

RESPONSABILIDADE CIVIL DAS PLATAFORMAS DIGITAIS INTERMEDIADORAS NO COMÉRCIO ELETRÔNICO

Hanadi Abdon Musser Hadi (IC) e José Geraldo Romanello Bueno (Orientador)

Apoio: PIVIC Mackenzie

RESUMO

O presente artigo analisa a figura das plataformas digitais intermediadoras como uma nova forma de realizar a compra de produtos ou serviços através do comércio eletrônico e a responsabilidade civil a elas aplicável, estabelecida pelo Código de Defesa do Consumidor. A responsabilidade civil pode ser dividida em responsabilidade objetiva e subjetiva, tendo como principal elemento diferenciador a culpa, que, na responsabilidade objetiva, é dispensada e, na subjetiva, precisa estar provada. No que diz respeito às relações de consumo, há o artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal de 1988, que estabelece que a promoção da defesa do consumidor é uma obrigação do Estado. Posteriormente, surgiu o Código de Defesa do Consumidor, Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990, dando efetividade à obrigação estabelecida pela Constituição Federal. Com efeito, ressaltam-se os princípios norteadores de qualquer relação de consumo e a sua aplicação no comércio eletrônico, com destaque para os princípios da hipossuficiência do consumidor, a vulnerabilidade do consumidor, a boa-fé objetiva, a transparência ou confiança, a inversão do ônus da prova e a equivalência negocial. Visa-se, pois, a estabelecer qual a sua posição na cadeia de consumo, seja como fornecedor primário ou secundário e, por consequência, qual a sua responsabilidade nas obrigações decorrentes dessa relação, bem como sua solidariedade com os demais fornecedores.

Palavras-chave: Responsabilidade Civil. Plataformas digitais intermediadoras. Consumidor.

ABSTRACT

The present article analyzes the figure of digital intermediary platforms as a new way of purchasing products or services through electronic commerce and the civil liability applicable to them, established by the Consumers Defense Code. The civil liability can be divided in strict and subjective liability, having the fault as the main distinguishing element, which, in the strict responsibility, is dismissed, and, in the subjective, must be proven. As for the consumer relations, there is the article 5, item XXXII of the Federal Constitution of 1988 that establishes that the promotion of consumer protection is a State's obligation. Subsequently, the Consumer Defense Code arises, Law n. 8.078, in the 11th of September, 1990, giving effectiveness to the obligation established by the Federal Constitution. Indeed, the guiding principles of any

consumer relation and their implementation in the electronic commerce must be stressed, highlighting the principles of lack of sufficiency, consumer vulnerability, strict good faith, transparency or trust, shift of the burden of proof, and right to be informed. The aim is to establish their position in the consumption chain, as a primary or secondary provider, and, as a consequence, their liability in the obligations that come from this relation, as well as their solidarity to other providers.

Keywords: Civil liability. Digital Intermediary Platforms. Consumer.

1. INTRODUÇÃO

Com o avanço da internet, muitas transformações ocorreram no mundo comercial. Uma delas foi a criação do comércio eletrônico, gerando a possibilidade de pessoas, em todo o mundo, comprarem produtos e/ou serviços pela internet sem ao menos sair de casa. Essa nova forma de comércio gerou significativas mudanças nas relações de consumo, porém a posição do consumidor permaneceu igual, já que ele continuou a ser considerado a parte mais vulnerável nessa relação, sendo necessária, então, uma maior proteção pelo ordenamento jurídico, visando ao equilíbrio e à proteção nessas relações.

Diante da chamada “era digital”, houve um aumento significativo no comércio eletrônico (e-commerce), e as plataformas digitais desse tipo de comércio passaram a ser a principal escolha dos consumidores na hora da compra, pela praticidade e comodidade. Trata-se de uma nova modalidade comercial em que empresas colocam suas plataformas digitais para que outros fornecedores possam disponibilizar seus produtos e serviços.

No entanto, muito embora essas novas modalidades de comércio nos tragam facilidades, também apresentam riscos ao consumidor, causando, por vezes, danos como a não entrega do produto adquirido ou a demora na entrega, a perda dos valores pagos, a entrega de produtos com vícios, entre outros problemas que ocorrem constantemente nesse tipo de comércio.

Sendo assim, considerando esses diversos problemas decorrentes de negócios jurídicos firmados pela internet, houve um aumento significativo na quantidade de processos judiciais envolvendo negócios celebrados nesse meio, especialmente nos Juizados Especiais Cíveis, conhecidos como juizados “de pequenas causas”. Nessas ações, os consumidores ou fornecedores que tiveram seus direitos lesados colocam, no polo passivo da ação, tanto o vendedor do produto ou serviço quanto as intermediadoras, que, através de suas plataformas digitais, possibilitaram a compra e venda do produto ou serviço.

Dessa forma, há a necessidade de se estabelecer, para os sujeitos que integram essa cadeia de consumo, seus direitos e deveres, que, uma vez violados ou descumpridos, geram o dever de indenizar. Resta saber a quem será imputada a responsabilidade civil nesses casos.

A pesquisa em questão tratará da responsabilidade civil dessas empresas que disponibilizam suas plataformas digitais para que terceiros anunciem seus produtos ou serviços. Uma vez estabelecida a relação de consumo entre consumidor e fornecedor, o que se busca analisar, nesta pesquisa, é em qual posição essas intermediadoras se encontram na cadeia de fornecedores. E, estabelecida a sua posição, verificar se é possível a

configuração de responsabilidade civil a essas plataformas digitais intermediadoras. Será dada ênfase na proteção do consumidor, bem como nos elementos das relações de consumo estabelecidos pelo Código de Defesa do Consumidor e seus princípios orientadores. Ressaltamos, principalmente, os direitos e garantias estabelecidos pelo Marco Civil da Internet (Lei n. 12.965/2014).

2. DESENVOLVIMENTO DO ARGUMENTO

2.1 DAS PLATAFORMAS DIGITAIS INTERMEDIADORAS

Inicialmente, antes de se falar em plataformas digitais intermediadoras, é preciso entender o ambiente em que elas se encontram, o e-commerce. A forma de compras, a princípio inovadora, hoje é amplamente conhecida e facilita a realização de compras de produtos ou serviços.

O comércio eletrônico, conhecido como e-commerce, é uma das formas de compra mais utilizadas atualmente. Isso ocorre em razão do amplo acesso à internet, além da facilidade e comodidade muito maiores aos consumidores ao realizarem suas compras. Juntamente com esse aumento, houve também o crescimento das demandas ajuizadas nos Juizados Especiais Cíveis envolvendo negócios celebrados nesse meio.

Nesse sentido, com a criação do e-commerce, uma infinidade de maneiras de comercialização foi criada através dos meios eletrônicos, desde a forma de marketing até regulamentos de negócios realizados por esse meio. Muitas empresas criam seus próprios sites a fim de apresentar seus produtos, mas também existem aquelas pequenas empresas, ou até mesmo pessoas físicas, que fornecem seus produtos e/ou serviços através de plataformas digitais. Muito embora esse tipo de comércio traga muitos benefícios, como em toda relação negocial, surgem também muitos problemas.

Para uma melhor compreensão, cito algumas dessas plataformas: Mercado Livre, Americanas.com, Submarino, Booking.com, entre outras. Todas têm um objetivo em comum, a aproximação entre fornecedores e consumidores, tendo como atividade comercial final a intermediação dos negócios em suas plataformas. A partir disso, fica claro que o meio pelo qual a relação de consumo se estabelece é através dessas plataformas. Nesse sentido, Tarcisio Teixeira (2015, p. 38-39) explica que:

Este tipo de negócio envolve três partes: a empresa titular do site de compra coletiva (fornecedor intermediário e imediato), o fornecedor ofertante do

produto ou serviço que vai entregá-lo ou prestá-lo (fornecedor primário e mediato) e o consumidor (destinatário final do produto ou serviço).

A palavra “intermediária” induz justamente ao sentido para o qual essas plataformas foram criadas, sendo o meio de ligação entre fornecedor e consumidor. Nesse sistema, os fornecedores diretos anunciam seus produtos ou serviços através dessas plataformas, que os conectam com os consumidores. Tarcisio Teixeira (2015, p 31-32) sustenta que:

Todos são comerciantes que atuam tão somente intermediando operações na internet, mas o valor de mercado de cada uma dessas empresas é milionário (se não for bilionário). Na internet há uma afirmação da atividade comercial varejista; alguns intermediários tem se tornado grandes varejistas em número de vendas e valores negociados. Eles são utilizados pelos fabricantes para a distribuição de produtos e prestação de serviços por deterem know-how de como melhor divulgar e vender produtos junto aos consumidores.

Em resumo, hoje, as plataformas digitais intermediadoras assumiram um papel de tamanha relevância no comércio eletrônico que alguns nomes nesse ramo já possuem credibilidade aos olhos dos consumidores, viabilizando mais compras através de suas plataformas, interligando mais fornecedores a consumidores. Diante disso, ocorre a necessidade do estudo acerca dos direitos e deveres dos que integram essa cadeia de consumo.

2.2 A PROTEÇÃO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Em regra, em uma relação de consumo existem duas partes, o fornecedor, sendo aquele que oferece seus produtos e/ou serviços, e o consumidor, ficando subordinado às condições oferecidas pelo fornecedor. Mas como toda a sociedade, as relações de consumo evoluíram, ficando claro que o consumidor era a parte mais vulnerável dessa relação, e, por essa razão, necessitava de maior proteção jurídica.

Nesse sentido, reconhecida a hipossuficiência do consumidor, o primeiro órgão de defesa criado foi o Procon, no Estado de São Paulo, com a Lei n. 1.903 de 1978. Também, em 1985, foi criado o Conselho Nacional de Defesa do Consumidor (Decreto n. 91.469). Em 1988, a Constituição da República trouxe, em seu Art. 5º, inciso XXXII, mais uma proteção ao consumidor, declarando ser uma obrigação do Estado a promoção da defesa do consumidor. Posteriormente, surgiu o Código de Defesa do Consumidor com a Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990. E, mais recentemente, o Marco Civil da Internet, com a Lei n. 12.965/2014.

Ainda sobre o Código de Defesa do Consumidor, em um primeiro plano, um dos seus objetivos é garantir transparência, harmonia e equilíbrio nas relações de consumo, resguardando maior proteção ao consumidor e reconhecendo sua hipossuficiência frente ao fornecedor, ou seja, que ele é a parte mais vulnerável da relação. Destaca-se o artigo 4º, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor, com relação à vulnerabilidade de consumidor:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo.

Mais especificamente, no que se refere à proteção do consumidor em negócios jurídicos celebrados via internet, não existem dúvidas de que o Código de Defesa do Consumidor é igualmente aplicável. Partindo dessa premissa, o Código de Defesa do Consumidor traz a definição de consumidor e fornecedor, respectivamente, nos artigos 2º e 3º, *caput*:

Art. 2º *Consumidor* é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo. Art. 3º *Fornecedor* é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços (grifo nosso).

Portanto, para se caracterizar uma relação jurídica de consumo, ambas as figuras precisam estar presentes, o consumidor em um polo e o fornecedor em outro e, ainda, que, a partir dessa relação, tenha se originado uma prática comercial. Ademais, para se caracterizar uma relação jurídica de consumo no ambiente virtual através de uma plataforma digital intermediadora, é necessário que essa prática comercial tenha ocorrido no âmbito da internet, intermediada por uma plataforma digital.

Desse modo, nessas relações jurídicas, estão presentes três figuras, de um lado o consumidor e, de outro, dois fornecedores, sendo eles a plataforma digital intermediadora, uma vez que o contrato foi realizado e intermediado através da plataforma mantida por ela, e o fornecedor, que ofereceu seus produtos e/ou serviços através dessa plataforma.

2.3 PRINCÍPIOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO

Sobre o tema, é essencial e fundamental a compreensão dos princípios norteadores mais relevantes do Direito do Consumidor. O primeiro princípio trazido pelo Código de Defesa do Consumidor é o do protecionismo do consumidor, sendo este o princípio norteador de todos os outros, ou seja, os demais são uma decorrência natural desse princípio, que tem como objetivo principal a proteção e defesa do consumidor como parte mais vulnerável em uma relação consumerista.

Decorrente do primeiro princípio citado, temos também o princípio da vulnerabilidade do consumidor, disposto no Art. 4º, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor. Resta claro que o legislador atento às evoluções que as relações jurídicas passaram percebe que não se pode mais falar em poder de barganha entre as partes envolvidas em uma relação de consumo e, por essa razão, diante da posição de vulnerabilidade do consumidor nessa relação, foi necessária a criação de normas protetivas, com vistas à proteção da dignidade da pessoa humana e equilíbrio dessa relação.

Próximo ao princípio citado anteriormente, há o princípio da hipossuficiência do consumidor, disposto no Art. 6º, inciso VIII, do Código de Defesa do Consumidor. É importante destacar que existe uma distinção entre vulnerabilidade e hipossuficiência que precisa ser esclarecida para melhor compreensão de ambos os princípios. Todo consumidor é vulnerável, esse é o elemento posto da relação de consumo, enquanto que o elemento pressuposto é a condição de consumidor. Já a hipossuficiência é um conceito muito mais amplo, que deve ser analisado caso a caso, pois pode haver a hipossuficiência fática, que ocorre quando há um desconhecimento com relação ao produto ou serviço que é objeto da relação, ou a hipossuficiência técnica, sendo a situação em que o consumidor não tem meios para demonstrar o nexo de causalidade entre o resultado e atuação daquele fornecedor, que é o único que possui as informações e o conhecimento técnico daquele produto ou serviço.

Nesse sentido, a melhor jurisprudência que ratifica esse entendimento é:

Direito Processual Civil. Recurso especial. Ação de indenização por danos morais e materiais. Ocorrência de saques indevidos de numerário depositado em conta poupança. Inversão do ônus da prova. Art. 6º, VIII, do CDC. Possibilidade. Hipossuficiência técnica reconhecida. O art. 6º, VIII, do CDC, com vistas a garantir o pleno exercício do direito de defesa do consumidor, estabelece que a inversão do ônus da prova será deferida quando a alegação por ele apresentada seja verossímil, ou quando constatada a sua hipossuficiência. Na hipótese, reconhecida a hipossuficiência técnica do consumidor, em ação que versa sobre a realização de saques não autorizados em contas bancárias, mostra-se imperiosa a inversão do ônus probatório. Diante da necessidade de permitir ao recorrido a produção de

eventuais provas capazes de ilidir a pretensão indenizatória do consumidor, deverão ser remetidos os autos à instância inicial, a fim de que oportunamente seja prolatada uma nova sentença. Recurso especial provido para determinar a inversão do ônus da prova na espécie (STJ – REsp 915.599/SP – Terceira Turma – Rel. Min. Nancy Andrighi – j. 21.08.2008 – DJe 05.09.2008).

É importante ressaltar que, em razão do princípio acima citado, ocorre a inversão do ônus da prova (Art. 6º, inciso VIII do Código de Defesa do Consumidor) sempre a favor do consumidor, uma vez que este se encontra inviabilizado de produzir prova do alegado, sendo ônus da parte contrária (fornecedor) provar que não houve vício ou defeito no produto ou serviço alegado. Todavia, a inversão do ônus da prova não é automática, e o juiz deve sempre analisar as circunstâncias do caso concreto.

Outro princípio norteador das relações de consumo é o princípio da boa-fé objetiva, disposto no Art. 4º, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor, que está diretamente ligado com o princípio da boa-fé contratual trazido pelo Código Civil. A boa-fé objetiva vem estabelecer o equilíbrio na relação negocial, devendo ser mantida em todos os momentos do negócio jurídico, desde a fase pré-contratual até a pós-contratual. Sobre o tema, Flávio Tartuce e Daniel Amorim Assumpção (2020, p. 31) afirmam:

Como é notório, a boa-fé objetiva representa uma evolução do conceito de boa-fé, que saiu do plano psicológico ou intencional (boa-fé subjetiva), para o plano concreto da atuação humana (boa-fé objetiva). Pelo conceito anterior de boa-fé subjetiva, relativo ao elemento intrínseco do sujeito da relação negocial, a boa-fé estaria incluída nos limites da vontade da pessoa. Esse conceito de boa-fé subjetiva, condicionado somente à intenção das partes, acaba deixando de lado a conduta, que nada mais é do que a própria concretização dessa vontade.

Destaca-se ainda o princípio da transparência ou da confiança, trazido pelos artigos 4º, *caput*, e 6º, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor. Nos dias atuais, é perceptível o aumento de propagandas com diversos elementos chamativos, que atraem os consumidores para a aquisição de produtos e/ou serviços. Porém, ao lado desse fenômeno, percebe-se que há poucas informações sendo disponibilizadas sobre aquele determinado produto ou serviço. Quanto à informação nas relações de consumo, existem dois deveres, o de informar e o de ser informado. Sendo assim, todas as relações devem ser pautadas na transparência, e a disponibilização de informações ao consumidor, de forma pormenorizada, em todas as características do objeto do negócio jurídico.

Por fim, um outro princípio importante trazido pelo Código de Defesa do Consumidor, em seu Art. 6º, inciso II, é o da equivalência negocial. Nele, o maior objetivo é garantir a

igualdade aos desiguais que, nesse caso, são os consumidores, bem como assegurar ao consumidor o direito de conhecer o produto ou serviço que está adquirindo. Por todo o exposto, percebe-se que todos esses princípios são interligados, sendo esses apenas alguns dos princípios estabelecidos pelo Código de Defesa do Consumidor.

2.4 A RESPONSABILIDADE CIVIL PELO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Partimos do pressuposto de que, no ordenamento jurídico brasileiro, a responsabilidade civil é dívida em duas espécies, a objetiva e a subjetiva. Por responsabilidade objetiva, entende-se aquela em que a culpa é presumida, conforme o disposto no Art. 927, parágrafo único, do Código Civil:

[...] 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.

Na responsabilidade civil objetiva, o próprio legislador impõe que, no fornecimento de determinados produtos ou serviços, a responsabilidade será objetiva, pressupondo-se que a atividade desempenhada pelo agente trata de uma situação de risco extraordinário e que, ao se beneficiar com os lucros de tal atividade, ele deve se responsabilizar por eventual ônus. Sobre o tema, Sergio Cavalieri Filho (2020, p. 26) afirma:

Por essa concepção clássica, a vítima só obterá a reparação do dano se provar a culpa do agente, o que nem sempre é possível na sociedade moderna. O desenvolvimento industrial, proporcionado pelo advento do maquinismo e outros inventos tecnológicos, bem como o crescimento populacional geraram novas situações que não podiam ser amparadas pelo conceito tradicional de culpa.

Já por responsabilidade civil subjetiva, entende-se aquela fundada na culpa, ou seja, a vítima, nesse caso, precisa comprovar a culpa do agente causador do dano, para que este seja responsabilizado civilmente.

Nesse sentido, cabe ressaltar os elementos necessários para a configuração da responsabilidade civil subjetiva, quais sejam: a conduta (comissiva ou omissiva), o dano, o nexo de causalidade e a culpa, sendo este elemento dispensado na hipótese das relações de consumo, por se tratar da responsabilidade objetiva.

A partir desses fundamentos, é possível compreender qual é a responsabilidade civil estabelecida pelo Código de Defesa do Consumidor, Lei n. 8.078/1990, que, em síntese, traz maior proteção jurídica ao consumidor, a parte mais frágil da relação, que antes dessa lei teria que assumir todo o ônus de provar a culpa do fornecedor, sendo o ponto de partida para a grande revolução na proteção do consumidor.

Diante da hipossuficiência do consumidor nessa relação, o que o Código de Defesa do Consumidor faz é tentar equilibrar as relações, e um dos meios para isso é atribuir a responsabilidade objetiva aos fornecedores. Sergio Cavalieri Filho (2020, p. 26, grifo do autor) expõe sua consideração sobre o tema:

Veremos que a responsabilidade estabelecida no Código de Defesa do Consumidor é objetiva, fundada no *dever e segurança* do fornecedor em relação aos produtos e serviços lançados no mercado de consumo, razão pela qual não seria também demasiado afirmar que, a partir dele, a responsabilidade objetiva, que era exceção em nosso Direito, passou a ter um campo de incidência mais vasto do que a própria responsabilidade subjetiva.

A partir dessas considerações, observa-se que foi adotada a responsabilidade objetiva pelo Código de Defesa do Consumidor, evidenciando uma grande evolução nas relações de consumo contratuais e extracontratuais, considerando que, agora, se o consumidor sofrer algum dano decorrente dessa relação, não precisará mais provar a culpa do fornecedor, e os danos deverão ser reparados independentemente de culpa.

Diante disso, analisa-se qual seria a responsabilidade civil das plataformas digitais intermediadoras no comércio eletrônico, considerando que se aplica o Código de Defesa do Consumidor e, por consequência, a responsabilidade objetiva. Sobre o tema, Tarcisio Teixeira (2015, p. 279) esclarece:

Quanto aos estabelecimentos virtuais, eles podem ser tidos como lojas convencionais, mas no formato eletrônico, isto é, os titulares desses sites exercem uma função comercial efetivamente ao vender os produtos de sua propriedade, podendo ser sites dos próprios fabricantes (ao comercializarem diretamente suas mercadorias) ou de comerciantes-revendedores (distribuidores, atacadistas ou varejistas), assim, respondendo pelas obrigações daí decorrentes, conforme o caso.

Nesta pesquisa, o enfoque é nas plataformas intermediadoras no comércio eletrônico, que são utilizadas por outros comerciantes revendedores, ou seja, funcionam como a ponte entre o consumidor e o fornecedor, que anuncia seus produtos ou serviços através dessas

plataformas que, por sua vez, possibilitam a existência da relação de consumo. Portanto, fazendo parte da relação de consumo como fornecedora secundária, recebendo os lucros das transações feitas através de suas plataformas, respondem, por consequência, objetivamente, por eventual dano decorrente dessa relação.

2.4.1 Responsabilidade Solidária

Partindo do pressuposto de que o Código de Defesa do Consumidor adotou a responsabilidade objetiva, conforme o disposto no Art. 14, *caput*:

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 [...]

e, juntamente com a responsabilidade objetiva, que estabelece a responsabilidade solidária entre os integrantes da cadeia de fornecedores, em seu Art. 34, que: “O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos”, tem-se o entendimento adotado em inúmeros julgados, em uma pesquisa dos julgados mais recentes no Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo:

RESPONSABILIDADE CIVIL - Ação indenizatória - Extravio de bagagens - Sentença de improcedência – Recurso dos autores – Insurgência – Possibilidade – Empresa ré que se trata de intermediadora na venda de passagens aéreas, obtendo todavia, responsabilidade objetiva pelas falhas nos serviços que oferece aos consumidores - Incidência do art. 14 da Lei 8078/90 - Responsabilidade objetiva e solidária do prestador de serviços - Dever de indenizar caracterizado - Precedentes – Dano moral configurado – Recurso Extraordinário nº 636.331/RJ, com repercussão geral (Tema 210), não aplicou a limitação imposta pelos acordos internacionais à reparação por dano moral - Comprovação que houve extravio das bagagens – Transtornos que ultrapassam o mero aborrecimento – Indenização arbitrada em R\$ 5.000,00 para cada autor, com correção monetária a partir da publicação deste acórdão nos termos da Súmula 362 do STJ, e juros moratórios a partir da citação - Observação dos critérios da razoabilidade e proporcionalidade - Precedentes – Pretensão em ser afastada multa impostas pelos embargos declaratórios – Não conhecimento – Decisão que rejeitou os embargos que não aplicou qualquer multa aos recorrentes – Recorrentes que devem complementar o preparo recursal, sob pena de inscrição em dívida ativa – Sentença reformada - Sucumbência alterada - Recurso provido, na parte conhecida, com observação. (TJSP; Apelação Cível 1090709-60.2020.8.26.0100; Relator (a): Achile Alesina; Órgão Julgador: 15ª Câmara de Direito Privado; Foro Central Cível - 41ª Vara Cível; Data do Julgamento: 10/08/2021; Data de Registro: 10/08/2021).

APELAÇÃO. CONSUMIDOR. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO DE DANOS MATERIAIS E MORAL. COMPRA E VENDA DE PRODUTO POR COMÉRCIO ELETRÔNICO COM EMPRESA USUÁRIA DA PLATAFORMA DE PAGAMENTOS. ALEGAÇÃO DE AUSÊNCIA DE FUNDAMENTAÇÃO NA SENTENÇA. NULIDADE. INOCORRÊNCIA. VIOLAÇÃO AO ART. 93, IX, DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL (CF), NÃO CONFIGURADA. INTERESSE PROCESSUAL PRESENTE. PRELIMINARES REJEITADAS. RECURSO IMPROVIDO. 1.- Se a sentença apresenta fundamentação suficiente para compreensão do convencimento do juiz que embasou a procedência dos pedidos da autora, amparado em prova documental e ordenamento legal, não padece de vício que a torne nula. 2.- Não há falar em falta de interesse processual, pois a autora tentou solucionar a questão extrajudicialmente com a corré, sem sucesso. Ademais, a contestação apresentada pela apelante evidencia sua resistência à pretensão. APELAÇÃO. CONSUMIDOR. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO DE DANOS MATERIAIS E MORAL. COMPRA E VENDA DE PRODUTO POR COMÉRCIO ELETRÔNICO COM EMPRESA USUÁRIA DA PLATAFORMA DE PAGAMENTOS. FALHA NA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS. PRODUTO QUE NÃO FOI ENTREGUE, TAMPOUCO RESTITUÍDO O PREÇO PAGO. LEGITIMIDADE PASSIVA DAS CORRÉS. SOLIDARIEDADE OBRIGACIONAL. INTELIGÊNCIA DO ART. 7º, PARÁGRAFO ÚNICO, DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (CDC), SEM PREJUÍZO DE AÇÃO REGRESSIVA EM FACE DO REAL CAUSADOR DO DANO. RECURSO IMPROVIDO. As corrés possuem legitimidade para integrar o polo passivo da presente ação. No caso, os danos reclamados pela consumidora decorreram de conduta de usuário (LUADI) prévia e criteriosamente admitido na plataforma de pagamentos da apelante (MERCADOPAGO.COM). Nesse contexto, conclui-se que as corrés integraram a cadeia de fornecimento com escopo de vender o produto ao consumidor e lucrarem dentro de suas respectivas atuações: uma lucrou com a venda, enquanto a outra lucrou com a prestação de serviços de intermediação dos pagamentos entre os usuários cadastrados. É inegável, assim, a legitimidade da apelante para responder pelos danos causados à consumidora, pois foi a intermediadora do negócio como gestora do sistema de pagamentos de sua parceira no comércio eletrônico. Impõe-se a solidariedade obrigacional entre os fornecedores perante o consumidor, sem prejuízo de ação regressiva do site em face do real causador dos danos, nos termos da norma legal citada. APELAÇÃO. CONSUMIDOR. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO DE DANOS MATERIAIS E MORAL. COMPRA E VENDA DE PRODUTO POR COMÉRCIO ELETRÔNICO COM EMPRESA USUÁRIA DA PLATAFORMA DE PAGAMENTOS. PRODUTO QUE NÃO FOI ENTREGUE, TAMPOUCO RESTITUÍDO O PREÇO PAGO. DANO MORAL TIPIFICADO. VALOR DA INDENIZAÇÃO RAZOÁVEL. REDUÇÃO DESNECESSÁRIA. RECURSO IMPROVIDO. Patente a inadequada conduta das corrés em face dos problemas verificados, o liame causal, o dano e a sua culpa, consubstanciadores do dever de indenizar. Calha ressaltar, por oportuno, que aqui não se cuida de indenização de mero aborrecimento. Houve, sem dúvida, violação a sua justa expectativa de receber o produto adquirido para presentear o filho (criança) no Natal com o videogame prometido. Considerando, ainda, as dificuldades que enfrentou, o que gerou verdadeira intranquilidade na consumidora que não foi poupada pelos desgastes, desentendimentos e frustração na solução do problema, evidenciando-se que os fatos extrapolaram a normalidade e o mero inadimplemento contratual. Razoável a manutenção do valor fixado da verba indenizatória, em atenção aos princípios da razoabilidade e da proporcionalidade, ponderando o aspecto punitivo da pena que deve atingir o ofensor, com a vedação ao enriquecimento injustificado da recorrente. (TJSP; Apelação Cível 1019669-81.2020.8.26.0564; Relator (a): Adilson de Araujo; Órgão Julgador: 31ª

Câmara de Direito Privado; Foro de São Bernardo do Campo - 8ª Vara Cível; Data do Julgamento: 05/08/2021; Data de Registro: 05/08/2021).

RECURSO INOMINADO. Serviço de entrega de refeição por aplicativo. "Golpe do Delivery". Cobrança de valor indevido feita pelo entregador, no ato da entrega. Sentença de improcedência. Recurso dos autores. Relação de consumo configurada. Reconhecimento da responsabilidade objetiva e solidária de todos os réus, atuantes na cadeia de consumo. Fato ínsito às atividades da empresa intermediadora, que configura fortuito interno e não exime sua responsabilidade. Responsabilidade do banco decorrente, inclusive, da ausência de identificação, pelos sistemas de segurança, da incompatibilidade do valor cobrado em relação à natureza da compra, mesmo depois de alertado. Falha na prestação dos serviços configurada. Ausência de culpa exclusiva do consumidor. Inteligência do art. 14 do Código de Defesa do Consumidor. Dano material consistente na devolução do valor cobrado indevidamente. Dano moral indenizável. Sentença reformada. Recurso provido. (TJSP; Recurso Inominado Cível 1000805-86.2021.8.26.0005; Relator (a): Ana Carolina Vaz Pacheco de Castro; Órgão Julgador: 4ª Turma Recursal Cível e Criminal; Foro Regional V - São Miguel Paulista - Juizado Especial Cível - CIC Zona Leste; Data do Julgamento: 29/07/2021; Data de Registro: 30/07/2021).

Entretanto, a questão está longe de ser unânime, isto porque muitas são as decisões que determinam a responsabilidade solidária entre a plataforma digital e a empresa vendedora. No entanto, após alegação de ilegitimidade passiva por uma das partes, por vezes, tais teses são acolhidas, no sentido de somente a empresa vendedora responder pelos danos.

2.4.2 Teoria do Risco-Proveito

Dentre os direitos estabelecidos pelo Código de Defesa do Consumidor, há o de que os eventuais danos que o consumidor venha a sofrer serão reparados independentemente de culpa, que é fundado na teoria do risco-proveito. Considera-se que o fornecedor tem lucro a partir das vendas de seus produtos ou serviços, portanto o risco também será dele, não do consumidor. Sobre o tema, Flávio Tartuce (2020, p. 658, grifo do autor) explica:

Deve ficar bem claro que, como a *responsabilidade objetiva consumerista* é especificada em lei, não se debate a existência ou não de uma atividade de risco, nos termos da segunda parte do comando, que consagra a chamada *cláusula geral de responsabilidade objetiva*. Na verdade, o CDC adotou expressamente a ideia da *teoria do risco-proveito*, aquele que gera a responsabilidade sem culpa justamente por trazer benefícios, ganhos ou vantagens. Em outras palavras, aquele que expõe ao risco outras pessoas, determinadas ou não, por dele tirar um benefício, direto ou não, deve arcar com as consequências da situação de agravamento. Uma dessas

decorrências é justamente a responsabilidade objetiva e solidária dos agentes envolvidos com a prestação ou fornecimento.

Sendo está uma teoria que vem sendo adotada pelos tribunais no sentido de responsabilizar o fornecedor, considerando que é ele que colhe o bônus do negócio, por consequência, também deverá responder pelo ônus decorrente de sua atividade. Assim, a título de ilustração, o Tribunal de Justiça de São Paulo, debatendo sobre a sua presença, decidiu:

DANO MORAL Hipótese de dano in re ipsa Decorrência imediata da indevida negativação Diretriz consolidada no STJ Teoria do risco proveito Responsabilidade exclusiva do banco, que independe de culpa, Eficácia post mortem dos direitos da personalidade da vítima Inteligência do art. 12, par. ún, do CC Doutrina e precedente do STJ Recurso do réu desprovido. DANO MORAL Estimativa Hipótese em que é possível elevar a reparação moral conjunta à R\$ 10.000,00, em solidariedade ativa, segundo os critérios regularmente adotados nesta Câmara Correção monetária a partir de quando o valor reparatório foi primeiramente definido Súm. 362 do STJ Mera adequação numérica do decreto condenatório nesta instância Juros moratórios Responsabilidade contratual Termo inicial a partir da citação Art. 405, do CC Recursos providos em parte, com observação (TJSP; Apelação Cível 0025145-46.2011.8.26.0625; Relator (a): Ferreira da Cruz; Órgão Julgador: 24ª Câmara de Direito Privado; Foro de Taubaté - 3ª. Vara Cível; Data do Julgamento: 27/11/2014; Data de Registro: 27/11/2014).

Como se percebe no acórdão, a teoria adotada para aplicação do caso da responsabilidade do banco foi a teoria do risco-proveito, ressaltando que a responsabilidade desse caso independe de culpa.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do conteúdo exposto no decorrer do presente artigo científico, observa-se que, no Brasil, o e-commerce se tornou a forma mais utilizada pelos consumidores para realizarem suas compras, portanto é necessário que o consumidor esteja efetivamente protegido.

Entende-se assim que o Código de Defesa do Consumidor proporciona instrumentos de proteção para a relação de consumo, visando à proteção ao consumidor, igualando as partes que compõem a relação de consumo, para confirmar, de maneira concreta, o princípio constitucional da dignidade da pessoa humana, da igualdade material e formal, além dos diversos princípios norteadores trazidos pelo próprio Código de Defesa do Consumidor.

Dessa forma é fundamental ressaltar que, se ocorrer a violação de algum dos direitos do consumidor ou danos decorrentes dessa relação, o Código de Defesa do Consumidor, Lei n. 8.078/1990, estabelece que a responsabilidade dos fornecedores será objetiva, com fundamentação na teoria do risco-proveito, em que a culpa é presumida, considerando a atividade exercida pelo fornecedor.

Portanto, julgando que as plataformas digitais intermediadoras, ao exercerem a função comercial de vender seus próprios produtos ou de comerciantes-revendedores, fazem parte da cadeia de consumo como fornecedoras primárias ou secundárias, assim responderão de forma objetiva pelas obrigações decorrentes dessa relação, e, no caso de figurarem como fornecedora secundária, sua responsabilidade será solidária, juntamente com o fornecedor primário.

4. REFERÊNCIAS

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em 14 mar. 2020.

_____. **DECRETO Nº 7.962**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm>. Acesso em: 13 mar. 2020.

_____. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em: 08 mar. 2020.

_____. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Código Civil**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406.htm>. Acesso em: 14 mar. 2020.

_____. **Lei nº 12.965, de abril de 2014. Marco Civil da Internet**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 13 mar. 2020.

BOMFIM, Silvano Andrade do. **Responsabilidade civil dos prestadores de serviços no código civil e no código de defesa do consumidor**. São Paulo: Método, 2013.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de responsabilidade civil**. 14. ed. São Paulo: Atlas, 2020.

COELHO, Fábio Ulhôa. **Curso de direito comercial: direito de empresa**. São Paulo: Saraiva, 2012.

FERREIRA, Ana Amelia Menna Barreto de Castro. Proteção do Consumidor no Comércio Eletrônico sob a ótica da Teoria da Confiança. **Revista da EMERJ**, v. 11, nº 42, 2008

Disponível em:
<https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj_online/edicoes/revista42/Revista42_160.pdf>.
Acesso em: 08 mar. 2020.

FILOMENO, José Geraldo de Brito. **Manual de Direito do Consumidor**. São Paulo: Atlas, 2012.

GRANATO, Daniela Gonçalves; COSTA, Victória Queiroz. A proteção do Direito do Consumidor no Comércio Eletrônico Internacional (E-Commerce). **Revista de Direito Internacional e Globalização Econômica**. V. 1, nº 1, jan.-jun. 2017, p. 32-46. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/DIGE/article/view/32767/22623>>. Acesso em: 07 jun. 2021.

KHOURI, Paulo Roberto Roque Antonio. **Direito do consumidor: contratos, responsabilidade civil e defesa do consumidor em juízo**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

JOSSERAND, Louis. Evolução da responsabilidade civil. Tradução Raul Lima. **Revista Forense**, Rio de Janeiro, v. 86, n. 454, p. 52-63, jun. 1941.

PAESANI, Liliana Minardi. **Direito e Internet: liberdade de informação, privacidade e responsabilidade civil**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

PEREIRA, Caio Mário da Silva. **Responsabilidade Civil**. 12 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2018.

RIBEIRO, Dênio Borges. **O Comércio eletrônico e a proteção das relações de Consumo: O paradigma da confiança no negócios jurídicos on line**. Disponível em: <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/48/3/20472537.pdf>>. Acesso em: 13 mar. 2020.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. Apelação nº 1090709-60.2020.8.26.0100. RESPONSABILIDADE CIVIL - Ação indenizatória - Extravio de bagagens - Sentença de improcedência – Recurso dos autores – Insurgência – Possibilidade – Empresa ré que se trata de intermediadora na venda de passagens aéreas, obtendo todavia, responsabilidade objetiva pelas falhas nos serviços que oferece aos consumidores - Incidência do art. 14 da Lei 8078/90 - Responsabilidade objetiva e solidária do prestador de serviços - Dever de indenizar caracterizado - Precedentes – Dano moral configurado – Recurso Extraordinário nº 636.331/RJ, com repercussão geral (Tema 210), não aplicou a limitação imposta pelos acordos internacionais à reparação por dano moral - Comprovação que houve extravio das bagagens – Transtornos que ultrapassam o mero aborrecimento – Indenização arbitrada em R\$ 5.000,00 para cada autor, com correção monetária a partir da publicação deste acórdão nos termos da Súmula 362 do STJ, e juros moratórios a partir da citação - Observação dos critérios da razoabilidade e proporcionalidade - Precedentes – Pretensão em ser afastada multa impostas pelos embargos declaratórios – Não conhecimento – Decisão que rejeitou os embargos que não aplicou qualquer multa aos recorrentes – Recorrentes que devem complementar o preparo recursal, sob pena de inscrição em dívida ativa – Sentença reformada - Sucumbência alterada - Recurso provido, na parte conhecida, com observação.

(TJSP; Apelação Cível 1090709-60.2020.8.26.0100; Relator (a): Achile Alesina; Órgão Julgador: 15ª Câmara de Direito Privado; Foro Central Cível - 41ª Vara Cível; Data do Julgamento: 10/08/2021; Data de Registro: 10/08/2021). Disponível em: <<https://esaj.tjsp.jus.br/cjsjg/getArquivo.do?cdAcordao=14904346&cdForo=0>>. Acesso em: 12 ago. 2021.

_____. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. Apelação nº 1019669-81.2020.8.26.056. APELAÇÃO. CONSUMIDOR. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO DE DANOS MATERIAIS E MORAL. COMPRA E VENDA DE PRODUTO POR COMÉRCIO ELETRÔNICO COM EMPRESA USUÁRIA DA PLATAFORMA DE PAGAMENTOS. ALEGAÇÃO DE AUSÊNCIA DE FUNDAMENTAÇÃO NA SENTENÇA. NULIDADE. INOCORRÊNCIA. VIOLAÇÃO AO ART. 93, IX, DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL (CF), NÃO CONFIGURADA. INTERESSE PROCESSUAL PRESENTE. PRELIMINARES REJEITADAS. RECURSO IMPROVIDO. 1.- Se a sentença apresenta fundamentação suficiente para compreensão do convencimento do juiz que embasou a procedência dos pedidos da autora, amparado em prova documental e ordenamento legal, não padece de vício que a torne nula. 2.- Não há falar em falta de interesse processual, pois a autora tentou solucionar a questão extrajudicialmente com a corré, sem sucesso. Ademais, a contestação apresentada pela apelante evidencia sua resistência à pretensão. APELAÇÃO. CONSUMIDOR. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO DE DANOS MATERIAIS E MORAL. COMPRA E VENDA DE PRODUTO POR COMÉRCIO ELETRÔNICO COM EMPRESA USUÁRIA DA PLATAFORMA DE PAGAMENTOS. FALHA NA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS. PRODUTO QUE NÃO FOI ENTREGUE, TAMPOUCO RESTITUÍDO O PREÇO PAGO. LEGITIMIDADE PASSIVA DAS CORRÉS. SOLIDARIEDADE OBRIGACIONAL. INTELIGÊNCIA DO ART. 7º, PARÁGRAFO ÚNICO, DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (CDC), SEM PREJUÍZO DE AÇÃO REGRESSIVA EM FACE DO REAL CAUSADOR DO DANO. RECURSO IMPROVIDO. As corrés possuem legitimidade para integrar o polo passivo da presente ação. No caso, os danos reclamados pela consumidora decorreram de conduta de usuário (LUADI) prévia e criteriosamente admitido na plataforma de pagamentos da apelante (MERCADOPAGO.COM). Nesse contexto, conclui-se que as corrés integraram a cadeia de fornecimento com escopo de vender o produto ao consumidor e lucrarem dentro de suas respectivas atuações: uma lucrou com a venda, enquanto a outra lucrou com a prestação de serviços de intermediação dos pagamentos entre os usuários cadastrados. É inegável, assim, a legitimidade da apelante para responder pelos danos causados à consumidora, pois foi a intermediadora do negócio como gestora do sistema de pagamentos de sua parceira no comércio eletrônico. Impõe-se a solidariedade obrigacional entre os fornecedores perante o consumidor, sem prejuízo de ação regressiva do site em face do real causador dos danos, nos termos da norma legal citada. APELAÇÃO. CONSUMIDOR. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO DE DANOS MATERIAIS E MORAL. COMPRA E VENDA DE PRODUTO POR COMÉRCIO ELETRÔNICO COM EMPRESA USUÁRIA DA PLATAFORMA DE PAGAMENTOS. PRODUTO QUE NÃO FOI ENTREGUE, TAMPOUCO RESTITUÍDO O PREÇO PAGO. DANO MORAL TIPIFICADO. VALOR DA INDENIZAÇÃO RAZOÁVEL. REDUÇÃO DESNECESSÁRIA. RECURSO IMPROVIDO. Patente a inadequada conduta das corrés em face dos problemas verificados, o liame causal, o dano e a sua culpa, consubstanciadores do dever de indenizar. Calha ressaltar, por oportuno, que aqui não se cuida de indenização de mero aborrecimento. Houve, sem dúvida, violação a sua justa expectativa de receber o produto adquirido para presentear o filho (criança) no Natal com o videogame prometido. Considerando, ainda, as dificuldades que enfrentou, o que gerou verdadeira intranquilidade na consumidora que não foi poupada pelos desgastes, desentendimentos e frustração na solução do problema, evidenciando-se que os fatos extrapolaram a normalidade e o mero inadimplemento contratual. Razoável a manutenção do valor fixado da verba indenizatória, em atenção aos princípios da razoabilidade e da proporcionalidade, ponderando o aspecto punitivo da pena que deve atingir o ofensor, com a vedação ao enriquecimento injustificado da recorrente. (TJSP; Apelação Cível 1019669-81.2020.8.26.0564; Relator (a): Adilson de Araujo; Órgão Julgador: 31ª Câmara de Direito Privado; Foro de São Bernardo do Campo - 8ª Vara Cível; Data do Julgamento: 05/08/2021; Data de Registro: 05/08/2021). Disponível em: <<https://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/getArquivo.do?cdAcordao=14890199&cdForo=0>>. Acesso em: 12 ago. 2021.

_____. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. Apelação nº 1000805-86.2021.8.26.0005. RECURSO INOMINADO. Serviço de entrega de refeição por aplicativo.

"Golpe do Delivery". Cobrança de valor indevido feita pelo entregador, no ato da entrega. Sentença de improcedência. Recurso dos autores. Relação de consumo configurada. Reconhecimento da responsabilidade objetiva e solidária de todos os réus, atuantes na cadeia de consumo. Fato ínsito às atividades da empresa intermediadora, que configura fortuito interno e não exime sua responsabilidade. Responsabilidade do banco decorrente, inclusive, da ausência de identificação, pelos sistemas de segurança, da incompatibilidade do valor cobrado em relação à natureza da compra, mesmo depois de alertado. Falha na prestação dos serviços configurada. Ausência de culpa exclusiva do consumidor. Inteligência do art. 14 do Código de Defesa do Consumidor. Dano material consistente na devolução do valor cobrado indevidamente. Dano moral indenizável. Sentença reformada. Recurso provido. (TJSP; Recurso Inominado Cível 1000805-86.2021.8.26.0005; Relator (a): Ana Carolina Vaz Pacheco de Castro; Órgão Julgador: 4ª Turma Recursal Cível e Criminal; Foro Regional V - São Miguel Paulista - Juizado Especial Cível - CIC Zona Leste; Data do Julgamento: 29/07/2021; Data de Registro: 30/07/2021). Disponível em: <<https://esaj.tjsp.jus.br/cjsjg/getArquivo.do?cdAcordao=1298207&cdForo=9002>>. Acesso em: 12 ago. 2021.

_____. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. Apelação nº 0025145-46.2011.8.26.0625. DANO MORAL Hipótese de dano in re ipsa Decorrência imediata da indevida negativação Diretriz consolidada no STJ Teoria do risco proveito Responsabilidade exclusiva do banco, que independe de culpa, Eficácia post mortem dos direitos da personalidade da vítima Inteligência do art. 12, par. ún, do CC Doutrina e precedente do STJ Recurso do réu desprovido. DANO MORAL Estimativa Hipótese em que é possível elevar a reparação moral conjunta à R\$ 10.000,00, em solidariedade ativa, segundo os critérios regularmente adotados nesta Câmara Correção monetária a partir de quando o valor reparatório foi primeiramente definido Súm. 362 do STJ Mera adequação numérica do decreto condenatório nesta instância Juros moratórios Responsabilidade contratual Termo inicial a partir da citação Art. 405, do CC Recursos providos em parte, com observação. (TJSP; Apelação Cível 0025145-46.2011.8.26.0625; Relator (a): Ferreira da Cruz; Órgão Julgador: 24ª Câmara de Direito Privado; Foro de Taubaté - 3ª. Vara Cível; Data do Julgamento: 27/11/2014; Data de Registro: 27/11/2014). Disponível em: <<https://esaj.tjsp.jus.br/cjsjg/getArquivo.do?cdAcordao=8050241&cdForo=0>>. Acesso em: 12 ago. 2021.

SOBHIE, Amir Ayoub; OLIVEIRA, Deymes Cachoeira de. Proteção do consumidor no comércio eletrônico: Inovações relevantes para as vendas on line no Brasil a partir do Decreto Federal nº. 7962/2013. **Revista Eletrônica de Iniciação Científica**. Itajaí, Centro de Ciências Sociais e Jurídicas da UNIVALI. v. 4, n. 4, p. 84- 107, 4º Trimestre de 2013: Disponível em: <<https://www.univali.br/graduacao/direito-itajai/publicacoes/revista-de-iniciacao-cientifica-ricc/edicoes/Lists/Artigos/Attachments/934/Arquivo%2006.pdf>>. Acesso em: 13 mar. 2020.

TARTUCE, Flávio. **Direito Civil: Direito das Obrigações e Responsabilidade Civil**. v. 2 .14. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

_____. **Responsabilidade civil**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020.

_____. **Responsabilidade civil objetiva e Risco: a teoria do risco concorrente**. São Paulo: Método, 2011.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor: Direito Material e Processual**. 9. ed. São Paulo: Método, 2014.

TEIXEIRA, Tarcisio. **Comércio Eletrônico: conforme o Marco Civil da Internet e a regulamentação do e-commerce no Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2015.

VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito civil:** obrigações e responsabilidade civil. v 2. 19. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

THIAGO, Lucas da Silva São. O descumprimento dos contratos eletrônicos e os prejuízos para os consumidores: uma análise crítica com base no Decreto Federal 7.962/2013. **Conteúdo Jurídico.com.** 2020. Disponível em: <<http://www.conteudojuridico.com.br/consulta/artigos/55185/o-descumprimento-dos-contratos-eletronicos-e-os-prejuizos-para-os-consumidores-uma-analise-critica-com-base-no-decreto-federal-7-962-2013>>. Acesso em: 13 mar. 2020.

Contatos: hanadihadi1234@gmail.com e jose.bueno@mackenzie.br