

RESPONSABILIDADE CIVIL PERANTE AS RELAÇÕES DE COMÉRCIO ELETRÔNICO INTERNACIONAL DENTRO DO TERRITÓRIO BRASILEIRO PARA EMPRESAS SEM REPRESENTAÇÃO NO BRASIL – O CASO ALIEXPRESS

Karoline Delmora Viana e Bruno Boris Carlos Croce

Apoio: PIVIC Mackenzie

RESUMO

Em decorrência do avanço das tecnologias e acesso às redes de internet, desenvolveram-se diversas relações jurídicas. Assim, os usuários viram a possibilidade de realizar o comércio de produtos e serviços por meio da internet em diversos lugares no mundo. Entretanto, essas relações de consumo firmadas em meio digital tornaram-se problemáticas para a resolução de litígios. A partir de então, os litígios formados no ambiente *online* passaram a ser encaminhados para o Poder Judiciário, assim como ocorre com as relações de consumo tradicionais. Contudo, nas relações formadas entre empresas de territórios distintos, a resolução do litígio torna-se dificultosa, especialmente quando o fornecedor não possui representação no país, pois mesmo que o consumidor opte pela realização de um litígio em esfera internacional, será mais trabalhoso e custoso para o consumidor do produto ou serviço. Dessa forma, para que ocorra a comercialização entre fornecedor estrangeiro e consumidor final, é introduzida na relação a figura do intermediador. Em grande parte, o intermediador pode ser uma empresa de soluções de pagamento, podendo se tornar responsável subsidiário pelo dano causado pelo fornecedor. Todavia, a aplicação da responsabilidade civil em intermediadores da relação de consumo pode se tornar uma via para que o consumidor tenha os seus direitos garantidos. Mesmo que a empresa estrangeira – contanto que não tenha representação no país em que o consumidor reside – não possa ser responsabilizada, o cliente não estará desamparado pela legislação de consumo e jurisprudência Brasileira, como ocorre em caso como da empresa chinesa Aliexpress.

Palavras-chave: Comércio eletrônico. Relação de consumo. Litígios Digitais Internacionais. Responsabilidade do intermediador

ABSTRACT

As a result of the advancement of technologies and access to internet networks, several relationships of interest have developed, such as which have taken the legal nature within this

system. Thus, users saw the possibility of selling products and services through the internet. The use of these means was seen by companies from different places in the world, being connected with their customers in different territories. However, these consumer relations signed in digital media have become problematic for the resolution of legal disputes. From then on, litigations formed in the online environment started to be referred to the Judiciary, as it happens with traditional consumer relations. However, in the relations formed between companies from different territories, the resolution of the dispute was difficult - considering that in cases of damages against the customer, the company should be held responsible - so, accountability also became difficult. However, even if the consumer chooses to carry out an international dispute, it will be more laborious and costly for the plaintiff, whether the consumer of the product or service. Thus, in order for marketing to take place between a foreign supplier and a final consumer, the intermediary figure is introduced in the relationship. In large part the intermediary may be payment solution companies, which in most cases receive the amount paid by the customer on the product and pass it on to the supplier company. The latter may become liable for the damage caused by the supplier. However, the application of civil liability in intermediaries of the consumption relationship can become a way for the consumer to have his rights guaranteed. Even if the foreign company - as long as it does not have representation in the country in which the consumer resides - cannot be held responsible, the customer will not be helpless by Brazilian consumer law and jurisprudence, as is the case with the Chinese company Aliexpress.

Keywords: Electronic Commerce. Consumer Relations. International Digital Disputes.

1. INTRODUÇÃO

Ao longo dos últimos dez anos, os meios de comercialização de produtos se tornaram cada vez mais desenvolvidos. Frequentemente, bem como a informatização, o consumidor teve a possibilidade de realizar o que conhecemos de comércio eletrônico com indivíduos e empresas de diversas partes do mundo.

Entretanto, com os benefícios do *e-commerce*, também vieram seus malefícios, pois como em qualquer relação jurídica, a compra e venda pode ter impasses, os quais podem acabar se tornando litígios - demandas que cabe ao poder competente solucionar, no caso, o Judiciário.

Mesmo com as garantias e obrigações estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor, Lei nº 8.078 de 1990, o sistema judiciário ainda possui dificuldades referentes a seguridade do consumidor que realiza comércio eletrônico com empresas estrangeiras que não possuem representação dentro do território brasileiro, criando assim, obstáculos para a solução de eventuais litígios entre consumidor final e fornecedor.

Dentro dessa problemática, a pesquisa abordará as relações de compra e venda especificamente realizadas entre o consumidor e a empresa AliExpress, de origem chinesa, que se enquadra da forma exata que o presente estudo a necessita, devido à falta de representação dentro do Brasil.

Dessa forma, a resolução de litígios entre a empresa supra e o consumidor se torna complexa, tendo em vista a impossibilidade de aplicação de eventual responsabilidade civil à empresa fornecedora que não tenha representação em território brasileiro.

Assim, a pesquisa analisará a resolução de litígios e a responsabilidade civil da empresa AliExpress no Brasil.

2. DESENVOLVIMENTO DO ARGUMENTO

2.1. Responsabilidade Civil

Em 1830, ainda na era imperial brasileira, surgiu o primeiro Código Imperial, trazendo consigo as primeiras noções do que hoje se compreende como responsabilidade civil. Basicamente, o Código Criminal de 1830 pregava que, sempre que possível, o causador

do dano deveria buscar a sua reparação. Naquele período, a reparação se dava com a punição do autor do dano apenas, sem a necessidade do pagamento de indenizações diretamente à vítima do dano.

Com a evolução legislativa e social, surgiram diversas teses para corroborar com a ideia inicial de responsabilidade civil, porém apenas duas delas compõem o conceito atual que está presente no direito moderno; são essas a teoria do risco e a teoria da responsabilidade objetiva.

Mais precisamente, a teoria do risco atribui o conhecimento do agente à possibilidade de perigo tendo em vista a prática da atividade de risco, ou seja, a teoria defende que ele possui conhecimento dos riscos e mesmo assim assume a responsabilidade por realizar a ação. Desta forma, o agente assume a responsabilidade, se obrigando a indenizar àqueles terceiros, que vierem a sofrer qualquer dano em razão do ato praticado.

Em contrapartida, a responsabilidade objetiva atribui a responsabilidade e o dever de indenizar ao agente que tirar proveito, que tiver algum benefício em virtude da ação. É possível relacionar a responsabilidade objetiva com a ideia da responsabilização de empresas de comercialização de produtos, por exemplo. Essas que, na ocorrência de algum dano ao cliente em razão da compra, têm a obrigação de indenizar o cliente, tendo em vista que a empresa viria a lucrar com a comercialização do produto ou serviço, independente da culpa, conforme estabelece o artigo 927, parágrafo único, do Código Civil de 2002. Nos casos de empresas especificamente, o artigo 931 do Código Civil regulamenta.

Desta forma, a responsabilidade civil é a forma de assegurar os direitos do cidadão caso ele venha a ser lesado.

2.2. Contratos Eletrônicos

Nos últimos anos, com o advento da internet, os meios de comunicação vêm se expandindo e se aprimorando cada vez mais. Assim, utilizado não só como meio de comunicação, mas também de comercialização entre territórios distintos.

Tem-se que a formação das relações de consumo depende do binômio fornecedor-consumidor. Hoje, com o surgimento do e-commerce no mundo, apesar de não haver definição específica para a relação de consumo, o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990) atribui sujeitos e objetos que devem obrigatoriamente fazer parte/estar nesta composição, sendo os sujeitos: fornecedor e consumidor, tendo como objeto da relação, o produto ou serviço – definidos nos artigos 2º, caput, 3º caput, e 3º § 2º do CDC:

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

(...)

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.

(...)

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

Neste viés, com a formação da relação de consumo entre fornecedor e consumidor, utiliza-se os contratos de consumo para formalização relação jurídica. Assim como instrumentos contratuais de qualquer espécie, o contrato de consumo atribui direitos e deveres às partes – neste caso, fornecedor e consumidor – sendo fonte de obrigações para nortear uma ação civil no mundo jurídico, tem o intuito de criar, modificar ou extinguir direitos. Os contratos eletrônicos de consumo podem ter como objeto produto móvel ou imóvel, como também podem ser um serviço. *E.g.*, os serviços das plataformas de streaming.

Com o avanço do comércio digital no mundo todo, essas relações que antes ocorriam em caráter formal, hoje, em sua maioria, ocorrem no meio digital. Desta forma, foi possível que um consumidor em território brasileiro firmasse contrato de consumo com um fornecedor chinês por intermédio de um site de compras, por exemplo.

Quando se trata dos contratos de consumo eletrônico, é dever do fornecedor apresentar no contrato os riscos dessa relação, considerando as hipóteses de um possível dano – seja do não recebimento da mercadoria, possíveis avarias no produto, a celebração do contrato por distância etc. Para Bruno Miragem (2016), mesmo o dever de informar, ajuda a garantir os princípios básicos do sistema de defesa do consumidor, porém, não ocorre a exigibilidade da aplicação desse dever nos contratos que são firmados em sites estrangeiros, mesmo que possamos dizer que atualmente o consumidor já possui a noção desses riscos, já que a relação consumerista eletrônica é tão difundida nos dias de hoje. Esse dever é considerado princípio fundamental do CDC, presente no art. 6º, inciso III da legislação. Além disso, o princípio do dever de informar corrobora com o princípio da transparência, previsto no artigo 4º, caput, do mesmo Código.

Logo podemos indagar: ocorrendo um possível litígio entre as partes, decorrente do não cumprimento da obrigação, como é solucionado o litígio? Qual jurisdição é competente nos casos em que o consumidor e fornecedor são de territórios diversos e o contrato foi firmado online?

Caso seguíssemos os ditames legais do Direito Internacional, poderíamos afirmar que via de regra o eventual processo poderia ser proposto pelo autor em seu respectivo domicílio, assim como estabelece o art. 101, inciso I do CDC.

Para contratos de consumo eletrônico, firmados com empresas que possuem representação em território brasileiro (como por exemplo, Amazon), essa competência é relevante, considerando que a empresa poderá ser civilmente penalizada pelo dano causado ao consumidor.

Entretanto há a hipótese de o consumidor mover ação contra a intermediadora do negócio. Nesses casos, essas ações se movem em sua maioria contra as empresas de pagamento, que recebem o pagamento e repassam para os sites estrangeiros.

2.3. A Responsabilidade Civil nos Negócios Eletrônicos Internacionais

Quando falamos de responsabilidade civil nos negócios de comércio eletrônico, engana-se aquele que acredita que não é possível a indenização do consumidor. Assim como mencionado no tópico anterior, cabe ao fornecedor o dever de informar, ou seja, informar ao consumidor os riscos que a compra pode ter em razão da distância, possibilidade de extravio do produto etc. Porém, quando se trata de empresas estrangeiras que não possuem qualquer representação em território brasileiro?

Uma perspectiva leiga diria que o consumidor não seria indenizado, porém, para a realização destas compras, as empresas estrangeiras possuem empresas que realizam a intermediação do negócio. Temos como exemplo as empresas de pagamento, que se vinculam ao sítio eletrônico da empresa estrangeira e recebem os pagamentos feitos pelos clientes, ou seja, o valor pago pelo produto é recebido pela empresa de pagamento e posteriormente repassado para a empresa fornecedora do produto.

Desta forma, essas corporações se tornam sim prestadoras de serviços ao cliente, já que além de intermediar o negócio, passam a obter lucro daquela negociação.

Logo, podemos associar a tese de responsabilidade pelo dano as empresas intermediadoras. Carlos Roberto Gonçalves (2019) afirma em sua obra *Direito Civil – Responsabilidade Civil*, que “quem aufere os cômodos (ou lucros), devem suportar os incômodos (ou riscos) ”.

2.4. Os Meios de Resolução de Conflitos no Brasil

O artigo 28 do CDC estabelece que ocorrendo o abuso de direito contra o consumidor ou excesso de poder, prática de ato ilícito ou descumprimento do contrato social, o magistrado poderá utilizar o mecanismo de desconsideração da personalidade jurídica da empresa

fornecedora. Assim, não desamparando o consumidor frente ao dano causado pelo fornecedor.

Nos sites eletrônicos nacionais de comércio eletrônico, como por exemplo o conhecido Mercado Livre, faz utilização de plataformas presentes no próprio site de compras, onde o cliente tem a possibilidade de formar uma “disputa”, onde será realizada a resolução de qualquer problema que venha ocorrer com a compra realizada.

Com a criação do CNJ (Conselho Nacional de Justiça) em 2004 – em razão da EC 45/2004, que tratava da reforma do Poder Judiciário – começou a ser arquitetada políticas públicas para serem aplicadas ao Judiciário. Dentre elas estavam políticas públicas de apoio a implementação de MASC (Métodos Adequados de Solução de Conflitos). O MASC utilizava-se do método tradicional de mediação e conciliação. Essas plataformas foram uma forma de solucionar o crescimento expressivo de processos no judiciário que tinham como objetivo a resolução de conflitos de consumo.

Contudo, com os bons resultados do MASC, fora trazido de países desenvolvidos o meio que hoje conhecemos como ODRs (Online Dispute Resolution).

Esses meios eletrônicos são diretamente comparados aos métodos de conciliação, arbitragem e mediação – apreciadas no art. 3º, § 1º e 3º do Código de Processo Civil – já que, de fato faz-se uso da associação das técnicas utilizadas nesses métodos de resolução alternativa de conflitos. Entretanto, diferentemente os meios tradicionais, a figura do mediador/conciliador é excluída, sendo substituído pelo software escolhido pelo site fornecedor.

Mesmo que existam métodos de resolução de conflitos, como as ODRs, consideradas mais fáceis e práticas tanto para o consumidor quanto para o próprio fornecedor. Ainda temos a forma considerada tradicional para a resolução do conflito quando uma das partes se tratar de empresa estrangeira. A parte autora poderá ajuizar ação diretamente no país em que estiver sediada a empresa fornecedora. Neste sentido, ocorrendo o processo no Brasil e seguindo a legislação brasileira, em que a fornecedora se enquadraria no artigo 3º, *caput*, do Código de Defesa do Consumidor.

Ainda como previsto no artigo 237, inciso II do Código de Processo Civil, o autor da ação poderá ajuizá-la e solicitar a expedição de carta rogatória, para que o órgão jurisdicional estrangeiro realize ato de cooperação jurisdicional no processo. Neste sentido, ocorrendo o processo no Brasil e seguindo a legislação brasileira, em que a fornecedora se enquadraria no artigo 3º, *caput*, do Código de Defesa do Consumidor.

Entretanto, essas vias acabam se tornando muito onerosas ao consumidor médio, tendo em vista que a o processo se torna cada vez mais burocrático e caro para a sua resolução, tornando os métodos de resoluções alternativas cada vez mais utilizáveis.

2.5. O Caso Aliexpress

Pertencente ao grupo chinês Alibaba, o Aliexpress é considerado o site de e-commerce internacional que mais vende dentro do mercado brasileiro¹.

Outrossim, mesmo com o vasto número de consumidores brasileiros, o site ainda não possui qualquer representação no Brasil. Logo podemos deduzir que ocorrendo qualquer litígio que trate da relação de consumo fornecedor-consumidor, o fornecedor – no caso, a empresa Aliexpress – não seria passível de punição ou cobrança de prestação de qualquer obrigação em razão do inadimplemento.

Entretanto, engana-se pensar que em casos de acidentes de consumo com o site chinês, o consumidor não possui formas de reivindicar seus direitos. Atualmente o site da empresa disponibiliza aos seus clientes a abertura de Online Dispute Resolution (ODR), traduzida para português “Resoluções de Disputas Online”. Essas disputas são abertas dentro do próprio sistema do sítio eletrônico de e-commerce e busca a resolução do conflito por meio de acordo com o fornecedor e consumidor.

A plataforma de ODR é disponibilizada para todos os clientes, que ocorrendo problemas com a compra, notificam a empresa, que possui o prazo de 15 (quinze) dias para solicitar devolução do produto, e reembolso.

2.6. A Intermediadora

Entretanto, essa não é a única solução presente. Atualmente o Aliexpress possui parceria com a *fintech* EBANX LTDA., empresa de soluções de pagamento brasileira. Basicamente, a EBANX possui vínculo com empresas internacionais e realizam a conexão entre elas e os consumidores latino-americanos.

¹ RIBEIRO, Felipe. **AliExpress e Wish lideram e-commerce internacional no Brasil**. Canaltech, 25 set. 2019. Disponível em: <https://canaltech.com.br/e-commerce/aliexpress-e-wish-lideram-e-commerce-internacional-no-brasil-150723/#:~:text=O%20e%2Dcommerce%20estrangeiro%20mais,%2C%20com%2023%2C8%25>. Acesso em: 18 de jun. de 2020.

Dessa forma, os casos em que clientes do Aliexpress recorrem ao sistema judiciário, em sua maioria as ações são movidas contra a EBANX LTDA., já que a empresa assume a responsabilidade solidária por participar e intermediar a relação de consumo.

Além disso, no caso de empresas como EBANX, é evidente que há o benefício direto sob a relação do consumidor e fornecedor. Tendo em vista que a fintech é que recebe o pagamento do cliente e depois repassa para o site fornecedor. Dessa forma, fica claro que o meio de pagamento recebe uma porcentagem do valor pago pelo cliente.

Assim, o CDC estabelece em seu art. 25, § 1º, que aquele que havendo mais de um responsável pelo dano causado ao consumidor, deverá responder solidariamente para que ocorra a reparação. Assim, o Recurso Inominado nº RI 0027332-17.2019.8.03.0001 AP, dispõe:

RECURSO INOMINADO. DIREITO CIVIL E DO CONSUMIDOR. TRANSPORTE AÉREO DE PESSOAS. LEGITIMIDADE E RESPONSABILIDADE DA EMPRESA INTERMEDIADORA DA VENDA DAS PASSAGENS. CANCELAMENTO DE VOO. PRELIMINAR REPELIDA. DANOS MATERIAIS E MORAIS CONFIGURADOS. SENTENÇA MANTIDA. 1) Não merece acolhimento a alegação de ilegitimidade passiva, posto que, no momento em que a recorrente colocou a venda as passagens aéreas de voos, se tornou responsável solidária, juntamente com a companhia de aviação aérea, pela reparação de eventuais danos decorrentes da falha na prestação de serviços. Corolários deste entendimento, são os artigos 7º, Parágrafo único, e 34, do Código de Defesa do Consumidor, que estabelecem com clareza a responsabilidade solidária entre o fornecedor de produtos ou serviços e seus prepostos ou representantes autônomos. 2) *A responsabilidade civil da empresa que realiza a intermediação da venda das passagens aéreas é objetiva, haja vista que além de participar da cadeia de fornecimento dos serviços, aufera lucros com a sua atividade de intermediação, conforme disposto no art. 14 do CDC, respondendo, assim, pelos danos ocasionados ao consumidor em razão de falha na prestação dos serviços.* 3) Restou configurado o dano material na medida em que os autores efetuaram gastos de passagens e hospedagem para a viagem frustrada, devendo ser ressarcidas as despesas correlatas comprovadas. 4) Ultrapassa o mero dissabor cotidiano o cancelamento de voo, tendo em vista que os autores foram privados de realizar viagem de lazer, a qual demandou organização e preparos prévios, tão-somente pela falha na prestação dos serviços das rés, restando configurados os danos morais. O quantum indenizatório estabelecido na origem, a seu turno, não carece de reparos, atingindo a finalidade pedagógica e punitiva e, ao mesmo tempo, atendendo aos princípios da razoabilidade e proporcionalidade. 5) Recurso conhecido e não provido. Sentença mantida por seus próprios fundamentos.

(TJ-AP - RI: 00273321720198030001 AP, Relator: REGINALDO GOMES DE ANDRADE, Data de Julgamento: 11/02/2020, Turma recursal). (Grifo meu).

Dessa forma, mesmo ocorrendo a utilização de ODRs para a resolução de conflitos, é incorreto afirmar que não há soluções para o consumidor quando se trata de litígios com empresas estrangeiras sem representação no Brasil. Podemos afirmar, que mesmo a

aproximação de consumidor e fornecedor pode ser entendida como a prestação de um serviço ao consumidor. Bruno Miragem (2016) afirma em sua obra:

Note-se que, independentemente do modelo de negócios do site, sendo atividade de aproximação de interessados no negócio, pode qualificar-se como espécie de serviço de que trata o artigo 3º, § 2º, do CDC. Da mesma forma, e remunerado, direta ou indiretamente, por intermédio de contraprestação das partes ou da comercialização de espaços de publicidade no site. Daí poder indicar-se como espécie de relação de consumo e as vítimas de eventuais fraudes, por intermédio do site, fazerem jus ao regime de responsabilidade por fato do serviço previsto no artigo 14 do CDC. Há, pois, de parte dos provedores que intermedeiam negócios, o dever de segurança em relação ao serviço que prestam.

Ainda sobre a posição jurisprudencial, que se mostra condizente com a posição doutrinária. Em decisão em que tem como ré a concorrente do Aliexpress, Wish e a intermediadora EBANX, o relator aponta:

Assim, deve ser afastada a alegação de ilegitimidade passiva da ré, vez que respondem solidariamente pelos vícios no produto ou serviço, nos termos dos artigos 7º, parágrafo único, 14 e 25, § 1º, todos do Código de Defesa do Consumidor, considerando, ainda, a definição de fornecedor constante do artigo 3º de referido diploma legal, cabendo ao consumidor escolher contra quem pleiteará o ressarcimento dos danos sofridos”

(TJ-SP – AC: 1035213-10.2019.8.26.0576, Relator: PAULO CELSO AYROSA M. ANDRADE, Data de Julgamento: 21/07/2020, Turma Recursal).

Assim, é apontada mais uma vez a hipótese de o cliente receber a indenização por meio do intermediário do negócio, estando este sujeito, inclusive, às demais regras aplicáveis aos fornecedores, como a própria desconsideração da personalidade jurídica expressa no artigo 28 do CDC.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Evitando o procedimento judicial tradicional em que o autor poderia interpor a ação no país em que a fornecedora é sediada, se tornando uma forma inviável para grande parte dos consumidores devido aos custos e burocracia. Atualmente as plataformas utilizadas pelas empresas de comércio digital, veem desafogando o sistema judiciário de processos envolvendo questões consumeristas. Além de poupar eventuais gastos dos consumidores com a processo no Judiciário convencional – caro e moroso.

Com isso, a popularização das ODRs (*Online Dispute Resolution*) se tornou cada vez maior. Os processos que antes só poderiam ser solucionados por meio de ação interposta no país em que a fornecedora estivesse sediada, ou por meio de processo judicial aberto em território nacional e expedida carta rogatória para o país-sede da fornecedora, hoje podem ser solucionados de forma prática e sem custos para o consumidor.

No Brasil, as formas de resolução alternativas de conflitos do consumidor são utilizadas a algum tempo. A partir do momento da popularização dos meios de compra pelas

redes de internet, surgiram sites que se propunham a receber as reclamações dos consumidores e intermediar o contato entre fornecedores e seus clientes, para que assim encontrem uma solução para o problema. Contudo, esses sites não eram tão eficazes quando as ODRs são atualmente.

Ainda que não seja possível a responsabilização da fornecedora, nos casos de *e-commerce*, em que a empresa não possui qualquer representação em território Brasileiro, a forma mais simples é que o cliente venha a recorrer às vias digitais disponibilizadas pelo sítio eletrônico da empresa.

Essas plataformas utilizam método que está de encontro com os modelos tradicionais de mediação, conciliação e arbitragem. Entretanto, diferente delas que fazem uso de mediadores, conciliadores e árbitro respectivamente, as ODRs utilizam inteiramente do uso de softwares para a resolução do conflito com o cliente.

Porém, mesmo que se tenha as ODRs para a resolução dos conflitos consumeristas, nem sempre são realizados acordos, já que em alguns casos o cliente acaba não aceitando a solução proposta pela empresa. Há então a busca pelos meios tradicionais de resolução de conflitos, ou seja, o litígio é levado ao Judiciário.

Nos casos em que a empresa possui representação em território Brasileiro, o problema se torna mais fácil de ser solucionado. Porém, com os avanços das redes e principalmente da possibilidade de o consumidor adquirir produtos estrangeiros e receber no Brasil, a chance do consumidor ter mais dificuldade de acesso ao consenso com o fornecedor aumenta.

Dessa forma, caso o consumidor necessite recorrer ao sistema judiciário há a hipótese da responsabilização por eventual dano seja cobrada daqueles que estejam nas intermediações da relação de consumo. O caso mais comum é que há litígios no Judiciário e a responsabilização do sistema de pagamento, ou seja, as empresas que intermediam a relação de pagamento da compra. Essas assumem a responsabilidade solidária, já que obtém lucro daquela relação de consumo.

Assim, é errôneo considerar que em caso de dano ao consumidor, não há formas de ocorrer a responsabilização do fornecedor. As relações de consumo possuem uma estrutura que possibilita que a responsabilidade recaia sobre outro indivíduo que se beneficie dela. Dessa forma, o consumidor não estará totalmente desamparado nos casos em que ocorrer litígio.

4. REFERÊNCIAS

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em: 21 de mar. de 2020.

BRASIL. **Decreto nº 7.962 de 15 de março de 2013**. Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7962.htm>. Acesso em: 12 de mar. De 2020.

BRASIL. **Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em: 13 de jan. De 2020.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Acórdão nº 2017.0000355110**. Relator: Mourão Neto. DJ: 09 de mai. de 2017. **Digesto**, 2018. Disponível em: <<https://www.digesto.com.br/jurisprudencia#acordaoExpandir/18526915>>

Contrato do Usuário do PayPal. **PayPal**. Disponível em: <https://www.paypal.com/br/webapps/mpp/ua/useragreement-full?locale.x=pt_BR#8> Acesso em: 18 de jun. de 2020.

GRINOVER, Ada Pellegrini *et. al.* **Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. 7. e.d. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.

LIMA, Gabriela Vasconcelos; FEITOSA, Gustavo Raposo Pereira. Online dispute resolution (ODR): a solução de conflitos e as novas tecnologias. Revista do Direito, Santa Cruz do Sul, v. 3, n. 50, p. 53- 70, set. 2016. ISSN 1982-9957. Disponível em: <<https://online.unisc.br/seer/index.php/direito/article/view/8360>>. Acesso em: 18 de jun. de 2020.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 4. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais. 2002. p. 250 – 335.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 12. ed. São Paulo: Editora Saraiva Educação, 2018.

PINHEIRO, Patrícia Peck. **Direito Digital**. 5.ed. rev. atual. e ampl. de acordo com as Leis n. 12.735 e 12.737, de 2012. São Paulo: Saraiva, 2013. p. 72.

RIBEIRO, Felipe. **AliExpress e Wish lideram e-commerce internacional no Brasil**. Canaltech, 25 set. 2019. Disponível em: <https://canaltech.com.br/e-commerce/aliexpress-e-wish-lideram-e-commerce-internacional-no-brasil-150723/#:~:text=O%20e%2Dcommerce%20estrangeiro%20mais,%2C%20com%2023%2C8%25>. Acesso em: 18 de jun. de 2020.

SALAMA, Bruno Meyerhof. Menos do que o dono, mais do que o parceiro de truço: contra a desconsideração da PJ para responsabilização de procurador de sócio de empresa. Revista de Direito GV. São Paulo, v. 8, n. 1, p. 329-358, jan/jun. 2012.

SILVA, José Alberto Quadros de Carvalho. **Código de Defesa do Consumidor Anotado e Legislação Complementar**. 6. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2008.

VENTURA, Luis Henrique. **Comércio e contratos eletrônicos: aspectos jurídicos**. 2. ed. Bauru: EDIPRO, 2010.

VIÑALS, Immaculada Barral. Consumidores, online dispute resolution y reclamaciones de pequeña cuantía. Revista Democracia Digital e Governo Eletrônico, Florianópolis, v. 10, p. 394-415, 2014. Disponível em: <http://buscalegis.ufsc.br/revistas/index.php/observatoriodoegov/article/view/205> Acesso em: 18 de jun. de 2020.

Contatos: demoraviana@gmail.com e bruno.croce@mackenzie.br