande. O grau de segurança da conexão (conexão segura) e do sistema de criptografia empregado deve ser informado para o consumidor de forma prévia, para que ele possa optar por este fornecedor ou um outro, Dessa maneira como meios outros de pagamentos devem ser permitidos. E mesmo se o pagamento transcorrer em ambiente seguro, os dados que o consumidor preencher para acessar o sítio do fornecedor ou determinada oferta também podem ser sensíveis. A proteção de dados, a certificação e a criação de ambientes e tecnologias seguras é questão de qualidade mínima daquele fornecedor que quer oferecer seus serviços e produtos na rede global (Marques, 2004, p. 98 e99):

Além disso, as empresas podem comercializar seus produtos e serviços em tempo integral, sem enfrentar as questões de limitação de horário para o funcionamento que ocorre quando se trata do comércio físico convencional. Pois os produtos e serviços “ficam disponíveis na rede durante as vinte e quatro horas do dia” e é suficiente um ‘click’ para que um produto ou serviço seja adquirido pelo consumidor, desde que haja cadastro prévio, com a identificação do consumidor pelo fornecedor (KLEE, 2014, p.63).

4.2. Responsabilidade civil no Marco Civil da Internet

Como demonstrado no presente estudo, a responsabilidade exige o cumprimento de requisitos para sua configuração. Analisou-se a responsabilidade civil e nas relações de consumo tradicionais. Tendo isso em mente, entra o uso da *internet* para fins comerciais e as particularidades da responsabilidade nesse meio de comércio. Dessa forma, destaca-se que:

[...] a internet proporcionou um aumento significativo no ambiente negocial. A rapidez na difusão do comércio eletrônico juntamente com a perspectiva de seu crescimento nos próximos anos demandou dos governantes novas

posturas de controle e de regramento. Ainda que não seja vontade de todos, certo é que esse meio de inter-relação chegou para ficar. Não há quem acredite que o mundo voltará à época em que o computador e suas tecnologias não existiam [...] (ROTUNDO, p. 14, 2017).

Tratando-se de uma relação comercial, não há nenhum espanto com o fato de que o CDC é utilizado como forma de regulação das relações na *internet*. Os direitos e deveres, já firmados nas relações físicas, aplicam-se também no ambiente virtual, pois mesmo que o local seja diferente a interação entre as partes e o contrato fechado é o mesmo.

Olhando apenas para o lado virtual, surge como legislação para esse mundo o Marco Civil da Internet (MCI), a Lei n. 12.965 de 2014. Estabelecendo parâmetros gerais acerca de princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil, além de determinar algumas diretrizes a serem seguidas pelo Poder Público sobre o assunto (BRASIL, 2014).

Em seu texto também há regras específicas a serem cumpridas por agentes que operam na *internet*, especialmente as dirigidas aos provedores de acesso e de conteúdo. Trazendo para os operadores do direito um caminho para se seguir, nas relações entre fornecedores e consumidores. Diante disso, o diálogo entre o Marco Civil da Internet e o CDC impõe que os fornecedores - sejam eles intermediários ou tradicionais - têm responsabilidade objetiva frente aos consumidores, nos termos do art. 12 e 14 do CDC (Magalhães, 2020).

Quando a relação de consumo ocorre por meio eletrônico, perfectibilizada pelo contrato, a responsabilidade de fato e de vício persistem, preponderando a responsabilização em relação a oferta e publicidade.

Nesse sentido, deve-se atentar para o disposto no art. 31, do CDC, o qual prevê os requisitos básicos para que a oferta divulgada pelos fornecedores seja lícita e não viole direitos dos consumidores:

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével. (Incluído pela Lei nº 11.989, de 2009)

Assim, Gonçalves (2018, p. 104) destaca que os sujeitos, tanto pessoa física

como jurídica, que venham a anunciar nos meios eletrônicos devem observar a presença das informações de forma clara, precisa, na língua brasileira (portugues), com informações objetivas sobre preço, qualidade, se há garantia, riscos à saúde, validade e origem do produto ou serviço, nos termos do art. 31, do CDC. Além disso, deve-se atentar para a identificação do fabricante do produto seguida de nome e endereço (art. 33, CDC).

O dever de informar (art. 4º, IV e art. 6º, III, CDC) de maneira adequada sobre o produto ofertado impõe que se essas informações forem incompletas ou obscuras, irá prevalecer o que for mais benéfico ao consumidor, conforme dispõe o art. 30 a 47 do CDC). Caso haja discrepância entre o produto, com suas devidas informações, ofertado e o produto fornecido ao consumidor, haverá a ocorrência de vício de qualidade.

Isso ocorre porque a disposição do art. 20, do CDC, no *caput*, destaca expressamente essa situação:

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 (grifo meu).

Essa previsão do CDC se estende para as relações realizadas nos meios virtuais, das plataformas de venda à distância. Entretanto o dever de informar, colocando as informações adequadas no anúncio publicitário ou na oferta é do fornecedor do produto. Gonçalves defende esse posicionamento, de que o *marketplace* (vide item 4.4) não tem responsabilidade quando o dever de informar na oferta for violado:

"Anote-se que essas cautelas devem ser tomadas pelo anunciante e fornecedor dos produtos e serviços, como único responsável pelas informações veiculadas, pois o titular do estabelecimento eletrônico onde é

feito o anúncio não responde pela regularidade deste nos casos em que atua apenas como veículo" (GONÇALVES, 2018, p. 105).

Iguala-se à inaplicabilidade da responsabilidade ao provedor da internet, prevista pelo MCI, sobre os conteúdos divulgados no meio cibernético (Gonçalves, 2018). Entretanto, existe o entendimento de que os provedores de internet possuem responsabilidade quando as informações propagadas em meio digital são inverossímeis, com base na Súmula 221 do Supremo Tribunal de Justiça, *in verbis*: “São civilmente responsáveis pelo ressarcimento de dano, decorrente da publicação pela imprensa, tanto o autor do escrito quanto o proprietário do veículo de divulgação”.

Essa Súmula será de extrema relevância para a continuidade do estudo, visto que os *marketplaces* são uma espécie de veículo de ofertas/informações sobre produtos.

Em contrapartida, existe o entendimento de que o provedor de conteúdo (como rede social) é o responsável pelos danos decorrente das informações postadas na plataforma por terceiros, fornecedores propriamente ditos, se ele souber previamente que essas informações estão equivocadas ou que o teor das informações é ilícito. Deve-se exigir a tomada de determinada diligência para atuar, confirmando a ilegalidade da informação com fontes seguras (REINALDO FILHO, 2005).

Lorenzetti (2004) compreende que deve ser observada a razoabilidade de uma teoria intermediária. A regra da responsabilidade seria a seguinte: o provedor somente seria responsabilizado se ele tivesse condição de equacionar a ilegalidade do conteúdo da informação ou verificar o dano do terceiro.

Essa teoria intermediária é compreendida por Gonçalves (2018, p. 79) como: “o previsível se avalia de acordo com o grau de atenção exigível do homem médio. Assim sendo, a obrigação de diligência é aferida pelo padrão médio de comportamento, um nível de diligência considerado normal, conforme a sensibilidade da sociedade”. Nesse sentido, o MCI estabelece que os provedores não serão responsáveis por danos causados por conteúdo produzido por terceiros, a menos que, mediante ordem judicial específica, o provedor não tome providências para identificá-lo como prejudicial para conteúdo indisponível, nos termos do art. 19.

Outra forma de regulamentação para esse meio digital é a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) que se torna, indiscutivelmente, um grande avanço no

cenário nacional quanto à proteção de dados de pessoas físicas. Tendo em vista que, mesmo a LGPD tendo um alcance que vai além do e-commerce, sem sombra de dúvidas, é nesse ambiente de compras digital que a lei nacional tem um terreno muito fértil quanto à sua aplicação.

4.3. Responsabilidade Civil na Lei Geral de Proteção de Dados

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) (Lei n. 13709/18) traz o regramento do tratamento de dados pessoais de forma exemplar. Conceitua dados pessoais como toda e qualquer informação que possa identificar o seu titular, sendo elas: nome, CPF, RG, endereço residencial, dados bancários, entre outros (art. 5, inciso I, da LGPD).

Considerando isso, destaca-se que um dos meios nos quais deve haver o zelo previsto por essa legislação, sobre as informações pessoais, é o meio digital (Lima, 2020). Assim, quando se fala de uma relação de consumo entre os marketplaces e os fornecedores propriamente ditos, se fala de uma relação entre controlador⁷ e operador⁸, respectivamente; restando para os consumidores o papel de titulares dos dados pessoais⁹.

Dentro dessa relação, tem-se que a LGPD traz expressamente a aplicação do CDC quando houver relação de consumo entre os agentes de tratamento e os titulares dos dados pessoais, nos termos do art. 45, da LGPD. Dentro dessa visão, é possível definir que quando ocorre um desequilíbrio entre as partes, pressuposto para a existência de relação de consumo com as vulnerabilidades dos consumidores, deve existir um tratamento diferenciado, com vistas a equilibrar a relação (Marques, 2020).

Quando não há incidência do CDC, é preciso analisar a situação fática, pois a própria LGPD traz regras que objetivam equilibrar o poderio da relação entre os agentes de tratamento e os titulares. O art. 44 da LGPD, destaca que um tratamento de dados é irregular quando trouxe insegurança para o seu titular ou não obedecer a lei.

O art. 44 da LGPD, portanto, se assemelha ao art. 14, § 1o, do CDC, pois

⁷ São considerados controladores os sujeitos que fornecem as ordens sobre como, quando e quais dados devem ser tratados (art. 5º VI, da LGPD);

⁸ É considerado operador o sujeito que executa as ordens do controlador (art. 5º, inciso VII, da LGPD).

⁹ Isso acontece porque os consumidores são, em regra, pessoas físicas e a LGPD somente se aplica ao tratamento de informações pessoais de pessoas naturais.

enquanto a LGPD não traz expressamente o termo de vício ou defeito, ela prevê uma falha na prestação do serviço. Isso se verifica nas relações de consumo, há responsabilidade quando há falha na prestação do serviço, seja na entrega do produto, na sua qualidade, na quantidade, das informações, entre outros.

Além disso, é necessário considerar que as relações existentes entre os agentes de tratamento do marketplace e os consumidores envolvem dados pessoais. A plataforma do marketplace trata dados dos consumidores, pois os capta, armazena e transfere ao fornecedor. Ao realizar esses atos, ela recebe uma remuneração do fornecedor, o que demonstra seu papel junto à relação de consumo, pois há uma remuneração do consumidor para o marketplace ainda que indiretamente.

Quanto a isso, considera-se o entendimento a seguir:

O STJ vem afirmando a aplicação do CDC a essas relações firmadas entre o titular da comunidade (site) e o usuário, entendendo que se trata de exploração comercial da internet, independentemente de haver remuneração, pois o fornecedor ganha indiretamente, tendo em vista os anúncios publicitários ali realizados, sem prejuízo de outras fontes de renda. Além disso, o tribunal afirma que não é atividade intrínseca do provedor de conteúdo a fiscalização prévia do teor das informações e imagens postadas na comunidade virtual por cada usuário, sendo que isso não pode ser considerado serviço defeituoso, de acordo com o art. 14 do CDC. Tendo em vista a subjetividade do que pode ou não ser ofensivo, a fiscalização pelo provedor seria como delegar o juízo de discricionariedade sobre o conteúdo das informações aos provedores (TEIXEIRA, 2021, documento eletrônico)

Diante disso, entende-se que a responsabilidade civil dos agentes de tratamento é, sim, objetiva, como no CDC. Analisa-se a seguir a responsabilidade unicamente do marketplace frente aos vícios e defeitos dos produtos.

4.4. Responsabilidade civil dos marketplaces frente aos produtos ofertados

E exatamente quando se fala de dano, que para o direito significa uma lesão a um bem jurídico de natureza patrimonial ou moral, é onde o estudo sobre responsabilidade civil do fornecedor na internet tem grande relevância. Pois é nessa seara que se inclui, conjuntamente, a responsabilidade dos intermediários nas relações de comércio.

O marketplace se trata de “um ambiente digital em que as operações de troca, compra e venda e prestação de serviços ocorrem com suporte de equipamentos e programas de informática, por meio dos quais se possibilita realizar a negociação, a

conclusão e até a execução do contrato, quando for o caso de bens intangíveis” (GMACH, 2028, p. 3).

A lei brasileira de defesa do consumidor criou um sistema que enfatiza a responsabilidade civil do fornecedor com base em um único fundamento que estabeleceu a responsabilidade contratual e extracontratual do fornecedor: “a regra decorre do reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor e lhe garante uma mais ampla proteção dos danos, pois está liberado do ônus de prova da culpa do fornecedor” (SILVA, 2009, p. 123).

As regras de responsabilidade por acidentes (defeitos) de consumo, mais duras para os fornecedores e a favor dos consumidores, são separadas da parte que trata dos vícios. As seções 12, 13 e 14 da Lei de Proteção ao Consumidor estabelecem as provisões para acidentes de consumo. Em particular, os artigos 12.^o e 13.^o estabelecem regras destinadas a proteger os fornecedores/comerciantes, uma vez que limitam a solidariedade dos fornecedores/comerciantes em acidentes de consumo. O Prof. Tartuce (2018, p. 127), comentando os dois artigos, afirmou:

[...] a exceção à solidariedade atinge o [...] defeito, pelo que consta dos arts. 12 e 13 da Lei 8.078/1990. Isso porque ambos os comandos consagram a responsabilidade imediata do fabricante [...] e a responsabilidade subsidiária do comerciante.

Nesta derradeira hipótese, o site assemelha-se a um classificado, não acarretando nenhuma responsabilidade quanto à qualidade dos produtos negociados, a responsabilidade será apenas do vendedor anunciante. Mas quando o site cobra uma comissão, age como se fosse um leiloeiro e, neste caso, deveria garantir todos os produtos negociados, tornando-se, portanto, responsável perante o consumidor (TEIXEIRA, 2021).

Dessa forma, a empresa intermediária deveria conhecer os bens negociados, o que traria credibilidade ao seu site. Contudo, é a comissão recebida pelas vendas quem vai definir se o site é uma feira virtual, funcionando apenas como uma vitrine publicitária, sem responsabilidade pelos bens; ou se será um “leilão virtual”, com ônus da responsabilidade daí decorrente.

Porém, no mesmo raciocínio o intermediário recebendo ou não comissão sobre as vendas, quando a compra for realizada com o uso do sistema de gestão de pagamentos, oferecido e prestado pelo intermediário, haverá a responsabilidade pelo serviço realizado. Independe se é por defeito ou por vício neste serviço de gestão,

condizente aos artigos 14 e 20 do Código de Defesa do Consumidor (CDC).

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.

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.

Para uma demonstração de como se dá a utilização do código supracitado, quando tais direitos são violados e o sistema judiciário é provocado se tem a jurisprudência:

APELAÇÃO CÍVEL. DIREITO PRIVADO NÃO ESPECIFICADO. AÇÃO INDENIZATÓRIA. COMPRA DE VEÍCULO EM LEILÃO PELA INTERNET. FRAUDE. LEGITIMIDADE PASSIVA CONFIGURADA. FALHA NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO. RISCO DO NEGÓCIO. RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA PELOS DANOS MATERIAIS CAUSADOS AO CONSUMIDOR. DANO MORAL. [...]2. Responsabilidade civil: hipótese em que o autor logrou se desincumbir do encargo probatório disposto no art. 373, inciso I, do CPC, na medida em que comprovou o nexo causal entre os danos suportados e o agir negligente das rés. Aliás, nos termos do art. 17, do Código de Defesa do Consumidor, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do eventos danosos decorrentes dos serviços prestados pelos seus fornecedores, daí porque, com base no 14, § 1º, do referido diploma, devem os requeridos responder pela inobservância da segurança que o autor poderia deles esperar. 2.1) Responsabilidade objetiva da ré LILIAMAR: responsabilidade objetiva da representante da empresa "Pestana Leilões" consubstanciada na falha na prestação dos serviços, em razão de não ter tomado as medidas acautelatórias necessárias ao cuidado com o uso de sua marca no ambiente virtual. Isso porque a fraude da qual foi vítima o autor ocorreu no site clonado "www.leilaopestana", que aparentava maior confiabilidade do que o próprio sítio eletrônico que possuía a ré, como domínio "www.leiloes.com.br", o que, naturalmente, induz o consumidor à suspeita de idoneidade quanto ao último, e não quanto ao primeiro, e caracteriza negligência quanto aos mecanismos de segurança a serem adotados em ambiente virtual, a fim de evitar fraudes com o uso de sua marca. 3) Responsabilidade solidária pelos danos materiais: na medida em que o Código de Defesa do Consumidor consagra, como regra, a responsabilidade solidária de todos os agentes econômicos integrantes da cadeia de fornecimento, a melhor interpretação da regra do art. 14, §3º, II, da legislação consumerista refuta a atribuição de responsabilidade exclusiva a um ou outro membro individualizado da cadeia. Caso concreto em que ambos os demandados detêm legitimidade e respondem, solidariamente, pelos danos materiais sofridos pelo autor quando do arremate em leilão fraudulento, realizado em endereço eletrônico similar ao da marca representada pela requerida. [...] APELAÇÃO PROVIDA. (Apelação Cível, Nº 50032599120208210086, Décima Segunda Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Umberto Guaspari Sudbrack, Julgado em: 14-12-2021).

Normalmente, nenhum consumidor irá à gerência de um shopping para reclamar de um defeito relacionado a um produto adquirido em sua loja. Nesses

casos, o consumidor irá diretamente à loja onde a venda for realizada. Porém, no caso das plataformas de marketplace, shoppings virtuais, a atenção dos consumidores está voltada para as marcas da plataforma e não para as marcas nela contidas, o que torna a plataforma um centro de reclamações e ações de consumo (PINHEIRO 2021).

Outrossim, quando se fala dessa responsabilidade solidária é importante mencionar outros dois artigos do Código de Defesa do Consumidor, sendo estes o 18 e 19. Os quais se referem exclusivamente aos fornecedores, nos casos de vícios de quantidade e qualidade do produto.

Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.

Art. 19. Os fornecedores respondem solidariamente pelos vícios de quantidade do produto sempre que, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, seu conteúdo líquido for inferior às indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou de mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha

Quanto ao marketplace, este deve seguir os requisitos previstos no art. 13 do CDC, com a identificação correta do fabricante do produto ofertado, não há razão para que seja imputado ao fornecedor intermediário a responsabilidade civil. Ora, objetiva atribuir a ele um dever de reparar um dano apenas pelo fato de que este possui poder econômico elevado, rompe o nexo de causalidade e o equilíbrio das relações de consumo.

5. Conclusão

A análise da responsabilidade civil nos meios digitais, em especial, no marketplace, impõe o estudo sobre a teoria geral da responsabilidade civil. A alusão e compreensão dos pressupostos da responsabilidade civil é essencial para a verificação de um dever de indenizar quando houver algum vício ou defeito nos produtos ofertados no meio digital.

A consideração dos elementos da relação de consumo, permitem deduzir que o marketplace é um fornecedor tradicional a partir do momento em que ele lucra, direta e indiretamente, com as ofertas e com a venda de produtos em sua plataforma. Assim, a percepção de que os sujeitos da relação, perfectibilizada pelo contrato, estão presentes, considera as particularidades dessa relação de consumo perpetuada no meio virtual: a insegurança quanto às informações publicadas nessas plataformas, a instabilidade no que tange ao conhecimento das informações relativas ao fornecedor de fato dos produtos e o receio de não receber o produto adquirido se fazem presentes constantemente nesse formato de consumo.

Em contrapartida, as decisões relativas aos provedores de internet retiram do provedor a responsabilidade frente aos conteúdos inseridos nas plataformas digitais sempre que o provedor não possuir mínimas condições de verificar a ilicitude ou a falha na concessão das informações sobre o produto ou conteúdo. Isso ocorre em função da diligência média.

Igualmente, aplica-se ao marketplace a responsabilização objetiva. Prescinde à existência de culpa pelo dano causado, pois se vale do risco-provento a partir do momento em que a plataforma lucra diretamente com o pagamento da mensalidade ou da comissão pelo produto ou serviço vendido pelo fornecedor e, também, lucra indiretamente, pelo tratamento dos dados dos consumidores.

Por fim, conclui-se que a responsabilização do marketplace fica adstrita a compreensão da diligência média, não cabendo a responsabilidade a uma plataforma que somente cede espaço de divulgação e oferta, sobre defeitos e vícios nos produtos. Salieta-se que a responsabilidade de fiscalização de seu sítio virtual impõe ao marketplace o dever de seguir as orientações do CDC e do CC/02, como exemplo, o nome do fornecedor do produto.

6. Referências

ALEJANDRE, Gemma Minero. ¿ Responsabilidad de Amazon por las ventas concertadas por terceros en su marketplace? Estudio de la cuestión a fecha de 2021 y perspectivas de futuro. **Revista CESCO de Derecho de Consumo**, n. 37, p. 33-50, 2021.

ALVES, José Carlos Moreira. **Direito Romano**. 17ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016. p. 579-594.

<https://scon.stj.jus.br/SCON/decisooes/toc.jsp?livre=MARKETPLACE&b=DTXT>.

ALVES, Fabrício Germano; DE MELO, Lucas Rodrigo Duarte. Responsabilidade civil por danos morais coletivos causados pela veiculação de publicidade enganosa nas plataformas de Marketplace. **Revista Vianna Sapiens**, v. 12, n. 2, p. 22-22, 2021.

BRAGA NETTO, Felipe Peixoto. **Manual de direito do consumidor: à luz da jurisprudência do STJ**. 15 ed. Salvador: Juspodvim, 2020.

BRASIL. **Superior Tribunal de Justiça**. Decisão monocrática no resp no 1.552.080. Relator: Ministra MARIA ISABEL GALLOTTI. Brasília, DF, 27 de maio de 2021. Diário de Justiça Eletrônico. Brasília. Disponível em:

BRASIL. Lei nº. 13.709, de 14 de agosto de 2018. **Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)**. Brasília, DF. Presidência da República, 2018. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm

BRASIL. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Brasília, DF. Presidência da República, 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm.

BRASIL. Lei nº. 12.965, de 23 de abril de 2014. **Marco Civil da Internet**. Brasília, DF. Presidência da República, 2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm.

CAPANEMA, Walter Aranha. A responsabilidade civil na lei geral de proteção de dados. **Cadernos Jurídicos**, São Paulo, ano 21, n. 53, p. 163-170, jan./mar. 2020.

CASSON, Vico Barbosa; MARQUES, Vinicius Pinheiro. O Impacto Dos Marketplaces Digitais Na Responsabilidade Civil. **Revista Jurídica do Ministério Público do Estado do Tocantins**, v. 1, n. 19, 2021.

CORDOVIL, Leonor. **Direito, gestão e prática direito do consumidor: a visão da empresa e da jurisprudência**. São Paulo Saraiva 2014 1 recurso online (GVLaw). ISBN 9788502228436.

COSTA FILHO, Venceslau Tavares. A cláusula geral de responsabilidade objetiva do Código Civil de 2002: elementos para uma tentativa de identificação dos pressupostos para a aplicação do parágrafo único do art. 927 do CC 2002. **Revista Brasileira de**

Direito Civil Constitucional e Relações de Consumo, 2011.

FERNÁNDEZ FLORES, Ricardo. La naturaleza jurídica de los Marketplace (Marketplaces Legal Nature). **Available at SSRN 2530418**, 2014.

FERREIRA, Mariana Martins Costa. RESPONSABILIDADE CIVIL OBJETIVA DO FORNECEDOR: UMA PERSPECTIVA DE DIFERENCIAÇÕES. **Salão de Iniciação Científica (21.: 2009 out. 19-23: Porto Alegre, RS). Livro de resumos. Porto Alegre: UFRGS, 2009.**, 2009.

GONÇALVES, Luís Eduardo Ribeiro; COLADELLO, Marcos Augusto Espinhosa. OS PRESSUPOSTOS DO DEVER DE INDENIZAR. **ETIC-ENCONTRO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA-ISSN 21-76-8498**, v. 14, n. 14, 2018.

GRINOVER, Ada P. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor - Volume Único, 12ª edição**. [Digite o Local da Editora]: Grupo GEN, 2018. E-book. ISBN 9788530982867. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788530982867/>. Acesso em: 22 nov. 2022.

GUIMARÃES, Luiz Ricardo. Responsabilidade Civil-Histórico e Evolução. Conceito e Pressupostos. Culpabilidade e Imputabilidade. **Monografia apresentada ao Programa de Mestrado em Direito, Bauru, 5 de fevereiro de**, 1999.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil Brasileiro**. 12a ed. São Paulo: Saraiva, 1998. v. 7: Responsabilidade Civil. 560 p.

AZEVEDO, Álvaro Villaça. **Curso de Direito Civil-** Teoria Geral das Obrigações. 7a ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1998.353 p.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor**: direito material e processual. 7. ed. São Paulo: Método, 2018.

SANSEVERINO, Paulo de Tarso Vieira. **Responsabilidade civil no Código do Consumidor e a defesa do fornecedor**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

GONÇALVES, Carlos Roberto. Responsabilidade civil. 19. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788553617173/pageid/56>. Acesso em: 21 nov. 2022.

JR., Humberto T. **Negócio Jurídico**. [Digite o Local da Editora]: Grupo GEN, 2020. E-book. ISBN 9788530992835. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788530992835/>. Acesso em: 21 nov. 2022.

LIMA, Cíntia Rosa Pereira D. **Comentários à Lei Geral de Proteção de Dados**. [Digite o Local da Editora]: Grupo Almedina (Portugal), 2020. E-book. ISBN 9788584935796.p. p. 297-326. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788584935796/>. Acesso em: 06 dez. 2022.

LISBOA, Roberto Senise. **Responsabilidade civil nas relações de consumo**. Saraiva Educação SA, 2017.

MALDONADO, Viviane Nóbrega; BLUM, Renato Opice. **LGPD – lei geral de proteção de dados – comentada**. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2021.

MARQUES, Cláudia Lima; DE LIMA, Clarissa Costa. **Direito civil: responsabilidade civil**, de Bruno Nubens Barbosa Miragem. Revista de Direito do Consumidor, p. 565-569, 2018.

MARQUES, Cláudia Lima. **Confiança no comércio eletrônico e a Proteção do Consumidor**: um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

MARTINS, Guilherme M. **Contratos Eletrônicos de Consumo, 3ª edição**. [Digite o Local da Editora]: Grupo GEN, 2016. E-book. ISBN 9788597008944. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597008944/>. Acesso em: 10 dez. 2022.

MARTINS, Guilherme Magalhães; FALEIROS JÚNIOR, José Luiz de Moura. **Compliance digital e responsabilidade civil na lei geral de proteção de dados**. In: _____; ROSENVALD, Nelson. Responsabilidade civil e novas tecnologias. São Paulo: Foco Jurídico, 2020.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 2. ed. rev. atual e ampl. São Paulo: Ed. RT, 2008. p. 395.

MONTENEGRO, Brunna Antunes. **Os limites da responsabilidade civil das facilitadoras de pagamentos nos bussiness-to-consumer**: a tutela jurídica frente aos danos causados por empresas estrangeiras de jogos online ao consumidor brasileiro. 2021.

NETO, Martinho Guedes Alcoforado. A APLICAÇÃO DA RESPONSABILIDADE CIVIL OBJETIVA DIANTE DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR NAS RELAÇÕES DE CONSUMO. **Revista de Direito UNIFACEX**, v. 5, n. 1, p. 29-41, 2014.

NUNES, Rizatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 13. ed. São Paulo: Saraiva, 2019.

PEREIRA, Caio Mário da Silva. **Responsabilidade civil** / Gustavo Tepedino. – 13. ed., – Rio de Janeiro: Forense, 2022. Inclui bibliografia e índice ISBN 978-65-5964-

492-6.

PEREIRA, Caio Mário da Silva. *Instituições de Direito Civil: introdução ao direito civil, teoria geral do direito civil*. 31. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2018, v. I, nº 78, p. 383 - 384.

SIMÃO FILHO, Adalberto et al. **Responsabilidade civil nas relações de consumo**. Editora Foco, 2022. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=oUR0EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=responsabilidade+civil+do+forne+cedor+na+internet+Claudia+lima+marques&ots=LtNyfeMnkd&sig=tMPTsMM3k1SLjw0bout2cjP6yFA#v=onepage&q=responsabilidade%20civil%20do%20fornecedor%20na%20internet%20Claudia%20lima%20marques&f=false>. Acesso em 12 out. 2022.

PINHEIRO, Patricia Peck. **Direito digital**, Saraiva, 2009. p. 189-190.

COELHO, Fábio Ulhoa. Curso de direito comercial: direito de empresa. 13. ed. São Paulo: Saraiva, 2012. v. 3. p. 47.

REINALDO FILHO, Demócrito. **Responsabilidade por publicações na internet**. Editora Forense, 2005. p. 211-212.

TARTUCE, Flávio. **Responsabilidade Civil**. [Digite o Local da Editora]: Grupo GEN, 2021. E-book. ISBN 9786559640959. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559640959/>. Acesso em: 10 dez. 2022.

TARTUCE, Flavio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor** – Direito Material e Processual. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2012. p. 127.

TEIXEIRA, MARIA LUISA CARVALHO. DELINEAMENTOS ACERCA DA RESPONSABILIDADE CIVIL DOS AGENTES DE TRATAMENTO DE DADOS FRENTE À LGPD. **PUCRS**, Porto Alegre, 2021.

TEIXEIRA, Tarcísio. **LGPD e e-commerce**. 2. São Paulo Saraiva 2021 1 recurso online ISBN 9786555598155.

SAMPAIO, Daniel. **Marketplace não é e-commerce!** Descubra a diferença e como conseguir resultados com essa ferramenta. Disponível em: [marketingdeconteudo.com/marketplace/]. Acesso em: 26.06.2018.

WERLANG, Ana Paula. Responsabilidade civil por produtos defeituosos: uma análise econômica. **Salão de Iniciação Científica (20.: 2008 out. 20-24: Porto Alegre, RS). Livro de resumos. Porto Alegre: UFRGS, 2008., 2008.**

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
FACULDADE DE DIREITO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

PARECER

Professora Orientadora: Dra. Antonia Espíndola Longoni Klee

Orientando: GUILHERME HENRIQUE VILLARREAL NAVARRETE

Guilherme Henrique Villarreal Navarrete procurou-me para orientá-lo em seu trabalho de conclusão de curso no início do ano letivo de 2022, quando as atividades universitárias voltaram ao ensino presencial. Inicialmente, o aluno objetivava escrever o trabalho sobre algum tema em Direito Penal, mas os professores da área já estavam com suas vagas de orientação preenchidas. A sugestão de que eu orientasse o trabalho do Guilherme foi dada pela Professora Dra. Marta Marques Avila. Desde logo, o aluno informou-me que tem dificuldades em compreender o Direito Civil desde o início do Curso de Direito. Realizou a disciplina de Direito do Consumidor, mas não cursou a disciplina de Responsabilidade Civil. Quando comecei a orientá-lo, o aluno havia escolhido o tema e realizado o pré-projeto sob orientação de outro Professor em Direito Penal. Durante algumas reuniões de orientação, sugeri que o Direito Digital fosse analisado sob o ponto de vista do Direito do Consumidor e das relações jurídicas estabelecidas pelo meio eletrônico. Assim, o aluno escolheu a nova delimitação de análise científica. Orientei-o a fazer um novo pré-projeto, com a delimitação da pergunta de pesquisa, hipótese, objetivo geral, objetivos específicos e referencial teórico. Sempre ressaltei a necessidade de aprofundamento teórico e doutrinário de seu trabalho, com base na consulta de fontes doutrinárias específicas e apropriadas. Por isso, indiquei a ele os principais autores a serem utilizados no desenvolvimento do trabalho, tais como Claudia Lima Marques, Bruno Miragem, Guilherme Magalhães Martins e Paulo de Tarso Vieira Sanseverino, entre outros autores. Sugeri a consulta aos artigos publicados na Revista de Direito do Consumidor. Da mesma forma, sugeri a bibliografia indispensável para a análise do tema e orientei-o a fazer a pesquisa bibliográfica no acervo da Biblioteca da Faculdade de Direito. Indiquei a utilização dos bancos de dados digitais disponibilizados pela Faculdade de Direito à comunidade acadêmica. O aluno demonstrou interesse e se dedicou à pesquisa, ao estudo e à análise do tema e à redação do trabalho escrito. Desde sempre se mostrou aberto ao recebimento de críticas e sugestões na melhoria do texto escrito, esforçando-se para fazer as alterações sugeridas. O texto escrito evoluiu bastante durante a orientação, pois o aluno foi dedicado e atento à tarefa. Guilherme tem conhecimento sobre o tema que se propõe examinar, embora o trabalho escrito pudesse ter analisado de maneira mais aprofundada a problemática jurídica exposta. Acredito que o domínio do tema será demonstrado durante a apresentação do trabalho para a banca, que decidirá sobre a sua aprovação.

Pelotas, 12 de dezembro de 2022.


Assinatura da Professora Orientadora