

A RESPONSABILIDADE CIVIL DAS PLATAFORMAS DIGITAIS NAS COMPRAS REALIZADAS PELA INTERNET

Carolina Bianca Alvarenga Pereira¹
Fryda Moema Nascimento de Araújo²
Laudimiro Araujo Felismino³
Brenda Leal Aires dos Santos⁴

RESUMO: Com a pandemia de Covid 19 ocorrida em 2020, verificou-se um aumento da utilização das plataformas digitais para a realização de compras online, sendo importante compreender como ocorre a responsabilização civil das plataformas digitais por infringir o Código de Defesa do Consumidor. O objetivo Geral traçado foi analisar a responsabilização civil das plataformas digitais por danos causados aos consumidores, conhecer os tipos de plataformas digitais de vendas online e verificar as decisões judiciais a respeito dos danos causados aos consumidores pelas plataformas digitais. A metodologia utilizada é a pesquisa bibliográfica. Conclui-se que as plataformas digitais podem ser responsabilizadas por danos causados ao consumidor, portanto, as compras realizadas online, possuem regulação, e tanto a plataforma digital como o fornecedor podem ser responsabilizados por danos causados aos consumidores.

3126

Palavras-Chave: Plataformas digitais. Responsabilização. Consumidores.

ABSTRACT: With the Covid-19 pandemic that occurred in 2020, there was an increase in the use of digital platforms for making online purchases, and it is important to understand how digital platforms are held civilly liable for violating the Consumer Protection Code. The general objective was to analyze the civil liability of digital platforms for damages caused to consumers, to understand the types of digital online sales platforms and to verify judicial decisions regarding the damages caused to consumers by digital platforms. The methodology used is bibliographic research. It is concluded that digital platforms can be held liable for damages caused to consumers, therefore, purchases made online are regulated, and both the digital platform and the supplier can be held liable for damages caused to consumers.

Keywords: Digital platforms. Liability. Consumers.

¹Acadêmica do curso de Direito pelo CENTRO Universitário UNIFAESF.

²Acadêmica do curso de Direito pelo Centro Universitário - UNIFAESF.

³Acadêmico do curso de Direito pelo Centro Universitário - UNIFAESF; Técnico em Administração e Técnico Avançado em Informática.

⁴Orientadora, Especialista em Direito Constitucional e Administrativo, Direito Civil e Direito Previdenciário e Direito do Trabalho. Professora Universitária do Curso de Direito do Centro Universitário UNIFAESF, Advogada.

INTRODUÇÃO

Durante a Pandemia⁵ de Covid 19 ocorreu um aumento das compras online, realizadas por meio das plataformas digitais, que transformou profundamente o e-commerce e mudou o comportamento dos consumidores, sendo importante analisar a responsabilização civil das plataformas digitais nas relações de consumo nas compras online.

Ora, para analisar a responsabilidade civil das plataformas digitais, é necessário conhecer os tipos de vendas e verificar como os tribunais estão decidindo no ordenamento jurídico, no que se refere as compras online, no âmbito das relações de consumo e com isso verificar na prática a aplicação do Código de Defesa do Consumidor.

A pesquisa se deu com base na fundamentação legal da lei n. 12.965/2014, chamada de Marco Civil da Internet (MCI), e no Código de Defesa do Consumidor Lei 8.078/1990, e o Decreto 7.962/2013, regulamentam o comércio eletrônico no Brasil, bem como, nas decisões judiciais sobre a responsabilização civil das plataformas digitais por danos causados aos consumidores.

A metodologia da pesquisa utilizada foi a bibliográfica e a seleção de textos, sites de notícia, Organização Mundial da Saúde, Sebrae, sites de notícias, e decisões judiciais a fim de se comprovar a responsabilização solidária das plataformas, na comercialização de produtos.

3127

Dessa forma, o presente trabalho possui grande relevância a fim de se verificar se as plataformas digitais podem ser responsabilizadas, como os fornecedores de produtos pelo Código de Defesa do Consumidor, uma vez que o CDC é de 1990 e a explosão do e-commerce é recente, mais intensa após a pandemia de Covid 19.

Além de compreender na prática como está sendo interpretada a aplicação do CDC, no que se refere a reparação civil, se as plataformas estão sendo isentas de responsabilidade, ou se as mesmas estão sendo condenadas a reparar os danos causados por infringir as regras de direito do consumidor e dessa forma, não se busca esgotar tal tema, para tanto é necessário fazer um estudo direcionado, para atender aos objetivos formulados, por meio de uma metodologia bibliográfica associada a análise da jurisprudência sobre responsabilização civil das plataformas

⁵SANTOS, ANDRÉ. Como a Pandemia Moldou o Consumidor Online: Impactos e Tendências das Gerações, Millennial e Z no E-commerce. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/como-a-pandemia-moldou-o-consumidor-online-impactos-e-tendencias-das-geracoes-millennial-e-z-no-e-commerce>, publicado em 09/10/2024. Acessado em 08/10/2024 às 14:12.

digitais decorrentes das relações de consumo diante da vulnerabilidade das relações de consumo.

Portanto, a presente pesquisa oferece ao leitor, um entendimento sobre a responsabilização das plataformas digitais nas compras e vendas online, com enfoque do Código de Defesa do Consumidor, na Lei do Marco Civil da Internet Lei 12.965/2014 e no entendimento jurisprudencial.

2. DO SURGIMENTO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS

A Internet surgiu nos Estados Unidos em 1960 com o desenvolvimento ARPANET⁶ (Advanced Research Projects Agency Network), uma rede de computadores criada para estabelecer uma rede de informação e comunicação entre centros militares e de produção científica dos Estados Unidos. A Arpanet seguiu sendo usada por pesquisadores, e também passou a ter fins comerciais a partir da década de 1980. Nessa mesma década, a internet começou a se estabelecer como o principal meio de comunicação, possibilitando a conexão entre diferentes partes do mundo. (TURCHI, 2018).

O marco inicial que determina a expansão das plataformas tecnológicas é a chegada da internet, na década de 1990⁷, que transforma a produção e o consumo de bens e de serviços de informação de forma globalizada, gerando novas estratégias e comercialização de negócios.

Assim, as plataformas digitais no Brasil⁸ surgiram na década de 90, e a partir dos estudos de Weelwright e Clark (1992) as plataformas começaram a ganhar novas nomenclaturas e desde então o termo vem evoluindo ao longo dos anos.

Nos últimos anos, a utilização de plataformas digitais para consumo sob demanda tem se tornado cada vez mais frequente. Seja para a entrega de um produto, uma viagem urbana ou a contratação de um profissional freelancer, as plataformas se proliferaram proporcionando comodidade e praticidade, mas também são alvo de inúmeras críticas.

As plataformas digitais possuem uma vasta quantidade de dados e possuem uma grande capacidade de armazenamento, disponibilidade de informação compartilhada em tempo real.

⁶ "HOSTGATOR. História da internet: um giro pelos primeiros passos até o metaverso. Disponível em: <https://www.hostgator.com.br/guias/historia-internet/> "História da internet" em: <https://brasilecola.uol.com.br/informatica/internet.htm>

⁷ ZANETI JUNIOR, L. A.; VIDAL, A. G. R. Construção de sistemas de informação baseados na Tecnologia Web. Revista de Administração-RAUSP, v. 41, n. 3, 2006.

⁸ WHEELWRIGHT, S. C.; CLARK, K. B. Revolutionizing product development: quantum leaps in speed, efficiency, and quality. Simon and Schuster, 1992.

Elas reconfiguram conceitos para a inovação, Geração de valor, bens de consumo e produção, e isso tem atraído o interesse de muitas pessoas. (GAWER, 2014; COHEN, 2017; POEL; RENDA; BALLON, 2007).

De acordo com Freitas (2014), o surgimento de novas tecnologias e, especialmente, de plataformas digitais, trouxe e traz expectativas a respeito de formas diferenciadas de comunicação pelas organizações, inclusive na gestão pública e na política, com a perspectiva de aumentar a transparência entre representantes e representados e, conseqüentemente, de tornar eficaz e eficiente a comunicação entre ambos, fornecendo ferramentas de interatividade, de participação social, de inclusão e de cidadania (Freitas, 2017, p. 6)

As plataformas digitais têm influenciado a configuração das atividades econômicas e sociais tanto a nível global quanto local, tanto no ambiente virtual quanto no físico e contribuiu significativamente para a mudança de hábitos e preferências estabelecendo novos modos de interação e comunicação social.

2.1. Do Crescimento do E-Commerce nas Plataformas Digitais

No Brasil a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 mais conhecida como Marco Civil da Internet, em seu artigo 2º disciplinou que o uso da internet tem como fundamentos o respeito à liberdade de expressão, bem como os direitos humanos, o desenvolvimento da personalidade e o exercício da diversidade, a abertura, a colaboração, a livre- iniciativa, a livre-concorrência, a defesa do consumidor e a finalidade social da rede, sendo que ocorreu uma aceleração do e-commerce⁹ durante a pandemia, devido ao isolamento social, teve um crescimento considerável. (ALVARENGA, 2021).

A pandemia impulsionou o comércio eletrônico, que ainda é o método preferido de consumo dos brasileiros. Segundo um estudo conduzido conjuntamente pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), em colaboração com a Offer Wise Pesquisas, 91% dos internautas brasileiros fizeram alguma compra online nos últimos 12 meses, um aumento de 5 pontos percentuais em relação a 2020 e

⁹ ALVARENGA, Darlan. Com Pandemia, Comércio Eletrônico tem salto em 2020, e dobra participação no varejo brasileiro. G1. Publicado em: 26/02/2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/02/26/com-pandemia-comercio-eletronico-tem-salto-em-2020-e-dobra-participacao-no-varejo-brasileiro.ghtml>, acessado em: 26/11/2024 às 22:19.

o e-commerce ganhou força e passou a ser uma excelente opção de venda, pois o consumidor habituou-se a receber suas compras em casa, com a maior praticidade e comodidade.

Esse aumento das compras e vendas online por meio das plataformas digitais, no entanto, provocou uma mudança no cenário jurídico, no que se refere ao marco civil da internet Lei 12.965/2014¹⁰, com as inovações legislativas, bem como com a aplicação do Código de defesa do Consumidor Lei 8.078/990, porém ficou um questionamento sobre a questão da responsabilização civil das plataformas digitais nas relações de consumo.

No Brasil, as compras online têm se estabelecido e alcançado novos níveis, com um crescimento na quantidade de indivíduos que fazem compras online e no montante das transações. Enquanto no e-commerce brasileiro, as vendas totais atingiram a marca de R\$ 185,7 bilhões em 2023¹¹, segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), revelando um crescimento de mais de 10% em relação a 2022.

Em essência, para não infringir o Código de Defesa do Consumidor, o artigo 31 do referido código prevê que todas as ofertas e prestações de produtos e serviços devem garantir informações claras, precisas, visíveis e em português acerca de suas características, qualidade, quantidade, composição, preço, garantia, datas de validade e origem, além de informações sobre os riscos que representam para a saúde e segurança dos consumidores, conforme disposto a seguir:

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

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

Assim, é necessário compreender sobre a responsabilização civil das plataformas digitais no Brasil, decorrente das relações de consumo, conforme disposto no capítulo seguinte.

¹⁰ BRASIL SENADO. Marco Civil da Internet completa 10 Anos, ante Desafios sobre as Redes Sociais e IA, Senado Notícias, Agência Senado. Publicado em 26/04/2024 às 15:57h, disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2024/04/26/marco-civil-da-internet-completa-dez-anos-ante-desafios-sobre-redes-sociais-e-ia> com acesso dia 01/10/2024 às 15:38

¹¹ E-COMMERCE BRASIL. Compras on-line atingem R\$ 185,7 bilhões no Brasil em 2023, revela ABComm, publicado em 15/01/2024. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/compras-on-line-atingem-r-1857-bilhoes-no-brasil-em-2023-revela-abcomm>

3. DA RESPONSABILIDADE OBJETIVA E SOLIDÁRIA DAS PLATAFORMAS DIGITAIS DE ACORDO COM O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

A responsabilidade Civil das Plataformas Digitais nas compras realizadas pela internet, consiste na consequência jurídica imposta a quem, com a sua conduta/atividade, omissiva ou comissiva, direta ou indiretamente, viola lei ou direito do consumidor, ora a responsabilidade civil parte do posicionamento que todo aquele que violar um dever jurídico através de um ato lícito ou ilícito, tem o dever de reparar, e ao violar este dever jurídico, deve reparar o dano que foi causado, resta compreender a responsabilidade civil das plataformas digitais (Cavaliere Filho, 2008, p.2).

Ora, no Direito Civil a culpa decorre da negligência, imprudência ou imperícia, e o dolo tem relação direta e objetiva com a vontade de praticar o ato que cause lesão, ou prejuízo, que descumpra a lei. Na responsabilidade objetiva a culpa não é levada em consideração, é dispensada, e adotada a teoria do risco, conforme prevê o artigo 927 do Código Civil, que prevê a obrigação de reparar o dano, independente de culpa, nos casos especificados em lei, ou decorrente da atividade desenvolvida pelo autor que cause danos, ou prejuízos, decorrente da natureza da atividade, implique em riscos aos direitos de outrem. Assim foi adotada a teoria da responsabilidade objetiva, do parágrafo único do artigo 927 do Código Civil que independe de culpa e possui previsão expressa em lei.

3131

Portanto, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor, o fornecedor de produtos ou serviços possui responsabilidade objetiva (arts. 12 e 14), ou seja, deve responder por prejuízos causados a terceiros independentemente da existência de culpa. Assim, em caso de reparação de dano, cabe ao consumidor demonstrar o defeito do produto ou serviço, o prejuízo sofrido e o nexo de causalidade entre eles.

De acordo com o Código de Defesa do Consumidor, é necessário compreender quem é o fornecedor, conforme o disposto no artigo 3º, e seus parágrafos, do ponto de vista subjetivo, são todas as pessoas capazes, naturais, jurídicas, desprovidos de personalidade, sem exceções, e do ponto de vista objetivo, para que sejam consideradas fornecedoras, devem realizar, participar do mercado de consumo com habitualidade, mediante remuneração direta ou indireta.

As plataformas digitais no que se refere as relações de consumo, necessitam observar o Código de Defesa do Consumidor, pois com o crescimento do comércio eletrônico se realizando por intermédio das Plataformas Digitais surgiu a necessidade de se fortalecer os direitos dos consumidores para assegurar transações comerciais justas, e seguras, nas compras e vendas

online, sendo imprescindível cumprir o disposto no Código de Defesa do Consumidor, que dispõe que os consumidores tem direito a informação, com descrição clara e objetiva, sobre produtos ou serviços ofertados, com a descrição detalhada.

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

II - A informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; (Redação dada pela Lei nº 12.741, de 2012) Vigência

IV - A proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

Não fazer publicidade enganosa ou abusiva, e não enganar o consumidor quanto a quantidade, qualidade, dos produtos ou serviços. Também são necessárias informações sobre preço, formas de pagamento e sobre prazos, ou descontos, conforme disposto no artigo 6º XII - a preservação do mínimo existencial, nos termos da regulamentação, na repactuação de dívidas e na concessão de crédito; (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021) e XIII - a informação acerca dos preços dos produtos por unidade de medida, tal como por quilo, por litro, por metro ou por outra unidade, conforme o caso. (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021).

O consumidor tem direito de desistir da compra online, desde que observados os prazos legais, pois tem direito de arrependimento previsto no CDC em seu artigo 49, O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio e é necessário disponibilizar um canal de comunicação eficiente, para fins de solicitação de devolução de pagamento, restituição de valores pagos, incluindo o frete. (Lei 8.078/1990).

As plataformas online, deve proteger e assegurar o direito a segurança do consumidor no que se refere a qualidade dos produtos, que não ofereçam riscos a sua saúde e segurança, sendo que as empresas devem cumprir as normas técnicas e regulamentações específicas, para cada categoria de produto.

As plataformas digitais devem estar atentas aos direitos dos consumidores, que possuem Direito a reparação dos danos sofridos, seja, pela restituição do valor pago, indenização em o dobro do valor, ou danos morais, ou ainda a substituição ou troca do produto, bem como a proteção sobre a publicidade enganosa e abusiva, sendo a legislação aplicável as relações de

consumo, o código de defesa do consumidor, independente da compra e venda ocorrer presencial ou online.

No que se refere as vendas nas plataformas digitais, há um entendimento que se a plataforma disponibiliza a vitrine dos produtos, plataforma de pagamento online, e intermedia a relação de consumo, essa plataforma, está na cadeia de consumo e responde solidariamente com o fornecedor, cabendo inclusive, direito de regresso contra o fornecedor.

Outro aspecto importante se refere a neutralidade da rede, proibição de discriminação e proteção de dados pessoais, previstos na Lei Geral de Proteção de Dados, LGPD – Lei Nº12.965/2014, para fins de controle de dados, bloqueio de conteúdo, regras sobre a coleta e armazenamento dos dados dos usuários, garantindo a privacidade e a proteção das informações dos consumidores.

3.1. Da Responsabilidade Objetiva das Plataformas Digitais

As plataformas digitais no que se refere as relações de consumo, necessitam observar o Código de Defesa do Consumidor, pois com o crescimento do comércio eletrônico se realizando por intermédio das Plataformas Digitais surgiu a necessidade de se fortalecer os direitos dos consumidores para assegurar transações comerciais justas, e seguras, nas compras e vendas online, pois conforme o artigo 6º, VI o consumidor tem direito a reparação de danos patrimoniais e morais.

Para melhor compreensão segue um julgado do Tribunal de Justiça do Distrito Federal, que compreende que existe responsabilização nas vendas feitas pelo intermediador da venda feita pela internet, o tema foi atualizado em 07/10/2024, sendo a responsabilidade objetiva e solidária, onde dispõe que “A empresa intermediadora de compras e de serviços pela internet e os demais participantes da cadeia produtiva que, de qualquer forma, auferem vantagem econômica (ou de qualquer outra natureza) a partir dessas transações respondem objetiva e solidariamente pelos prejuízos causados ao consumidor.” Observe a seguir o trecho da ementa:

Restou demonstrado nos autos que o recorrido adquiriu três aparelhos de ar-condicionado pelo valor de R\$3.149,40, cujo pagamento foi feito na plataforma do recorrido, sendo que o produto não foi entregue. 6. Restou assentado o entendimento de que tratando-se de uma relação de consumo, impõe-se a responsabilidade solidária perante o consumidor de todos aqueles que tenham integrado a cadeia de prestação de serviço, em caso de defeito ou vício. (art. 7º, parágrafo único c/c art. 25 § 1º, CDC). (...) 8. Com efeito, a responsabilidade civil no CDC assenta-se sobre o princípio da qualidade do serviço ou produto, não apresentando o serviço a qualidade que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, dentre as quais se destacam o modo de prestação do seu fornecimento e o

resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam (art. 14, § 1º, I e II do CDC). (...). 9. Neste caso, o recorrido adquiriu produto pela internet, cujo pagamento se deu através da plataforma do recorrente, de modo que é inequívoco que este, a despeito de ser mero intermediador de pagamento, se insere na cadeia de consumo e, como tal, deve se responsabilizar pelos danos suportados pelo consumidor, notadamente por se tratar de atividade que gera lucro, e que houve falha na prestação do serviço, ficando ressalvada, no entanto, a possibilidade de exercer o direito de regresso contra quem entender de direito.” (Grifo nosso). Acórdão 1921748, 0704702-21.2024.8.07.0006, Relatora: MARILIA DE AVILA E SILVA SAMPAIO, Segunda Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, data de julgamento: 16/9/2024, publicado no PJe: 26/9/2024.

No exemplo apresentado acima, do entendimento do Tribunal de Justiça do Distrito Federal, o consumidor havia adquirido 3 aparelhos de ar condicionado, e o pagamento foi feito na plataforma, e no Acórdão 1921748, foi decidido que está presente a Responsabilidade Solidária da Plataforma Digital, pois tal responsabilidade ocorre integra a cadeia de prestação de serviço, em caso de defeito ou vício, mesmo sendo um mero intermediador na relação de consumo, pois o pagamento se deu na referida plataforma digital, e como tal inserido pois na cadeia de consumo, deve se responsabilizar pelos danos suportados pelo consumidor, e houve falha na prestação do serviço, mas, há um ponto bastante interessante, que a plataforma digital pode exercer o direito de regresso contra quem entender de direito, no caso in óbice, contra o fornecedor dos aparelhos de ar condicionado.

A responsabilização da plataforma digital é objetiva pela não entrega do produto, nas vendas feitas pelo Marketplace “Mercado Livre”, uma empresa de tecnologia que oferece soluções de comércio, recebe comissão e atua na intermediação e assume responsabilidade pelo sucesso na operação entre o fornecedor e o consumidor, sendo também responsável pela não entrega do produto ao consumidor, conforme disposto no Acórdão a seguir:

Marketplace – produto não entregue - responsabilidade objetiva do site, "IV. O Mercado Livre é empresa com atuação no e-commerce que utiliza a plataforma do site para oferecer ambiente eletrônico de compra e venda, funcionando como intermediador e "vitrine" dos produtos anunciados pelos vendedores, que possui regras específicas sobre a conduta de seus usuários. Frise-se que o Mercado Livre é uma empresa de tecnologia que oferece soluções de comércio eletrônico para que pessoas e empresas possam comprar, vender, pagar, anunciar e enviar produtos por meio da internet, e não se limita à operação de plataforma de anúncios, mas participa do negócio entabulado entre vendedor e consumidor, inclusive recebendo pagamento pelo serviço prestado em sua plataforma, sendo o Mercado Pago o serviço responsável pela parte de pagamentos do Mercado Livre, além de permitir que outros sites e serviços o utilize como forma de pagamentos. O site possui o Programa Compra Garantida, utilizado com o objetivo de resguardar os usuários compradores que tenham comprado um produto na plataforma do Mercado Livre. Por esse programa, o consumidor tem 28 dias, contados a partir da compra, para apresentar reclamação junto ao Mercado Livre quando não receber o produto (ID 28543830). (...) VI. Ao comprar um produto por meio do Mercado Livre, cujo pagamento foi realizado na modalidade Mercado

Pago (ID 258543793 - fl. 2), a administradora do site recebe comissão pela intermediação e assume responsabilidade pelo sucesso da operação, sendo também responsável pelo ressarcimento dos valores despendidos em caso de não entrega do produto, como é o caso dos autos, ainda mais no caso em que os autores apresentaram reclamação junto ao site réu dentro do prazo estipulado pelo Programa Compra Garantida, criado pelo próprio réu.” (Grifo nosso). Acórdão 1385951, 07047932220218070005, Relatora: ANA CLAUDIA LOIOLA DE MORAIS MENDES, Segunda Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, data de julgamento: 12/11/2021, publicado no DJe: 26/11/2021.

Dessa forma, a plataforma digital possui responsabilidade objetiva com o fornecedor, e assume responsabilidade pela entrega do produto, uma vez que oferece um ambiente eletrônico de compra e venda funcionando como intermediador e vitrine dos produtos anunciados pelos vendedores e está presente na cadeia de consumo, além de ser responsável pelo recebimento do pagamento, como é o caso também responde pelo ressarcimento dos valores despendidos em caso de não entrega do produto.

3.2. Da responsabilização Solidária das Plataformas Digitais

Após o surgimento do Comércio eletrônico nas plataformas digitais, surgiram diversos desafios jurídicos, especialmente no que diz respeito a responsabilidade solidária civil dessas empresas por danos causados aos consumidores, por vícios e defeitos dos produtos, conforme disposto no Recurso Especial REsp 1.634.851/SP, Rel. Min. Paulo de Tarso Sanseverino, Terceira Turma, julgado em 27/06/2017, DJe 01/08/2017). REsp 1.634.851/SP, Rel. Min. Paulo de Tarso Sanseverino, Terceira Turma, julgado em 27/06/2017, DJe 01/08/2017

3135

As plataformas de comércio eletrônico, ao intermediar a relação de consumo, assumem a responsabilidade solidária pelos vícios e defeitos dos produtos comercializados por meio de seu ambiente virtual, uma vez que integram a cadeia de fornecimento e se beneficiam economicamente da atividade. Tal entendimento visa a garantir a efetividade da proteção ao consumidor, conforme preceitua o artigo 14 do Código de Defesa do Consumidor.”(REsp 1.634.851/SP, Rel. Min. Paulo de Tarso Sanseverino, Terceira Turma, julgado em 27/06/2017, DJe 01/08/2017). REsp 1.634.851/SP, Rel. Min. Paulo de Tarso Sanseverino, Terceira Turma, julgado em 27/06/2017, DJe 01/08/2017).

Esse entendimento jurisprudencial, confirma que a plataforma digital possui responsabilidade solidária, por vícios, defeitos dos produtos, uma vez que a negociação se opera no ambiente virtual, uma vez que integram a cadeia de fornecimento e se beneficiam economicamente, da atividade.

A Responsabilidade solidária no Código de Defesa do Consumidor, está prevista em seu artigo 7º, 12,14, 20 e 25, parágrafos 1º e 2º, conforme a seguir:

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.

Parágrafo único. Tendo mais de um autor a ofensa, **todos responderão solidariamente** pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.

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.

Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

Art. 20. O fornecedor de serviços responde pelos vícios de qualidade que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - a reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível;

II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III - o abatimento proporcional do preço.

§ 1º A reexecução dos serviços poderá ser confiada a terceiros devidamente capacitados, por conta e risco do fornecedor.

Art. 25. É vedada a estipulação contratual de cláusula que impossibilite, exonere ou atenuie a obrigação de indenizar prevista nesta e nas seções anteriores.

§ 1º Havendo mais de um responsável pela causação do dano, todos responderão **solidariamente** pela reparação prevista nesta e nas seções anteriores.

§ 2º Sendo o dano causado por componente ou peça incorporada ao produto ou serviço, são responsáveis solidários seu fabricante, construtor ou importador e o que realizou a incorporação.

Ainda sobre a responsabilidade solidária estabelece o citado Código de Proteção ao Consumidor no artigo 25 e seus dois parágrafos:

Art. 25. É vedada a estipulação contratual de cláusula que impossibilite, exonere ou atenuie a obrigação de indenizar prevista nesta e nas seções anteriores. § 1º Havendo mais de um responsável pela causação do dano, todos responderão **solidariamente** pela reparação prevista nesta e nas seções anteriores” (grifei)

Assim a responsabilidade solidária das plataformas digitais resta configurada¹² nas compras realizadas pelo consumidor, a responsabilidade é do fornecedor e das plataformas digitais, ou seja, há uma responsabilidade solidária da plataforma digital (todos respondem

¹² [https://www.jusbrasil.com.br/artigos/responsabilidade-juridica-das-plataformas-de-comercio-eletronico/1138623825#:~:text=Nesses%20casos%2C%20oportanto%2C%20h%C3%A1%20uma,18%20e%2019%20do%20CDC\).](https://www.jusbrasil.com.br/artigos/responsabilidade-juridica-das-plataformas-de-comercio-eletronico/1138623825#:~:text=Nesses%20casos%2C%20oportanto%2C%20h%C3%A1%20uma,18%20e%2019%20do%20CDC).)

igualmente) pelos vícios dos produtos e serviços adquiridos por seu intermédio (art. 18 e 19 do CDC).

Com base na responsabilidade solidária, pela teoria do Risco, e responsabilização objetiva, a plataforma digital foi condenada pela 28ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça de São Paulo (TJ-SP) onde decidiu que a plataforma digital Mercado Livre, deveria restituir o valor de R\$3.000,00 (três mil reais) a um consumidor, referente ao valor pago por um celular que não foi entregue, e ao abrir a caixa do celular, encontrou duas pedras e um sabonete, tendo o pago o valor de R\$1.749,00 (hum mil e setecentos e quarenta e nove reais), e a indenizá-lo por dano moral. É importante compreender que mesmo sem efetuar a venda a plataforma deve ser responsabilizada porque integra a cadeia de fornecimento do produto, conforme o Acórdão do TJ – SP.

O autor da ação narrou na inicial que comprou um *smartphone* por R\$ 1.749, no dia 15 de fevereiro de 2022, para presentear o seu filho no Natal. Ao receber a encomenda e abrir a caixa, foi surpreendido com duas pedras e um sabonete em seu interior. Em contato com o Mercado Livre, recebeu como resposta que o pagamento feito não poderia ser devolvido, sofrendo ainda a suspensão de sua conta. Na expectativa de ser ressarcido, ajuizou ação, na qual também pleiteou indenização por dano moral.

Segundo a empresa alegou em juízo para se eximir de responsabilidades, o autor não preencheu os requisitos necessários para a aplicação do Programa Compra Garantida, que prevê a devolução de valores em hipóteses de problemas com o produto adquirido. Também argumentou atuar como mero intermediador da compra e venda dos itens anunciados na plataforma, não possuindo qualquer vínculo com a mercadoria comercializada.

O colegiado considerou “irrelevante” o preenchimento dos requisitos do Programa Compra Garantida. “Aplica-se ao caso a teoria do risco-proveito, segundo a qual o dano ocasionado pela ausência de entrega de produtos comercializados por meio da plataforma é ônus inerente à natureza do negócio desempenhado pela ré, por meio do qual ela auferir lucros, o que lhe impõe o dever de adotar medidas efetivas para assegurar o controle de qualidade dos serviços prestados, de onde decorre o dever de indenizar”. (Processo 1017198-24.2023.8.26.0100 TJ-SP)

Portanto, o Desembargador ao decidir, verificou que as plataformas digitais possuem responsabilidade solidária no e-commerce, uma vez que a situação que lesou os direitos dos consumidores vulneráveis envolvidos, ultrapassa o mero aborrecimento, causa angústia e constrangimento, pois o consumidor pagou pelo telefone e não recebeu, tentou resolver administrativamente e solucionar a demanda, mas, foi bloqueado pela Plataforma, após expor o ocorrido, e teve a sua conta bloqueada pela Plataforma Digital porque requereu a devolução da quantia paga. Os desembargadores: Dimas Rubens Fonseca e Berenice Marcondes Cesar seguiram o relator para negar provimento ao recurso e manter a sentença do juízo da 27ª Vara Cível de São Paulo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O E-commerce brasileiro se expandiu durante a Pandemia, ou seja, cresceu mais em 2020 em relação a 2019. No entanto, surgiu um problema legal a ser resolvido, sobre como se daria a responsabilização das plataformas digitais nas compras online, com base na lei 9.265/2014 mais conhecida como Marco Civil da Internet, e no Código de Defesa do Consumidor, Lei 8.078/1990.

A responsabilização das plataformas digitais nas compras online, é objetiva, pois independe de culpa, ou dolo, pela teoria do risco, o fornecedor do produto ou serviço, assume o risco da atividade, sendo que a plataforma digital se equipara ao fornecedor, pois além de se a vitrine do produto, também recebe o pagamento, intermedia a relação comercial e é remunerada para isso. No entanto, a Lei 8.078/1990 é taxativa no que se refere a responsabilidade solidária, em seus artigos 7,12,14,21, garantindo que não apenas o fornecedor, fabricante, mas, todos que compõem a cadeia do fornecedor, todos que estão envolvidos na cadeia de consumo, são solidariamente responsáveis.

Na jurisprudência, há um entendimento pela responsabilização das plataformas digitais por estarem na cadeia de consumo, e portanto possuem responsabilidade objetiva e solidária pelos danos causados contra os consumidores pelos fornecedores, ou seja, as plataformas digitais estão sendo condenadas pela não entrega do produto ou serviço, pela restituição em dobro dos valores pagos, somados a indenização por danos morais, pela falha nos serviços online, e não tem considerado um mero aborrecimento, mas, verificou que as plataformas digitais possuem responsabilidade objetiva e solidária no e-commerce, uma vez que a situação que lesou os direitos dos consumidores vulneráveis envolvidos, ultrapassa o mero aborrecimento, causa angústia e constrangimento.

Portanto, as plataformas digitais podem ser responsabilizadas civilmente por danos causados ao consumidor, de forma objetiva e solidária, assumindo os riscos, a plataforma digital ainda disponibiliza a estrutura para a realização do negócio, canal online, para fins de comunicação entre fornecedor e consumidor, bem como disponibiliza os meios de pagamento, essa plataforma deverá ser responsabilizada pela relação de consumo, correndo os riscos da atividade, se houver falhas, defeitos, restituição de valores, de forma solidária com o fornecedor.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Francisco. Debates políticos na Internet: A perspectiva da conversão civil. Universidade da Bahia, 2006.

ALVARENGA, Darlan. Com Pandemia, Comércio Eletrônico tem salto em 2020, e dobra participação no varejo brasileiro. G1. Publicado em: 26/02/2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/02/26/com-pandemia-comercio-eletronico-tem-salto-em-2020-e-dobra-participacao-no-varejo-brasileiro.ghtml>, acessado em: 26/11/2024 às 22:19.

CAMPISTA, Fábio Farias. Contratos de consumo na internet e a responsabilidade civil das plataformas digitais: breves notas, disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/380280/contratos-na-internet-e-a-responsabilidade-das-plataformas-digitais> acessado dia 24/10/2024 às 19:33.

CONSULTORIA DIGITAL. Aumento das compras online durante 2021. Disponível em: <https://www.consultoriadigital.com.br/pesquisa-revela-que-72-dos-brasileiros-utilizaram-aplicativos-para-compras-online-durante-a-pandemia/>. 2021. Acesso em: 05 de outubro de 2024.

GUIMARÃES Fernanda. Com a Pandemia, as vendas online superam a dos Shopping Centers. O Estadão, publicado em 17/01/2024, Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/com-pandemia-venda-online-supera-a-dos-shopping-centers/> acessado em: 13/10/2024, às 15:30.

"HOSTGATOR. História da internet: um giro pelos primeiros passos até o metaverso. Disponível em: <https://www.hostgator.com.br/guias/historia-internet/>" "História da internet" em: <https://brasilecola.uol.com.br/informatica/internet.htm>

3139

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm , acessado em 22/10/2024 às 16:00h.

<https://www.tjdft.jus.br/consultas/jurisprudencia/jurisprudencia-em-temas/cdc-na-visao-do-tjdft-1/o-consumidor-na-internet/responsabilidade-do-intermediador-na-venda-feita-pela-internet> acessado em 24/10/2024 às 16:08.

[https://www.jusbrasil.com.br/artigos/responsabilidade-juridica-das-plataformas-de-comercio-eletronico/1138623825#:~:text=Nesses%20casos%2C%20oportanto%2C%20h%C3%A1%20uma,i8%20e%2019%20do%20CDC\).](https://www.jusbrasil.com.br/artigos/responsabilidade-juridica-das-plataformas-de-comercio-eletronico/1138623825#:~:text=Nesses%20casos%2C%20oportanto%2C%20h%C3%A1%20uma,i8%20e%2019%20do%20CDC).)

<https://www.stj.jus.br/sites/portalp/Paginas/Comunicacao/Noticias/03102021-Protecao-por-equiparacao-quem-ocupa-o-lugar-de-consumidor--segundo-o-STJ.aspx>.

RODRIGUES, Andreia. Plataformas digitais e o efeito da plataformização: aspectos introdutórios na Ciência da informação. Belém, 2019.

SANTOS, ANDRÉ. Como a Pandemia Moldou o Consumidor Online: Impactos e Tendências das Gerações, Millennial e Z no E-commerce. Disponível em:

<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/como-a-pandemia-moldou-o-consumidor-online-impactos-e-tendencias-das-geracoes-millennial-e-z-no-e-commerce>, publicado em 09/10/2024. Acessado em 08/10/2024 às 14:12.

SILVERIO, Angélica; SARAIVA, Julia; REGO, Ihgor. Direito do consumidor na era das redes sociais: publicidade enganosa. *Revista Ibero*. São Paulo, 2024.

SIMPLICIO, Amanda. Responsabilidade civil das plataformas digitais. Bauru, 2021.

SOARES, Rodrigo. Responsabilidade civil das plataformas de redes sociais e o entretenimento jurídico atribuído a elas. *Revista Ibero-Americana de Humanidade, Ciências e Educação*, 2023.

WHEELWRIGHT, S. C.; CLARK, K. B. Revolutionizing product development: quantum leaps in speed, efficiency, and quality. Simon and Schuster, 1992.

ZANETI JUNIOR, L. A.; VIDAL, A. G. R. Construção de sistemas de informação baseados na Tecnologia Web. *Revista de Administração-RAUSP*, v. 41, n. 3, 2006.