



UEPB

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS III - GUARABIRA/PB
CENTRO DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE DIREITO
CURSO DE BACHARELADO EM DIREITO**

LUANA BEZERRA BONATES DANIEL

**RESPONSABILIDADE CIVIL DAS PLATAFORMAS INTERMEDIADORAS DE
MARKETPLACE PELA COMPRA E VENDA DE PRODUTOS VIA INTERNET:
UMA ANÁLISE À LUZ DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E DA LEI Nº
12.965/2014**

**GUARABIRA/PB
2023**

LUANA BEZERRA BONATES DANIEL

**RESPONSABILIDADE CIVIL DAS PLATAFORMAS INTERMEDIADORAS DE
MARKETPLACE PELA COMPRA E VENDA DE PRODUTOS VIA INTERNET:
UMA ANÁLISE À LUZ DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E DA LEI Nº
12.965/2014**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)
apresentado ao Departamento do Curso de
Direito da Universidade Estadual da Paraíba,
como requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Direito.

Orientador(a): Prof^a. Ma. Paula Isabel Nóbrega Introine Silva

**GUARABIRA/PB
2023**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

D184r Daniel, Luana Bezerra Bonates.

Responsabilidade civil das plataformas intermediadoras de marketplace pela compra e venda de produtos via internet [manuscrito] : uma análise à luz do Código de Defesa do Consumidor e da Lei nº 12.965/2014 / Luana Bezerra Bonates Daniel. - 2023.

26 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Humanidades, 2023.

"Orientação : Profa. Ma. Paula Isabel Nóbrega Introine Silva, Coordenação do Curso de Direito - CH."

1. Responsabilidade Civil. 2. Intermediação. 3. Marketplace. 4. E-commerce. I. Título

21. ed. CDD 347

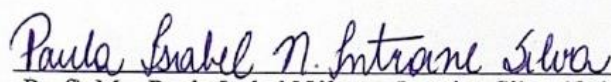
LUANA BEZERRA BONATES DANIEL

RESPONSABILIDADE CIVIL DAS PLATAFORMAS INTERMEDIADORAS DE
MARKETPLACE PELA COMPRA E VENDA DE PRODUTOS VIA INTERNET:
UMA ANÁLISE À LUZ DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E DA LEI Nº
12.965/2014

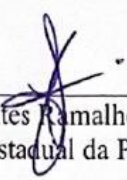
Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)
apresentado ao Departamento do Curso de
Direito da Universidade Estadual da Paraíba,
como requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Direito.

Aprovada em: 30/11/23

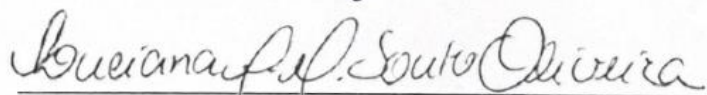
BANCA EXAMINADORA



Prof.ª. Ma. Paula Isabel Nóbrega Introine Silva (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof.ª. Ma. Izabelle Pontes Ramalho Wanderley Monteiro
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof.ª. Ma. Luciana Maria Moreira Souto de Oliveira
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

À minha mãe, por nunca medir esforços para que eu sempre realize meus sonhos, dedico.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

B2C	Business to Consumer
CC	Código Civil
CDC	Código de Defesa do Consumidor
E-commerce	Expressão criada para se referir ao comércio eletrônico
REsp	Recurso Especial
STJ	Superior Tribunal de Justiça
USP	Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	07
2	NOÇÕES GERAIS SOBRE DIREITO DO CONSUMIDOR	08
2.1	Aspectos norteadores de uma relação consumerista	08
2.2	Responsabilidade civil à luz do Código Civil e do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90)	11
3	MARKETPLACE E COMÉRCIO ELETRÔNICO	13
3.1	Breve histórico legislativo e a legalidade do marketplace.....	13
3.2	Responsabilidade civil aplicada às plataformas intermediadoras de marketplace.....	16
4	AUSÊNCIA DE UMA LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA E O PATENTE PREJUÍZO AO CONSUMIDOR.....	20
5	CONCLUSÃO	22
	REFERÊNCIAS	23

**RESPONSABILIDADE CIVIL DAS PLATAFORMAS INTERMEDIADORAS DE
MARKETPLACE PELA COMPRA E VENDA DE PRODUTOS VIA INTERNET:
UMA ANÁLISE À LUZ DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E DA LEI Nº
12.965/2014**

**CIVIL LIABILITY OF INTERMEDIATE MARKETPLACE PLATFORMS FOR THE
PURCHASE AND SALE OF PRODUCTS VIA THE INTERNET:
AN ANALYSIS IN THE LIGHT OF THE CONSUMER PROTECTION CODE AND
LAW NO. 12.965/2014**

Luana Bonates¹

RESUMO

O presente artigo aborda reflexões acerca do instituto da responsabilidade civil à luz do Código de Defesa do Consumidor e da Lei nº 12.965/2014 (Marco Civil da Internet), versando particularmente sobre a relação entre consumidor, fornecedor e uma plataforma intermediadora de marketplace na compra e venda de produtos via internet. Ora, quais as implicações jurídicas, no âmbito da responsabilidade civil, ante a ausência de uma legislação específica sobre comércio eletrônico? O objetivo deste trabalho é apontar a vulnerabilidade na qual se encontram os consumidores no universo virtual, tendo em vista a inexistência de uma normativa própria. Nesse sentido, o método de pesquisa utilizado foi o dedutivo qualitativo e quantitativo, efetuando uma análise bibliográfica, documental, jurisprudencial e legislativa, iniciando por conceitos basilares do Direito do Consumidor até a sua atual aplicação. Assim, verificou-se que o direito se utiliza de normativas do Direito Civil, do Direito do Consumidor e de legislações esparsas sobre comércio eletrônico, a fim de solucionar os casos concretos. Desse modo, chegou-se ao resultado de que a atribuição de uma responsabilidade civil, objetiva e solidária, é a que melhor protege os consumidores face aos abusos jurídicos praticados por essas grandes empresas, resguardando-os dos riscos decorrentes da ausência de uma norma adequada.

Palavras-chave: Responsabilidade Civil. Intermediação. Marketplace. E-commerce.

ABSTRACT

This paper addresses considerations of the civil responsibility institute after the Consumer Defense Code and Law of number ° 12.965/2014, that refers to the Draft Bill Proposition on Regulatory Civil Rights Framework for Internet, specifically looking at the relationship between customer, vendor and a connecting marketplace platform for online sales. We question if there is a specific legislation in the Brazilian legal framework that concerns online commerce and civil responsibility, and aim to point out the vulnerability placed on consumers when it comes to online sales, considering the lack of proper regulation. We use the deductive method paired with a bibliographic, documentary, jurisprudential and legislative review, going from the fundamental concept of consumer law to its most recent applications. Thus, we have verified that the law applies regulations from Civil Rights, Consumer Law and scattered legislation on e-commerce in order to solve real cases. Therefore, we have come to the conclusion that the best way to protect consumers from the abuse of legal forms practiced by great firms is to attribute civil responsibility to them, objectively and agreeably, defending customers from subsequent risks from the absence of proper regulation.

¹ Bacharelada do curso de Direito pela Universidade Estadual da Paraíba - Campus III - Centro de Humanidades - Guarabira/PB, luanabonates@hotmail.com.

Keywords: Civil Responsibility. Intermediation. Marketplace. E-commerce.

1 INTRODUÇÃO

Ao passar dos séculos, as relações comerciais foram mudando sua forma de ser, evoluindo nas maneiras de chegar até o consumidor, no modo como acontece a venda, bem como nas ferramentas utilizadas para a realização do negócio. Com isso, visando tornar a compra e venda mais lucrativa para os fornecedores de produtos e serviços, além de buscar praticidade para os clientes na hora da aquisição, as empresas começaram a migrar para o universo digital, atendendo nas modalidades física e virtual ou, simplesmente, nesta última.

Nesse sentido, o chamado *e-Commerce* tem conquistado cada vez mais espaço no cenário comercial presente, tendo em vista os vastos benefícios oriundos dessa forma de fazer negócio. Assim, embora existam vários fatores para explicar esse crescimento, um recorte relevante para essa análise será o dos últimos 4 anos, levando-se em consideração os períodos pré-pandemia, durante a pandemia e pós-pandemia do Covid-19.

Vale destacar que, além do notório crescimento do *e-Commerce* nos últimos anos, essa forma de comércio foi evoluindo e transformando suas ferramentas de compra e venda de produtos e serviços. Assim, as chamadas plataformas de Marketplace, que podem ser entendidas como um conglomerado de lojas reunidas em um único aplicativo, se tornaram cada vez mais relevantes para aqueles que desejam comodidade e praticidade na hora de realizar suas compras online, seja pelo leque de produtos disponíveis na palma da mão, seja pela quantidade de ofertas com preços mais acessíveis ou, ainda, pela facilidade em encontrar o que se procura.

Nessa perspectiva, são exemplos de plataformas de Marketplace a Shein, Shopee e Magazine Luiza, realizando a venda de seus próprios produtos ou a intermediação nas transações entre fornecedores e consumidores terceiros. Destarte, embora existam diferentes modalidades de marketplace, este trabalho terá como foco o modelo mais convencional, ou seja, o híbrido ou B2C (Business to Consumer).

Logo, é nesse cenário de transações comerciais entre consumidores, fornecedores de produtos e plataformas intermediadoras de marketplace via internet que surge a necessidade de abordagem do instituto da responsabilidade civil. Ora, quais as implicações jurídicas, no âmbito da responsabilidade civil, ante a ausência de uma legislação específica sobre comércio eletrônico? O intuito desta pesquisa é apontar a vulnerabilidade na qual se encontram os consumidores no mercado virtual, tendo em vista a inexistência de uma normativa adequada.

Assim, o presente artigo tem como objetivos específicos analisar as leis vigentes, codificadas ou não, e examinar a jurisprudência dos Tribunais para verificar a maneira como é aplicada a responsabilidade civil aos casos concretos abrangendo consumidores, fornecedores e plataformas intermediadoras de marketplace, haja vista ser uma demanda cada vez mais frequente. Além disso, apontar como pensam alguns doutrinadores no âmbito do direito civil e dos direitos dos consumidores, no que se refere à aplicação do instituto em comento.

Isto posto, refletir como o direito engloba diversas normas presentes no Código Civil, no Código de Defesa do Consumidor, no Decreto nº 7.962/2013 (comércio eletrônico) e na Lei nº 12.965/2014 (Marco Civil da Internet) para realizar a proteção jurídica dos consumidores no universo digital, buscando definir qual tipo de responsabilidade civil deverá ser aplicada para reduzir ou erradicar a vulnerabilidade na qual eles se encontram ao efetuarem a compra de um produto por meio de uma plataforma de marketplace, bem como se existe a necessidade de criação de uma normativa específica que aborde as relações consumeristas no âmbito do comércio eletrônico.

Dessa forma, o método de pesquisa adotado foi o dedutivo qualitativo e quantitativo, realizando uma análise bibliográfica, documental, jurisprudencial e legislativa, partindo de conceitos basilares do Direito do Consumidor até a sua atual aplicação. Com isso, este artigo

debruçou-se sobre manuais de Direito Civil e de Direito do Consumidor de autores renomados como Daniel Amorim e Flávio Tartuce.

Por último, a fim de ilustrar o crescimento do *e-Commerce* nos últimos anos, bem como as reclamações mais frequentes realizadas pelos consumidores sobre o comércio eletrônico, este trabalho apresenta quantitativos retirados do banco de dados da ABComm Forekast (Associação Brasileira de Comércio Eletrônico, 2019-2022) e do Reclame Aqui (recorte de abril a outubro de 2023).

2 NOÇÕES GERAIS SOBRE DIREITO DO CONSUMIDOR

Inicialmente, antes de aprofundar a discussão sobre a responsabilidade civil das plataformas intermediadoras de marketplace pela compra e venda de produtos via internet, um ponto que merece destaque é a caracterização de uma relação consumerista, sendo necessário que conceitos como consumidor e fornecedor sejam apresentados. Além disso, alguns princípios basilares, dispostos no Código de Defesa do Consumidor, são fundamentais para a compreensão da escolha feita pelo legislador brasileiro no momento de responsabilização dessas empresas, apontamentos que serão realizados a partir deste título.

2.1 Aspectos norteadores de uma relação consumerista

De acordo com o art. 2º do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90), “consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. Além disso, a coletividade de pessoas, mesmo indetermináveis, que agir intervindo nas relações consumeristas, assim também será entendida. No que segue, o CDC também conceitua em seu art. 3º, *caput*, a figura de fornecedor, dispondo da presente forma:

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 (Lei nº 8.078/90).

Nesse sentido, para que esteja caracterizada uma relação de consumo, além das figuras de consumidor e fornecedor de produtos ou serviços, Tartuce e Amorim (2020, p. 152-153) afirmam que “são elementos da relação jurídica, adaptados para a relação de consumo:”

- a) *Existência de uma relação entre sujeitos jurídicos, substancialmente entre um sujeito ativo – titular de um direito – e um sujeito passivo – que tem um dever jurídico.* Na relação de consumo, tais elementos são o fornecedor de produtos e o prestador de serviços – de um lado – e o consumidor – do outro lado. Na grande maioria das vezes, as partes são credoras e devedoras entre si, eis que prevalecem nas relações de consumo as hipóteses em que há proporcionalidade das prestações (*signalagma*). Isso ocorre, por exemplo, na compra e venda de consumo e na prestação de serviços, principais situações negociais típicas de consumo.
- b) *Presença do poder do sujeito ativo sobre o objeto imediato, que é a prestação, e sobre o objeto mediato da relação, que é o bem jurídico tutelado (coisa, tarefa ou abstenção).* Na relação de consumo, o consumidor pode exigir a entrega do produto ou a prestação de serviço, nos termos do que foi convenionado e do disciplinado na Lei Consumerista. Nos termos do art. 3º do CDC, constata-se que os elementos objetivos, que formam a prestação da relação de consumo, são o produto e o serviço.
- c) *Evidência na prática de um fato ou acontecimento propulsor, capaz de gerar consequências para o plano jurídico. [...] (Tartuce; Amorim, 2020, p. 152-153).*

Assim, a partir dessa perspectiva, verifica-se que as relações consumeristas não funcionam em equilíbrio, havendo sempre um sujeito ativo e um passivo, estando uma parte em posição de dependência e vulnerabilidade quando comparada à outra. Desse modo, o Código

de Defesa do Consumidor vai estabelecer uma série de princípios numa tentativa de resguardar esse indivíduo, vulnerável e hipossuficiente, dos possíveis abusos ou danos que venham a acontecer.

Vale destacar que nem sempre o consumidor vulnerável será também hipossuficiente, de maneira que, no primeiro caso, essa presunção é absoluta, ou seja, todo aquele que se enquadrar no conceito de consumidor será, imediatamente, entendido como dotado de vulnerabilidade. Com isso, Tartuce e Amorim (2020, p. 85) entendem que:

[...] para se reconhecer a vulnerabilidade, pouco importa a situação política, social, econômica ou financeira da pessoa, bastando a condição de consumidor, enquadramento que depende da análise dos arts. 2º e 3º da Lei 8.078/1990 [...] (Tartuce; Amorim, 2020, p. 85).

Dessa forma, o reconhecimento da condição de vulnerabilidade do consumidor é o princípio mais importante elencado na Lei nº 8.078/90, estando presente já no inciso I, do art. 4º. Além disso, o art. 6º, VIII, do CDC, elenca um outro princípio relevante, sendo ele o da hipossuficiência do consumidor. Ora, a partir dele irão surgir repercussões no âmbito processual de uma relação consumerista, bem como no campo do direito material.

Por conseguinte, diferentemente do princípio da vulnerabilidade no direito do consumidor, o princípio da hipossuficiência não possui presunção absoluta, dependendo de elementos fáticos e de uma análise específica do caso concreto para ser aplicado. Desse modo, o magistrado, ao verificar que o consumidor não detém determinado conhecimento técnico necessário acerca do produto ou serviço, ou ainda que ele não tem acesso a uma prova essencial para a comprovação do seu direito, poderá determinar a inversão do ônus da prova, com fundamento no art. 6º, VIII, do CDC reconhecendo, assim, sua condição de hipossuficiência naquela situação.

Isto posto, vulnerabilidade e hipossuficiência não podem ser confundidas ainda que, na maioria dos casos, elas se apresentem de forma conjunta. Ademais, outros princípios merecem ser explanados para melhor aprofundar as próximas discussões, são eles o da transparência ou da confiança - presentes no art. 4º, *caput*, e art. 6º, III, ambos do CDC -, e o princípio da prevenção e efetiva reparação dos danos no direito do consumidor (art. 6º, VI, CDC).

Nessa perspectiva, é dever do fornecedor prestar todas as informações de maneira clara e adequada para o consumidor, levando para o conhecimento dele, inclusive, os riscos que aquele produto ou serviço pode apresentar. Com isso, o princípio da transparência ou da confiança é uma tentativa do legislador de retirar o consumidor da condição de hipossuficiente oferecendo, de certa forma, uma garantia também ao fornecedor, haja vista a transmissão de informações assegurá-lo de possíveis alegações de omissão ou obscuridade.

Por fim, o princípio da prevenção e da efetiva reparação dos danos transporta para o direito do consumidor o instituto da responsabilidade civil, presente no Código Civil em seus artigos 186 e 927, *caput*, dispostos da seguinte maneira:

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

[...]

Art. 927. Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo (Código Civil, 2002).

Então, por meio do art. 6º, VI, do CDC, depreende-se que o consumidor terá direito à reparação dos danos patrimoniais e extrapatrimoniais, mencionando a figura do dano moral, bem como deixando claro que essa tutela existirá independentemente de os danos terem sido individuais, coletivos ou difusos. Neste ponto, tendo em vista que o consumidor será reparado

integralmente, inclui-se nessa proteção o dano conhecido como a perda de uma chance que, conforme a Ministra Nancy Andrighi do Superior Tribunal de Justiça (STJ), em julgamento do REsp 1.750.233:

A perda de uma chance não tem previsão expressa no nosso ordenamento jurídico, tratando-se de instituto originário do direito francês, recepcionado pela doutrina e jurisprudência brasileiras, e que traz em si a ideia de que o ato ilícito que tolhe de alguém a oportunidade de obter uma situação futura melhor gera o dever de indenizar (REsp n. 1.750.233/SP, relatora Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, Julgado em 05/02/2019, Dje em 08/02/2019).

Todavia, merecem destaque os apontamentos de Tartuce e Amorim (2020, p. 143) que discordam do entendimento da teoria da perda de uma chance como espécie de dano, afirmando que o instituto da responsabilidade civil presente no ordenamento jurídico brasileiro “exige o dano presente e efetivo”. Assim:

Com o devido respeito, vejo com ressalvas o enquadramento da perda de uma chance como nova categoria de dano. Isso porque tais danos são, na grande maioria das situações, prejuízos hipotéticos ou eventuais, sendo certo que o sistema de responsabilidade civil brasileiro exige o dano presente e efetivo, o que pode ser retirado dos arts. 403 e 186 do Código Civil. A perda de uma chance, na verdade, trabalha com suposições, com o *se*. Além disso, as situações descritas pelos adeptos da teoria podem ser resolvidas em sede de danos materiais e morais, sem que a vítima tenha necessidade de provar que a chance é séria e real, o que é fundado em mera probabilidade (Tartuce; Amorim, 2020, p. 143).

Vale destacar que o Código de Defesa do Consumidor traz em seu art. 7º, parágrafo único, a figura da responsabilidade solidária, estabelecendo que, “tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo”. Com isso, a solidariedade na reparação dos danos, entendida como direito básico do consumidor, assume papel fundamental na aplicação da responsabilidade civil às plataformas intermediadoras de marketplace, instituto que será abordado mais à frente

Nesse sentido, a partir dos esclarecimentos apresentados acerca de conceitos essenciais no âmbito do direito do consumidor, ao analisar o caso das intermediadoras de marketplace é possível verificar, claramente, a pessoa que adquire o produto, mas quem o fornece e aquele que faz a ponte entre os dois não é tão evidente. Desse modo, existem três sujeitos nessa relação: o fornecedor do produto a ser vendido, a intermediadora anunciante e vendedora, e o consumidor que realiza a compra diretamente na plataforma.

Destarte, tendo em vista as figuras responsáveis por eventuais danos que venham a ocorrer com o produto não ficarem exatamente claras para o consumidor final, principalmente pelas diversas cláusulas existentes nos termos e condições dessas plataformas, na tentativa de serem desconsideradas ou afastadas ao máximo suas responsabilidades, os consumidores ficam sem saber como proceder para terem seus direitos assegurados, aumentando os riscos de sofrerem danos na internet.

Essa confusão entre o fornecedor e a intermediadora que realiza a venda acontece em diversos momentos como, por exemplo, na hora em que o consumidor realiza a compra ou quando precisa responsabilizar o fornecedor ou intermediador por danos existentes em seu produto. Com isso, embora o comprador saiba que se trata de uma plataforma de marketplace, a partir do princípio da confiança ele acredita na credibilidade da empresa anunciante, mesmo que não saiba quem fornece, de fato, o produto que nela está sendo vendido.

Portanto, embora existam vários sujeitos envolvidos – consumidor, fornecedor e intermediador –, continua existindo entre eles uma relação de consumo que, conforme será discutido a seguir, gerará uma responsabilidade civil por eventuais danos causados aos compradores dos produtos nas plataformas de marketplace.

2.2 Responsabilidade Civil à luz do Código Civil e do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90)

O instituto da Responsabilidade Civil encontra-se disposto no art. 927, do Código Civil de 2002, já mencionado nesta pesquisa, obrigando o causador do dano a reparar aquele que o sofreu. Além disso, conforme art. 186, do CC/2002, haverá a obrigação de indenizar a vítima ainda que o dano sofrido por ela seja exclusivamente moral. Assim, de acordo com esses artigos, a responsabilidade civil é subjetiva, sendo necessária a comprovação de culpa do agente para que exista o dever de indenizar.

Em contrapartida, o parágrafo único, do art. 927, do Código Civil, apresenta uma outra modalidade de responsabilidade civil, denominada objetiva. Com isso, não será necessária a comprovação de culpa do agente para haver o dever de reparar o dano, sendo esta a responsabilidade adotada pelo Código de Defesa do Consumidor.

Nessa perspectiva, merece destaque o conceito de responsabilidade trazido pelo doutrinador José de Aguiar Dias que, apesar de um pouco antigo, elucida claramente o status obrigacional disposto neste instituto. Assim, Dias (2006, p. 5) afirma que a responsabilidade é “a situação de quem, tendo violado uma norma qualquer se vê exposto às consequências desagradáveis decorrentes dessa violação, traduzidas em medidas que a autoridade encarregada de velar pela observação do preceito lhe imponha”.

Além disso, de acordo com Caio Mário da Silva Pereira (2018, p. 28), doutrinador renomado no âmbito da responsabilidade civil:

A responsabilidade civil consiste na efetivação da reparabilidade abstrata do dano em relação a um sujeito passivo da relação jurídica que se forma. Reparação e sujeito passivo compõem o binômio da responsabilidade civil, que então se enuncia como o princípio que subordina a reparação à sua incidência na pessoa do causador do dano. Não importa se o fundamento é a culpa, ou se é independente desta. Em qualquer circunstância, onde houver a subordinação de um sujeito passivo à determinação de um dever de ressarcimento, aí estará a responsabilidade civil (Pereira, 2018, p. 28).

Desse modo, a partir da conceituação do instituto é clarividente que existe uma relação obrigacional na responsabilidade civil, na qual o causador do dano deve reparar o sujeito passivo da relação, a vítima do evento danoso. Ademais, para que se configure o dever de indenizar decorrente dessa obrigação, existem alguns elementos necessários e indispensáveis, consoante art. 927, do CC/2002, são eles: conduta (omissiva ou comissiva), dano, nexo de causalidade e/ou culpa do agente.

Logo, como mencionado anteriormente neste título, o Código de Defesa do Consumidor adota o instituto da responsabilidade civil objetiva, ou seja, é preciso a ocorrência de uma conduta (omissiva ou comissiva) que ocasione um dano, devendo existir um nexo causal entre a prática do agente causador e o resultado danoso, independente da comprovação de culpa, para que se gere o dever de indenizar.

Assim, é do entendimento do legislador que a responsabilidade civil objetiva garante uma maior proteção aos consumidores, parte hipossuficiente e vulnerável em uma relação de consumo. Dessa maneira, dois conceitos intrínsecos à esta modalidade de responsabilização e que merecem ser explorados são o de fato e vício do produto ou do serviço, dispostos entre os arts. 12 a 25, do CDC, elementos que norteiam a condenação dos fornecedores de produtos ou serviços no dever de indenizar as vítimas dos danos que causarem, independentemente da comprovação de culpa.

Isto posto, Simão (2003, p. 9) destaca que:

Quando trata dos vícios, o Código de Defesa do Consumidor pretende proteger exclusivamente a esfera econômica do consumidor, evitando ou reparando-lhe um prejuízo. Ao tratar do defeito (sob a rubrica “fato”), o Código de Defesa do

Consumidor preocupa-se com possíveis danos à integridade física e moral do consumidor e com formas de repará-los em caso de lesão a esses bens (Simão, 2003, p. 9).

Da mesma maneira, Miragem (2013, p. 260) afirma que:

A responsabilidade pelo fato do produto ou do serviço decorre da violação de um dever de segurança, ou seja, quando o produto ou serviço não oferece a segurança que o consumidor deveria legitimamente esperar. Já a responsabilidade pelo vício do produto ou do serviço decorre da violação de um dever de adequação, qual seja, o dever dos fornecedores de oferecer produtos ou serviços no mercado de consumo que sirvam aos fins que legitimamente deles se esperam (Miragem, 2013, p. 260).

Nesse sentido, o fato do produto ou do serviço tem como fundamentos para a responsabilização objetiva do fornecedor, tanto o princípio da confiança, como também o da reparação integral pelos danos por ele ocasionados - conceitos abordados inicialmente neste trabalho -, entendendo que a vulnerabilidade dos consumidores demanda um arcabouço maior de proteção. Com isso, o art. 12, *caput*, do Código de Defesa do Consumidor estabelece que:

Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos (Lei nº 8.078/90).

Ou seja, para o ordenamento jurídico brasileiro, o fornecedor é responsável pelos produtos que disponibiliza no mercado de consumo, independentemente de ele ser o fabricante, o produtor, o construtor ou o importador. Por conseguinte, a responsabilidade pelo fato do produto é aplicada ao comerciante de forma subsidiária, havendo a condenação apenas quando o caso se enquadrar nas previsões do art. 13, do CDC. Assim:

Art. 13. O comerciante é igualmente responsável, nos termos do artigo anterior, quando:
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;
III - não conservar adequadamente os produtos perecíveis (Lei nº 8.078/90).

Ainda no que se refere aos delineamentos da responsabilidade civil encontrados no Código de Defesa do Consumidor, o art. 12, §1º, do CDC, dispõe que o produto só é defeituoso quando não oferece a segurança que dele se espera. Então, o fornecedor, ao colocá-lo no mercado, tem o dever de segurança em relação aos consumidores, deixando claro para eles, pelos princípios da transparência e da informação, os riscos que razoavelmente oferecem aquele produto.

Ademais, conforme estabelecido no art. 7º, parágrafo único, do CDC, havendo mais de um causador do dano, ambos responderão de forma solidária. Dessa forma, tal modalidade de responsabilização ganha destaque no Código por meio do art. 18, *caput*, ao dispor da seguinte maneira:

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 (Lei nº 8.078/90).

Então, a partir dos recortes trazidos do Código de Defesa do Consumidor e do Código Civil, ainda que existam exceções como a do comerciante (art. 13, do CDC), verifica-se que, no âmbito do direito consumerista, a responsabilidade civil adotada é objetiva e solidária, obrigando os fornecedores de produtos ou serviços a repararem os consumidores pelos danos que causarem.

Todavia, merecem relevo neste tópico as causas excludentes de ilicitude abordadas na Lei nº 8.078/90, tendo em vista que, embora exista uma superproteção destinada aos consumidores, o direito à reparação dos danos não é absoluto, resguardando também os fornecedores de produtos ou serviços contra os abusos que possam sofrer. Dessa forma, de acordo com o §3º dos artigos 12 e 14, do CDC:

Art. 12. [...]

§ 3º O fabricante, o construtor, o produtor ou importador só não será responsabilizado quando provar:

- I - que não colocou o produto no mercado;
- II - que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexiste;
- III - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro (Lei nº 8.078/90).

Art. 14. [...]

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

- I - que, tendo prestado o serviço, o defeito inexiste;
- II - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro (Lei nº 8.078/90).

Assim, o Código de Defesa do Consumidor possibilita que as fornecedoras de produtos ou serviços se defendam da má-fé dos consumidores que dão causa aos danos, mas tentam responsabilizá-las de alguma forma. Com isso, ainda que a responsabilidade civil adotada seja objetiva e solidária, pode haver uma flexibilização quando as empresas conseguirem provar, por exemplo, que a culpa pelos danos é exclusiva do consumidor ou de terceiro, conforme art. 12, §3º, III, e art. 14, §3º, II, ambos do CDC, de maneira que não haverá a obrigação de reparar.

Portanto, feitas estas ponderações, os conceitos abordados neste título servirão como base para elucidar como se dará a aplicação do instituto da responsabilidade civil, no âmbito das relações comerciais, envolvendo as plataformas intermediadoras de marketplace. Assim, para chegar ao resultado pretendido, será necessário analisar neste momento o cenário de comércio eletrônico no qual se encontram os marketplaces, objetos do presente trabalho, e sua legalidade.

3 MARKETPLACE E COMÉRCIO ELETRÔNICO

Realizadas as devidas análises conceituais a respeito do direito do consumidor, seus princípios e o instituto da responsabilidade civil aplicada aos fornecedores de produtos ou serviços, vale destacar, a partir de agora, como se dará essa aplicação no âmbito do comércio eletrônico e dos marketplaces, identificando as figuras que serão responsáveis pelos danos que causarem aos consumidores.

Desse modo, a fim de melhor esclarecer a relação comercial e consumerista desta pesquisa será tratado, primordialmente, de um breve histórico legislativo que culminou na legalidade das plataformas intermediadoras de marketplace e, em seguida, será aprofundado como essas empresas responderão face aos danos que causarem aos consumidores.

3.1 Breve histórico legislativo e a legalidade do marketplace

As modificações realizadas no direito brasileiro dependem da observação das transformações sociais que ocorrem com o passar dos anos, atentando-se para as evoluções que interferem diretamente nas relações interpessoais. Com isso, a globalização e o acesso à internet revolucionaram a forma como as pessoas interagem no Brasil e no mundo alterando, inclusive, a maneira como efetuam suas compras.

Nesse sentido, com o surgimento dos smartphones e aplicativos para o celular, a sociedade passou a ter acesso, de forma simples e prática, a produtos espalhados em todo o mundo, podendo pesquisar dentre uma variedade enorme de preços e marcas antes de fazer uma escolha. Assim, para facilitar ainda mais as compras via internet, surgiram as chamadas plataformas intermediadoras de marketplace, delimitando o universo de busca que seria utilizado pelos consumidores e facilitando a venda para os fornecedores dos produtos ou serviços.

Desse modo, de acordo com a ABComm Forekast (Associação Brasileira de Comércio Eletrônico, 2019-2022), de 2019 a 2022, o faturamento do *e-Commerce* saltou de 89.96 bilhões para 169.59 bilhões. Além disso, a quantidade de pedidos realizados pela internet passou de 214.20 milhões em 2019, para 335.16 milhões no auge da pandemia (2021), fechando 2022 com 368.68 milhões de pedidos. Ademais, os compradores online saíram de 68 milhões em 2019 e chegaram a 83.79 milhões em 2022.

Destarte, em razão desse crescimento exponencial, fica difícil para um pequeno empresário ganhar destaque no âmbito da internet quando comparado com grandes empresas como a Amazon e a Americanas, por exemplo. Diante disso, a alternativa para esse comerciante eletrônico desconhecido sobreviver é colocar seus produtos à venda em empresas com maior visibilidade no mercado digital, já dotadas de conhecimento social e credibilidade.

Ora, no cenário virtual, as empresas necessitam mais fortemente de uma imagem que passe confiança para o consumidor, construída a partir de uma série de condutas que demonstrem sua credibilidade seja, por exemplo, na hora de enviar um produto de forma segura, seja por realizar um atendimento individualizado, correspondendo às exigências de cada cliente. Desse modo, Marcelo Barreto de Araújo (2017, p. 115) reforça que a livre concorrência possibilita ao consumidor comparar ainda mais os diversos fornecedores disponíveis no mercado, destacando a importância da credibilidade na realização do comércio. Nisto, ele afirma:

A proteção de dados pessoais, os certificados de segurança, as regras sobre troca e devolução de mercadorias, cláusulas sobre desistência ou cancelamento de um contrato, definição de obrigações do fornecedor e de seus parceiros, canal de reclamações e outros itens ajudam a construir a credibilidade da empresa digital. Num mundo onde se permite a criação de infinidade de sites comerciais, exercita-se mais a livre concorrência e o “freguês” fica mais rigoroso, pois aumenta o poder de comparação entre os concorrentes, sobretudo em relação à ética e à confiabilidade do vendedor ou do prestador de serviços (Araújo, 2017, p. 115).

Por conseguinte, a utilização de uma plataforma de marketplace para anunciar e vender um produto se torna uma alternativa viável para o pequeno comerciante, mais barato, inclusive, do que a manutenção das vendas em uma loja física. Assim, embora existam diferentes modalidades de marketplace, este trabalho terá como foco o modelo mais convencional, ou seja, o híbrido ou B2C (Business to Consumer), sendo esta espécie aquela na qual empresas escolhem uma plataforma para servir de intermediadora entre elas e o consumidor final.

Nessa perspectiva, quem adquire o produto ou serviço não está lidando diretamente com quem o fornece, mas com uma empresa que faz o papel de vendedor responsável. Com isso, são exemplos de plataformas de marketplace na modalidade B2C a Shein, a Shopee e a Magazine Luiza, ambas possuindo aplicativos e sites nos quais vendem produtos seus ou anunciam de terceiros. Dessa maneira, nessa relação comercial existirá uma plataforma de

intermediação, como as exemplificadas acima, um fornecedor que escolhe um marketplace para anunciar e vender o produto, e um consumidor que as acessa para adquiri-lo.

Logo, Tepedino (2001, p. 280), já em 2001, observando as transformações sociais que estavam acontecendo no País à época, presenciou a forma como o Código de Defesa do consumidor foi construído, entendendo as dificuldades que surgiram com o mundo globalizado. Desse modo, ele afirma:

O sistema de responsabilização do Código de Defesa do Consumidor, como se sabe, foi elaborado na esteira da formação de uma sociedade caracterizada pela complexidade tecnológica, com produção em massa e consequente desindividualização do produto e despersonalização dos protagonistas da relação de consumo. O descompasso das estruturas formais com tipologia social emergente evidenciou a necessidade de superação da dicotomia entre a responsabilidade contratual, restrita às partes do negócio jurídico, e a extracontratual, fundada na noção de culpa (Tepedino, 2001, p. 280).

Isto posto, essa abertura para o surgimento de diversas modalidades de comercialização no universo digital se deve ao fato de que, após o Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil, o decreto nº 7.962/2013, regulamentou a Lei nº 8.078/90 para dispor sobre o comércio eletrônico, se adequando às novas formas de fazer negócio. Com isso, merece destaque o art. 3º, inciso III, do decreto supracitado, ao estabelecer que:

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

III - identificação do fornecedor responsável pelo sítio eletrônico e do fornecedor do produto ou serviço ofertado, nos termos dos incisos I e II do art. 2º (Decreto nº 7.962/2013).

Ademais, no ano seguinte adveio a Lei nº 12.965/2014, conhecida como Marco Civil da Internet, momento no qual o comerciante eletrônico passou a ter uma proteção jurídica mais ampla e adequada para sua atuação no universo virtual. Assim, pode-se dizer que, a partir dessa Lei, as diferentes modalidades de negócios digitais adquirem guarida legal para serem exploradas, conforme estabelecido no art. 3º, VIII, da Lei nº 12.965/2014. Nesse sentido:

Art. 3º A disciplina do uso da internet no Brasil tem os seguintes princípios: [...]
VIII - liberdade dos modelos de negócios promovidos na internet, desde que não conflitem com os demais princípios estabelecidos nesta Lei (Lei nº 12.965/2014).

Dessa forma, a junção do Código de Defesa do Consumidor, do Código Civil, do decreto nº 7.962/2013 e da Lei nº 12.965/2014, possibilitou aos fornecedores de produtos ou prestadores de serviços um amplo leque de oportunidades para comercializarem no âmbito do *e-Commerce*, desde que estivessem de acordo com o permitido no ordenamento jurídico brasileiro e disponibilizando aos consumidores todas as informações claras e precisas exigidas pela legislação, seja no que diz respeito ao produto ou serviço, seja em relação aos fornecedores.

Assim, tendo em vista que a modalidade de comercialização abordada nesta pesquisa é a que se utiliza de um marketplace para realizar a venda dos produtos, merece destaque o art. 5º, VII, da Lei nº 12.965/2014, a partir do qual se depreende-se que essas plataformas intermediadoras se enquadram no conceito de aplicações de internet. Dessa maneira:

Art. 5º Para os efeitos desta Lei, considera-se: [...]
VII - aplicações de internet: o conjunto de funcionalidades que podem ser acessadas por meio de um terminal conectado à internet (Lei nº 12.965/2014).

Desse modo, as plataformas de marketplace possuem uma gama de funcionalidades que serão acessadas com o uso da internet como, por exemplo, anunciam produtos que serão acessados pelos consumidores, realizam o recebimento dos valores pela aquisição do bem, repassando para o fornecedor terceiro e, na maioria das vezes, são responsáveis pela entrega ao consumidor.

Nesse sentido, ainda que, de fato, as plataformas intermediadoras de marketplace sejam uma melhor alternativa para o fornecedor de produtos ou serviços, elas são uma opção segura e, ao mesmo tempo, arriscada para o consumidor. Ora, oferecem segurança por, em geral, serem grandes empresas vendendo os produtos, e são arriscadas por comercializarem mercadorias de fornecedores que podem, ou não, ser confiáveis.

Portanto, a pluralidade de fornecedores pode ser perigosa para o consumidor, principalmente no momento de identificar quem será responsabilizado pelo vício e/ou fato do produto ou do serviço. Então, não havendo dúvidas quanto à legalidade das plataformas intermediadoras de marketplace, resta aprofundar as discussões a respeito do instituto da responsabilidade civil aplicado a elas, se objetivo ou subjetivo, se solidário ou subsidiário, consoante será abordado a seguir.

3.2 Responsabilidade civil aplicada às plataformas intermediadoras de marketplace

No título 2 do presente artigo, foram estudados aspectos norteadores de uma relação consumerista e o instituto da responsabilidade civil à luz do Código de Defesa do Consumidor e do Código Civil, demonstrando que no âmbito de uma relação de consumo, a fim de proteger a parte vulnerável e, na maioria das vezes, hipossuficiente, o legislador optou por prever uma responsabilização objetiva e solidária aos fornecedores pelo fato e/ou vício do produto ou do serviço, ou seja, a obrigação de reparar os danos independe da existência de culpa e envolverá todos os agentes causadores do dano.

Nesse sentido, utilizando-se dos conhecimentos adquiridos ao longo deste trabalho, bem como da jurisprudência dos Tribunais a seguir explorada, será discutido como a responsabilidade civil se aplicará nos casos que envolvam uma plataforma intermediadora de marketplace, um fornecedor terceiro e um consumidor.

Isto posto, no âmbito do *e-Commerce*, a partir das normas do Código de Defesa do Consumidor, ainda que exista uma pluralidade de fornecedores (empresa intermediadora de marketplace e fornecedor efetivo do produto), a aplicação da responsabilidade civil se dará de forma objetiva e solidária pelo fato e/ou vício do produto ou do serviço, condenando todos os causadores do dano a reparar o consumidor vítima do evento danoso.

Além disso, essa modalidade de responsabilização é reforçada pelo art. 23, do CDC, ao estabelecer que “a ignorância do fornecedor sobre os vícios de qualidade por inadequação dos produtos e serviços não o exime de responsabilidade”. Ou seja, ainda que o fornecedor, sendo ele o marketplace ou aquele que efetivamente forneceu o produto anunciado, desconheça o vício, deverá responder objetiva e solidariamente pelos danos que causar.

Desse modo, a 4ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Estado da Paraíba, ao analisar um recurso de apelação interposto por uma empresa intermediadora de vendas, decidiu:

APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DE RESSARCIMENTO CUMULADA COM INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. COMPRA ONLINE. RESPONSABILIDADE OBJETIVA E SOLIDÁRIA DA EMPRESA INTERMEDIADORA DA VENDA. RESTITUIÇÃO DOS VALORES PAGOS NA TRANSAÇÃO FRACASSADA. CONFIGURAÇÃO DE DANOS MORAIS. APELO DESPROVIDO. – As empresas que prestam serviço de intermediação de vendas online respondem objetiva e solidariamente pelos danos causados aos consumidores com base no CDC, quando verificada a sua integração à cadeia de fornecimento de produtos e serviços. – Uma vez provado o dano material sofrido

pelo consumidor através do comprovante de pagamento pelo produto, cabe ao corresponsável o ressarcimento do quantum respectivo. – Verificado o nexo de causalidade entre as condutas do apelante e o abalo à honra do autor, capazes de atingir os direitos de natureza extrapatrimonial da apelada, justifica-se a imposição de reparação por danos morais, seguindo parâmetros da razoabilidade e equidade. – O montante R\$ 1.200,00 (um mil e duzentos reais) não se revela exacerbado, pois observa os critérios de proporcionalidade e razoabilidade, sem implicar enriquecimento ilícito do beneficiário, atendendo, ainda, ao objetivo de inibir o ofensor da prática de condutas futuras semelhantes. VISTOS, relatados e discutidos os presentes autos. ACORDA a Quarta Câmara Cível do Tribunal de Justiça da Paraíba, negar provimento ao recurso apelatório, nos termos do voto do relator, unânime (0802835-67.2019.8.15.0001, Rel. Des. Oswaldo Trigueiro do Valle Filho, Apelação Cível, 4ª Câmara Cível, juntado em 15/12/2020).

Assim, a decisão de 2020, após verificar o preenchimento de todos os requisitos para a aplicação da responsabilidade civil, condenou a empresa intermediadora da venda a indenizar a vítima de forma objetiva e solidária, estando em pleno acordo ao estabelecido pelo Código de Defesa do Consumidor e pelo Código Civil.

Em outro julgamento, já em 2022, a 3ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Estado da Paraíba, reforçou o instituto da responsabilidade objetiva e solidária ao reconhecer que a empresa intermediadora do serviço era parte legítima para figurar no polo passivo da ação de indenização por vício na prestação do serviço. Dessa forma, a Corte decidiu:

APELAÇÃO CÍVEL. PRIMEIRA PRELIMINAR. INCOMPETÊNCIA DA JUSTIÇA ESTADUAL. LIDE QUE VERSA SOBRE LESÕES NAS ESFERAS PATRIMONIAL E EXTRAPATRIMONIAL. AUSÊNCIA DE INTERESSE DA UNIÃO. REJEIÇÃO. Sob a ótica da abstração, em que pesem os argumentos relativos ao deslocamento da competência para a justiça federal, verifico que a pretensão material delineada na petição inicial versa tão somente sobre lesões de natureza material e moral decorrentes de embaraços relacionados a higidez de diploma de mestrado, e essas circunstâncias caracterizam a jurisdição da justiça estadual. SEGUNDA PRELIMINAR. CONDIÇÕES DA AÇÃO. ALEGAÇÃO DE ILEGITIMIDADE PASSIVA DO INTERMEDIADOR DO SERVIÇO. ATRIBUIÇÃO DE RESPONSABILIDADE TÃO SOMENTE À INSTITUIÇÃO DE ENSINO. RELAÇÃO DE CONSUMO. SOLIDARIEDADE DOS PARTICIPANTES DA CADEIA DE CONSUMO. PETIÇÃO QUE NARRA SUPOSTO VÍCIO NO SERVIÇO. INCIDÊNCIA DA TEORIA DA ASSERÇÃO. VÍCIO PROCESSUAL NÃO CONFIGURADO. REJEIÇÃO. Considerando que a responsabilidade dos participantes da relação de consumo é solidária, o consumidor tem a faculdade de demandar contra quaisquer daqueles que intervieram no liame obrigacional, caracterizando, via de consequência, a legitimidade da apelante para estar no polo passivo do feito. MÉRITO. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO. INVESTIMENTO EM CURSO DE MESTRADO. AUSÊNCIA DE EXPEDIÇÃO DE DIPLOMA. COMPROVAÇÃO. RESTITUIÇÃO DO VALOR PAGO PELA AQUISIÇÃO DO SERVIÇO. DANO MORAL. CONSUMIDOR QUE DEIXOU DE DESFRUTAR OS BENEFÍCIOS OFERTADOS PELOS DEMANDADOS. VIOLAÇÃO AO DIREITO DA PERSONALIDADE. ATOS QUE ULTRAPASSAM A ESFERA DO MERO ABORRECIMENTO. PRESTAÇÃO INDENIZATÓRIA ARBITRADA DENTRO DOS LIMITES DA PROPORCIONALIDADE E DA RAZOABILIDADE. EXTENSÃO QUE ATENDE AOS EFEITOS REPRESSIVO E PEDAGÓGICO. DESPROVIMENTO. 1. A responsabilidade dos fornecedores, segundo o CDC (art. 12), é objetiva. Portanto, independentemente da culpa dos fornecedores, eles respondem pelos danos causados aos consumidores, em razão de defeitos decorrentes de projeto e fabricação de seus produtos. 2. Nas relações de consumo, caso o defeito do produto ou serviço não seja sanado, faz surgir para o consumidor a faculdade de escolher a restituição imediata da quantia adimplida. 3. Caracteriza dano moral na situação em que o consumidor encontra-se impedido de desfrutar dos benefícios decorrentes do título de mestrado. 4. Para fixação da indenização por danos morais, deve-se levar em consideração as circunstâncias de

cada caso concreto, tais como a natureza da lesão, as consequências do ato, o grau de culpa, as condições financeiras das partes, atentando-se para a sua dúplici finalidade, qual seja, meio de punição e forma de compensação à dor da vítima, não permitindo o seu enriquecimento imotivado. Vistos, relatados e discutidos os presentes autos acima identificados. Acordam os desembargadores da Terceira Câmara Cível do Tribunal de Justiça, por unanimidade, em rejeitar as preliminares e, no mérito, por igual votação, negar provimento ao apelo (0822785-67.2016.8.15.0001, Rel. Des. Marcos Cavalcanti de Albuquerque, Apelação Cível, 3ª Câmara Cível, juntado em 23/09/2022).

Nessa perspectiva, as decisões supracitadas respeitaram o que preceitua o ordenamento jurídico brasileiro e, mais que isso, se adequando às transformações sociais ocorridas nas últimas décadas, deixaram clarividente que todos os envolvidos na cadeia de consumo - fornecedor terceiro e plataforma intermediadora de marketplace - responderão conjuntamente pelos danos que causarem aos consumidores, independente da comprovação de culpa, conforme estabelece também o CDC em seu art. 25, § 1º, “havendo mais de um responsável pela causação do dano, todos responderão solidariamente pela reparação prevista nesta e nas seções anteriores”.

Ademais, percebe-se que a legislação e as próprias decisões proferidas pelos Tribunais buscam garantir a segurança, a confiança, a transparência e outros direitos básicos dos consumidores, já abordados na presente pesquisa, principalmente por, na maioria das vezes, o fornecedor terceiro, aquele que envia o produto aos marketplaces para ser vendido, não ser tão facilmente identificado pela pessoa que está realizando a compra.

Vale ressaltar que o Código de Defesa do Consumidor não previu o surgimento do marketplace, não havendo uma legislação específica sobre essa forma de comercialização e que aborde, de forma particular, a responsabilidade civil aplicada a essas empresas. Além disso, a Lei nº 12.965/2014, tem como princípio, consoante art. 3º, VI, que a responsabilização dos agentes ocorrerá de acordo com a atividade desenvolvida por eles, nos termos da lei.

Dessa forma, a partir do princípio supracitado, a responsabilização da intermediadora de marketplace será apurada a partir do papel desenvolvido por ela, entendimento que foi reforçado no julgamento do REsp n. 2.067.181/PR pela Terceira Turma do STJ, de relatoria da Ministra Nancy Andrighi, que assim decidiu:

RECURSO ESPECIAL. AÇÃO DE COMPENSAÇÃO POR DANOS MATERIAIS E MORAIS. AQUISIÇÃO DE VEÍCULO CLONADO ANUNCIADO À VENDA NA PLATAFORMA OLX. FALHA NA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS. INEXISTÊNCIA. FATO EXCLUSIVO DE TERCEIRO. ROMPIMENTO DO NEXO CAUSAL.

1. Ação de compensação por danos materiais e morais ajuizada em 21/02/2018, da qual foi extraído o presente recurso especial interposto em 17/05/2021 e concluso ao gabinete em 02/05/2023.
2. O propósito recursal consiste em definir se a OLX pode ser responsabilizada pelos danos decorrentes da aquisição de veículo clonado anunciado em sua plataforma.
3. O responsável pela plataforma de comércio eletrônico, ao veicular ofertas de produtos, disponibilizando sua infraestrutura tecnológica, assume a posição de fornecedor de serviços. O serviço fornecido consiste na "disponibilização de espaço virtual na internet para facilitação e viabilização de vendas e compras de bens e contratação de serviços.
4. Os sites classificados auferem receita por meio de anúncios publicitários, não cobrando comissão pelos negócios celebrados. Não se lhes pode impor a responsabilidade de realizar a prévia fiscalização sobre a origem de todos os produtos, por não se tratar de atividade intrínseca ao serviço prestado. Todavia, sob a ótica da diligência média que se espera do provedor, é razoável exigir que mantenham condições de identificar cada um de seus anunciantes, a fim de que nenhum ilícito caia no anonimato. Logo, o site de classificados não responde por vícios ou defeitos do produto ou serviço. Por outro lado, os sites de intermediação são remunerados pelos

serviços prestados, geralmente por uma comissão consistente em percentagem do valor da venda. Assim, a depender do contexto, a OLX poderá enquadrar-se como um simples site de classificados ou, então, como uma verdadeira intermediária.

5. Para o surgimento do dever de indenizar, é indispensável que haja um liame de causalidade entre a conduta do agente e o resultado danoso. Nessa linha, caso verificado o fato exclusivo de terceiro, haverá o rompimento do nexo causal entre o prejuízo e aquele a quem se atribui a autoria (art. 14, § 3º, II, do CDC).

6. No particular, os recorridos adquiriram um veículo que havia sido anunciado na plataforma da recorrente (OLX). Após concluída a transação, tomaram conhecimento de que se tratava de automóvel clonado. No entanto, a operação de compra e venda do veículo foi concretizada integralmente fora da plataforma, não tendo o fraudador utilizado nenhuma ferramenta colocada à disposição pela recorrente.

Tal circunstância evidencia que, na hipótese, a OLX funcionou não como intermediadora, mas como mero site de classificados. A fraude perpetrada caracteriza-se como de fato de terceiro que rompeu o nexo causal entre o dano e o fornecedor (art. 14, § 3º, II, do CDC).

7. Recurso especial conhecido e provido (REsp n. 2.067.181/PR, relatora Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, julgado em 8/8/2023, DJe de 15/8/2023).

Noutro ponto, conforme mencionado no título 2 desta pesquisa, existem cláusulas excludentes de ilicitude que podem ser utilizadas pelos fornecedores para afastar suas responsabilidades pelo fato e/ou vício do produto ou do serviço como, por exemplo, a comprovação de culpa exclusiva da vítima ou de terceiro (art. 12, §3, III e art. 14, §3, II, ambos do CDC).

Isto posto, as intermediadoras de marketplace podem valer-se dessa excludente para transferir a responsabilidade, sobre eventuais danos causados aos consumidores, para o fornecedor original do produto ou serviço, aquele que utilizou a plataforma para anunciar e concretizar sua venda. Assim, no julgamento do REsp n. 1.836.349/SP, de relatoria do Ministro Marco Aurélio Bellizze, em situação que também envolvia a plataforma “OLX”, a Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça decidiu:

RECURSO ESPECIAL. AÇÃO DE RESTITUIÇÃO DE QUANTIA PAGA C.C. REPARAÇÃO POR DANOS MORAIS E MATERIAIS. COMPRA E VENDA DE VEÍCULO NA PLATAFORMA "OLX". FRAUDE COMETIDA PELO SUPOSTO FORNECEDOR. SOCIEDADE EMPRESARIAL QUE ATUOU COMO MERO SITE DE CLASSIFICADOS, DISPONIBILIZANDO A BUSCA DE MERCADORIAS E SERVIÇOS NA INTERNET, SEM QUALQUER INTERMEDIÇÃO NOS NEGÓCIOS JURÍDICOS CELEBRADOS. AUSÊNCIA DE RESPONSABILIDADE. CULPA EXCLUSIVA DA VÍTIMA E DE TERCEIROS CARACTERIZADA. ACÓRDÃO RECORRIDO MANTIDO. RECURSO ESPECIAL DESPROVIDO.

1. A controvérsia posta nos autos cinge-se em saber se a sociedade empresarial que disponibiliza espaço para anúncios virtuais de mercadorias e serviços (no caso, a plataforma "OLX") faz parte da cadeia de consumo e, portanto, deverá ser responsabilizada por eventuais fraudes cometidas pelos usuários.

2. A relação da pessoa com o provedor de busca de mercadorias à venda na internet sujeita-se aos ditames do Código de Defesa do Consumidor, ainda que o serviço prestado seja gratuito, por se tratar de nítida relação de consumo, com lucro, direto ou indireto, do fornecedor.

3. Não obstante a evidente relação de consumo existente, a sociedade recorrida responsável pela plataforma de anúncios "OLX", no presente caso, atuou como mera página eletrônica de "classificados", não podendo, portanto, ser responsabilizada pelo descumprimento do contrato eletrônico firmado entre seus usuários ou por eventual fraude cometida, pois não realizou qualquer intermediação dos negócios jurídicos celebrados na respectiva plataforma, visto que as contratações de produtos ou serviços foram realizadas diretamente entre o fornecedor e o consumidor.

4. Ademais, na hipótese, os autores, a pretexto de adquirirem um veículo "0 km", por meio da plataforma online "OLX", efetuaram o depósito de parte do valor na conta de

pessoa física desconhecida, sem diligenciar junto à respectiva concessionária acerca da veracidade da transação, circunstância que caracteriza nítida culpa exclusiva da vítima e de terceiros, apta a afastar eventual responsabilidade do fornecedor.

5. Recurso especial desprovido (REsp n. 1.836.349/SP, relator Ministro Marco Aurélio Bellizze, Terceira Turma, julgado em 21/6/2022, DJe de 24/6/2022.).

Por conseguinte, enquanto o Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil asseguram a responsabilização objetiva e solidária para todos os envolvidos na cadeia de consumo incluindo, neste caso, o fornecedor do produto e a plataforma intermediadora de marketplace, a Lei nº 12.965/2014 afirma que essa responsabilidade deverá ser apurada de acordo com a atividade efetivamente desenvolvida por cada participante da cadeia consumerista.

Além disso, o art. 18, da Lei nº 12.965/2014 preceitua que “o provedor de conexão à internet não será responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros”. Ora, o conteúdo exposto nas intermediadoras de marketplace comumente é gerado por fornecedores terceiros que utilizam essas plataformas para anunciarem seus produtos.

Portanto, o que se nota é uma dificuldade imposta ao Judiciário quando da aplicação do direito, encontrando embates no momento de adequação do fato à norma. Com isso, a responsabilidade civil aplicada às plataformas intermediadoras de marketplace, ora é objetiva e solidária, ora é subjetiva, não havendo uma jurisprudência uniforme sobre o tema, gerando insegurança para o consumidor, parte vulnerável de uma relação consumerista. Assim, a partir desta perspectiva, o presente artigo abordará a seguir os prejuízos patentes pela inexistência de uma legislação específica.

4 AUSÊNCIA DE UMA LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA E O PATENTE PREJUÍZO AO CONSUMIDOR

Ao longo do título anterior da presente pesquisa, foram trazidos alguns recortes de uma vasta jurisprudência envolvendo intermediadoras de marketplace. Todavia, a análise resultou em uma clarividente contradição dos Tribunais quando da aplicação da responsabilidade civil a essas plataformas.

Nesse sentido, não se pode culpar o Judiciário por buscar o melhor cumprimento do direito, adequando o fato à norma a partir da análise dos casos concretos. Além disso, o próprio Código de Defesa do Consumidor previu a possibilidade de utilização do diálogo das fontes para buscar uma maior proteção aos consumidores. Com isso, estabelece o art. 7º, *caput*, da Lei nº 8.078/90:

Art. 7º Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade (Lei nº 8.078/90).

Ademais, vale ressaltar que o direito digital é um ramo jurídico novo e que sofre alterações ainda mais rápidas do que qualquer outra área, tendo em vista as transformações tecnológicas que ocorrem diariamente. Assim, também não é culpa do legislador a velocidade na qual as modificações sociais acontecem, de maneira que uma lei criada hoje, poderá estar obsoleta amanhã.

Desse modo, o Marco Civil da Internet, embora seja mais recente do que o Código de Defesa do Consumidor, não conseguiu tipificar o enquadramento exato das intermediadoras de marketplace por, na grande maioria das vezes, essas plataformas possuírem uma infinidade de funções. Nessa perspectiva, Felipe Oliveira de Castro Rodriguez Alvarez (2020, p. 222-223) para demonstrar o conflito normativo existente entre o Código de Defesa do Consumidor e a

Lei nº 12.965/2014, utiliza o exemplo de uma plataforma intermediadora de serviço de transporte, realizando a seguinte exposição:

Assim, de forma prática, cite-se o caso de um usuário que ingressa no aplicativo através do cadastro de informações pessoais inverídicas, com o firme propósito de não ser identificado à medida que pretende constranger motorista credenciado através de assalto à mão armada.

Numa análise pura da responsabilidade do provedor no fornecimento dos dados, a reparação tornar-se-ia difícil.

A uma porque o compromisso legal do Marco Civil da Internet daria ao provedor a mera obrigação de informar os dados cadastrados, ainda que sabidamente inverídicos.

A duas, porque se inverídicos, torna-se imprestável à identificação do ofensor.

E a três, porque o próprio exercício do direito por parte do ofendido estaria submetido à subjetividade, isto é, evidência da ocorrência de um ato ilícito e outros pressupostos da responsabilidade civil subjetiva, tão somente para alcançar os dados, nem olvidar que haveria de realizar perseguição ao ofensor (Alvarez, 2020, p. 222-223).

Ou seja, caso fosse utilizada a responsabilização adotada pela Lei nº 12.965/2014, face a impossibilidade de identificação do fornecedor terceiro, o consumidor não teria como ser indenizado pelos danos sofridos e, tampouco, a intermediadora de marketplace seria condenada em qualquer valor.

Vale destacar que a Lei nº 13.709/2018, conhecida como Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), segue o mesmo entendimento do Marco Civil da Internet, bem como se atenta, mais especificamente, ao tratamento dos dados pessoais no ambiente digital do que com as relações consumeristas ocorridas nesse espaço, não havendo uma preocupação em prever uma proteção direcionada aos consumidores.

Assim, imputar uma responsabilidade civil subjetiva às plataformas intermediadoras de marketplace, retira dos consumidores sua segurança, direito fundamental previsto na própria Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 (art. 5º, XXXII, CRFB/88). Com isso, a vulnerabilidade dos consumidores frente às novas modalidades de comercialização no universo eletrônico se torna ainda mais evidente e confirma que, embora a condição de hipossuficiência nas relações consumerista não seja regra, não pode mais ser entendida como exceção afinal, o conhecimento de como funcionam essas intermediadoras é limitado a um grupo seletivo da sociedade.

Além disso, a popularização dos marketplaces e a globalização fizeram com que a população brasileira tivesse acesso a plataformas espalhadas em todo o mundo, de origem nacional ou estrangeira, tornando-se ainda mais difícil para o consumidor identificar em qual momento ocorreu a falha na compra que resultou em um prejuízo patrimonial ou extrapatrimonial ou, até mesmo, se ele está diante de um caso de vício ou de fato do produto ou do serviço.

Nesta perspectiva, o Reclame Aqui (2023), site amplamente conhecido por servir como ponte entre as reclamações apresentadas pelos consumidores e as resoluções propostas pelas empresas reclamadas, realizou um levantamento de dados para construir um ranking com o resultado das reclamações feitas nos últimos 6 meses na América Latina, levando em consideração até o dia 25 de outubro de 2023. Diante disso, merecem destaque entre as empresas mais reclamadas a Shopee, a Magazine Luiza e a Shein, plataformas intermediadoras de marketplace exemplificadas neste trabalho, estando elas em quinto lugar (70.372 reclamações), sexto (65.359) e oitavo (63.071), respectivamente.

Dessa forma, além do ranking montado, o Reclame Aqui também observou, nesse período, os tipos de problemas mais identificados pelos consumidores em relação a essas empresas, obtendo como reclamação comum o não recebimento do produto (Shopee: 65.256; Magazine Luiza: 53.098; Shein: 37.838), o atraso na entrega (Shopee: 31.366; Magazine Luiza:

80.361; Shein: 15.692) e a dificuldade ou não ocorrência de estorno do valor pago (Shopee: 81.840; Magazine Luiza: 37.261; Shein: 9.875).

Ademais, um outro dado importante obtido na pesquisa foi o de resolução de problemas, tendo a Shopee solucionado apenas 82.4% dos casos, a Magazine Luiza 91.7% e a Shein 71.4%. Assim, depreende-se dos resultados expostos pelo Reclame Aqui, que os consumidores possuem ainda mais dificuldade em resolver os problemas quando estão lidando com plataformas intermediadoras de marketplace exclusivamente virtuais, como nos casos da Shein e da Shopee, diferentemente do que ocorre com a Magazine Luiza, empresa que atua também com lojas físicas.

Portanto, tendo em vista o Código de Defesa do Consumidor e a Lei nº 12.965/2014 não conseguirem prever as relações comerciais existentes no universo virtual, o primeiro por se encontrar ultrapassado frente às novas formas de comercialização eletrônica e, o segundo, por se atentar mais com o tratamento de dados do que com relações consumeristas, o consumidor se encontra à mercê do Judiciário, podendo receber uma decisão favorável ou não, considerando que dependerá da análise particular do caso concreto.

5 CONCLUSÃO

Como explorado ao longo desta pesquisa, as relações comerciais foram se transformando com o passar dos anos, resultando numa migração em massa para o ambiente virtual. Assim, um comerciante eletrônico que no ambiente físico realizava uma venda local, passou a enviar seus produtos para todo o País e o mundo, aumentando seus lucros e fazendo com que sua marca se tornasse conhecida por cada vez mais pessoas.

Todavia, para que o pequeno empresário consiga se destacar no mercado eletrônico, precisa que a sociedade sinta confiança na atividade que ele está desenvolvendo, o que pode demorar meses e até anos para acontecer. Com isso, diante da morosidade para conquistarem uma posição de credibilidade no mercado digital, é comum que esses comerciantes busquem plataformas intermediadoras de marketplace já conhecidas, como o Magazine Luiza e a Americanas, para anunciarem seus produtos e, assim, realizarem suas vendas.

Nesse sentido, a facilidade oferecida pelo marketplace para o fornecedor do produto ou serviço pode, de outro lado, expor o consumidor a riscos patrimoniais e extrapatrimoniais, de maneira que o instituto da responsabilização subjetiva, adotado pelo Decreto nº 7.962/2013 e pela Lei nº 12.965/2014, é insuficiente para garantir a proteção dos consumidores no meio virtual.

Além disso, a legislação atual consumerista, ainda que em conjunto com as leis referentes ao *e-Commerce*, é genérica e incapaz de dispor sobre as relações comerciais ocorridas no ambiente digital. Ora, as intermediadoras de marketplace, apenas de forma análoga, conseguem se encaixar nas normas apresentadas ao longo desta pesquisa, o que demonstra uma necessidade ainda maior de se produzir uma normativa que consiga prever a atividade desenvolvida por essas plataformas.

Assim, verificou-se que o direito precisou se adequar utilizando normativas do Direito Civil, do Direito do Consumidor e de legislações esparsas que versem sobre as novas tecnologias, buscando solucionar os casos concretos e evitar que os consumidores fiquem desprotegidos ante os abusos jurídicos praticados por essas grandes empresas.

Desse modo, o diálogo das fontes, apenas por enquanto, tem sido uma alternativa para evitar maiores prejuízos aos consumidores pelos danos sofridos numa relação envolvendo uma plataforma intermediadora de marketplace e um fornecedor terceiro. Em contrapartida, a ausência de uma legislação específica não deixa de gerar insegurança e tornar o consumidor ainda mais vulnerável, bem como hipossuficiente no ambiente de comércio eletrônico.

Diante disso, a criação de uma lei que aborde, de forma particular, as relações consumeristas no âmbito do comércio eletrônico, é inadiável, tendo em vista a singularidade dessa modalidade de comercialização. Ademais, uma legislação específica, além de proteger o consumidor no ambiente virtual, também assegura os fornecedores e as intermediadoras contra prejuízos financeiros.

Nessa perspectiva, o resultado deste trabalho é que a responsabilidade civil objetiva e solidária dos participantes da cadeia de consumo é a que deve ser adotada por essa nova legislação, haja vista não ser possível identificar, no meio digital, em qual momento ocorreu o fato ou vício do produto ou do serviço, bem como quem foi o responsável. Além disso, essa responsabilização é a que garante mais segurança aos consumidores quando da realização de compras pela internet.

Noutro ponto, essa responsabilidade civil fará com que as plataformas intermediadoras de marketplace estabeleçam padrões de segurança mais rígidos no momento de selecionar seus fornecedores de produtos, evitando fraudes cadastrais que, futuramente, venham causar danos aos consumidores.

Ademais, condenações emblemáticas oriundas da aplicação dessa lei farão com que os fornecedores, cientes de que responderão de forma objetiva e solidária pelos danos que causarem aos consumidores, não mais se exponham a prejuízos financeiros pelo cometimento de condutas danosas e, por fim, uma legislação específica evitará as atuais contradições encontradas na jurisprudência dos Tribunais pela dificuldade de adequação do fato à norma.

Portanto, enquanto não houver uma nova lei que trate das relações de consumo no âmbito do comércio eletrônico, a responsabilidade civil aplicada às intermediadoras de marketplace e aos fornecedores terceiros deve ser objetiva e solidária, protegendo os consumidores dos possíveis danos e abusos jurídicos praticados por essas plataformas.

REFERÊNCIAS

ABCOMM Forekast. **Principais indicadores do e-Commerce: 2019-2022**. Disponível em: <https://dados.abcomm.org/crescimento-do-ecommerce-brasileiro>. Acesso em: 28 ago. 2023.

AMORIM, Daniel; TARTUCE, Flávio. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual., volume único**. 9. ed. – Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: MÉTODO, 2020.

ARAÚJO, Marcelo Barreto de. **Comércio eletrônico; Marco Civil da Internet; Direito Digital**. Rio de Janeiro: Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, 2017. p. 115.

BARROS, Mariana. **Marketplace - responsabilidade objetiva ou culpa exclusiva de terceiros?**. Migalhas, 2020. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/337550/marketplace---responsabilidade-objetiva-ou-culpa-exclusiva-de-terceiros>. Acesso em: 06 set. 2023.

BRASIL. Constituição (1998). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 07 set. 2023.

BRASIL. Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013. Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. **Diário Oficial da União**: 15 mar. 2013 - Edição extra. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm#art9. Acesso em: 05 set. 2023.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. **Diário Oficial da União**: 12 set. 1990, retificado em 10 jan. 2007. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm. Acesso em: 29 ago. 2023.

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. **Diário Oficial da União**. Brasília, 11 jan. 2002. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm#indice. Acesso em: 28 ago. 2023.

BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. **Diário Oficial da União**: 24 abril 2014. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2014/lei/112965.htm. Acesso em: 01 set. 2023.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). **Diário Oficial da União**: 15 ago. 2018, republicado parcialmente em 15 ago. 2018 - Edição extra. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2018/lei/113709.htm. Acesso em: 07 set. 2023.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça (3ª Turma). Recurso Especial n. 1.750.233/SP. Recurso Especial. Ação de Rescisão Contratual c/c Indenização por Perdas e Danos. Negativa de Prestação Jurisdicional. Ausência. Condenação em Lucros Cessantes. Liquidação por Arbitramento. Fixação do Valor Devido pela Perda da Chance. Violação da Coisa Julgada. Pessoa Jurídica que Nunca Exerceu Atividade Empresarial. Laudo Pericial Baseado em Dano Hipotético. Lucros Cessantes não Comprovados. Julgamento: CPC/15. Embargante: Optical Sunglasses Ltda. Embargado: Verparinvest S/A. Relatora: Ministra Nancy Andrighi - Terceira Turma. Diário de Justiça Eletrônico, Brasília, 08 fev. 2019, julgado em 05 fev. 2019. **Lex**: Jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça. Disponível em: https://processo.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=201801555630&dt_publicacao=27/03/2019. Acesso em: 30 ago. 2023.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça (3ª Turma). Recurso Especial nº 1.836.349 - SP (2019/0134622-6). Recurso Especial. Ação de Restituição de Quantia Paga c/c. Reparação por Danos Morais e Materiais. Compra e venda de veículo na plataforma "Olx". Fraude cometida pelo suposto fornecedor. Sociedade empresarial que atuou como mero site de classificados, disponibilizando a busca de mercadorias e serviços na internet, sem qualquer intermediação nos negócios jurídicos celebrados. Ausência de Responsabilidade. Culpa exclusiva da vítima e de terceiros caracterizada. Acórdão recorrido mantido. Recurso Especial Desprovido. Recorrente: Antonio Raimundo Goncalves do Monte. Recorrente: Livia Novaes Vieira. Recorrido: Olx Atividades de Internet Ltda. Recorrido: Lucembergue dos Anjos Melo. Recorrido: Vinícius Almeida Camarinha. Relator: Ministro Marco Aurélio Bellizze - Terceira Turma. Diário de Justiça Eletrônico, Brasília, 24 jun. 2022, julgado em 21 jun, 2022. **Lex**: Jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça. Disponível em: https://processo.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=201901346226&dt_publicacao=24/06/2022. Acesso em: 05 set. 2023.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça (3ª Turma). Recurso Especial nº 2.067.181 - PR (2023/0128219-9). Recurso Especial. Ação de Compensação por Danos Materiais e Morais. Aquisição de veículo clonado anunciado à venda na plataforma Olx. Falha na prestação dos

serviços. Inexistência. Fato Exclusivo de Terceiro. Rompimento do Nexo Causal. Recorrente: Bom Negócio Atividades de Internet Ltda. Recorrido: Giovani Mariani Gonzatto. Recorrido: Patricia Mazon Moreira. Relatora: Ministra Nancy Andrighi - Terceira Turma. Diário de Justiça Eletrônico, Brasília, 15 ago. 2023, julgado em 08 ago. 2023. **Lex:** Jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça. Disponível em: https://processo.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=202301282199&dt_publicacao=15/08/2023. Acesso em: 05 set. 2023.

DIAS, José de Aguiar. **Da responsabilidade civil**. 11ª ed. revista, atualizada de acordo com o Código Civil de 2002, e aumentada por Rui Berford Dias. Rio de Janeiro: Renovar, 2006.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 4ª ed. revista, atualizada e ampliada. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013. p. 260.

PARAÍBA. Tribunal de Justiça (3ª Câmara Cível). Apelação Cível (198). Apelação Cível. Primeira Preliminar. Incompetência da Justiça Estadual. Lide que versa sobre lesões nas esferas patrimonial e extrapatrimonial. Ausência de Interesse da União. Rejeição. Apelante: Fundacao de Apoio ao Ensino, à Pesquisa e à Extensão - FURNE. Apelado: Renata Bernardo Araujo. Relator: Des. Marcos Cavalcanti de Albuquerque. João Pessoa, 23 set. 2022. **Lex:** Jurisprudência do Tribunal de Justiça do Estado da Paraíba. Disponível em: <https://pje-jurisprudencia.tjpb.jus.br/jurisprudencia/view/AYNtOdJAAaz4goT4Ahwk?words=RELACA%20DE%20CONSUMO.%20INTERMEDIADOR#>. Acesso em: 04 set. 2023.

PARAÍBA. Tribunal de Justiça (4ª Câmara Cível). Apelação Cível nº 0802835-67.2019.8.15.0001. Apelação Cível. Ação de Ressarcimento Cumulada com Indenização por Danos Morais. Compra Online. Responsabilidade Objetiva e Solidária da Empresa Intermediadora da Venda. Restituição dos Valores Pagos na Transação Fracassada. Configuração de Danos Morais. Apelo Desprovido. Apelante: Companhia Brasileira de Distribuição. Apelado: Samuel José dos Santos Filho. Relator: Des. Oswaldo Trigueiro do Valle Filho. João Pessoa, 15 dez. 2020. **Lex:** Jurisprudência do Tribunal de Justiça do Estado da Paraíba, João Pessoa, 15 dez. 2020. Disponível em: <https://pje-jurisprudencia.tjpb.jus.br/jurisprudencia/view/AX0pSBOnnwDqLYGXDILJ?words=responsabilidade%20intermediadora%20de%20servi%C3%A7o#>. Acesso em: 04 set. 2023.

PEREIRA, Caio Mário da Silva. **Responsabilidade Civil**. 12ª ed. revista, atualizada, ampliada. Atualização de Gustavo Tepedino. Rio de Janeiro: Forense, 2018. p. 28.

RECLAME AQUI. **Empresa Shopee**. Reclame Aqui, 2023. Disponível em: <https://www.reclameaqui.com.br/empresa/shopee/>. Acesso em: 25 out. 2023.

RECLAME AQUI. **Empresa Magazine Luiza loja online**. Reclame Aqui, 2023. Disponível em: <https://www.reclameaqui.com.br/empresa/magazine-luiza-loja-online/#problem-types>. Acesso em: 25 out. 2023.

RECLAME AQUI. **Empresa Shein**. Reclame Aqui, 2023. Disponível em: <https://www.reclameaqui.com.br/empresa/shein/>. Acesso em: 25 out. 2023.

RECLAME AQUI. **Rankings**. Disponível em: <https://www.reclameaqui.com.br/ranking/>. Acesso em: 25 out. 2023.

SIMÃO, José Fernando. **Vícios do produto no novo código civil e no código de defesa do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2003. p. 59.

TARTUCE, Flávio. **Manual de direito civil: volume único**. 13. ed. Rio de Janeiro: Método, 2023.

TEPEDINO, Gustavo. **A Responsabilidade Civil por Acidentes de Consumo na Ótica Civil-Constitucional**, In: Temas de Direito Civil. 2ª ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2001. p. 280.

VIEIRA, Rafael Rodrigues. **A Responsabilidade dos sites que intermediam a compra e venda pela internet**. Monografias Brasil Escola. Disponível em: https://monografias.brasilecola.uol.com.br/direito/a-responsabilidade-dos-sites-que-intermediam-a-compra-e-venda-pela-internet.htm#indice_6. Acesso em: 08 set. 2023.