

# **AS OPERAÇÕES DE COMPRA COLETIVA PELA *INTERNET* E A FIGURA DO REPRESENTANTE COMERCIAL: UMA PROPOSTA DE SEGURANÇA JURÍDICA**

## **THE *INTERNET* GROUP BUYING TRADES AND THE COMMERCIAL COMMISSIONER: A PROPOSITION OF LEGAL SAFETY**

**Leopoldo Rocha Soares<sup>1</sup>**

**Gisele Cristina Borges<sup>2</sup>**

### **RESUMO**

O comércio eletrônico já movimenta muito dinheiro atualmente, e ainda apresenta acentuada tendência de crescimento, sobretudo em razão de soluções como os sites de compra coletiva. Nesse contexto, é preciso investigar criteriosamente a aplicação de mecanismos legais elaborados no seio de um ambiente exclusivamente físico para este ambiente eletrônico. Nesse cenário é que se analisa o enquadramento do intermediador de operações de compra coletiva pela *internet* na figura do representante comercial, em especial à luz do Código de Defesa do Consumidor. Isso para apurar os limites da responsabilidade a que está sujeito, inclusive por atos de terceiros e pelos vícios dos produtos e serviços que anuncia.

**PALAVRAS-CHAVE:** COMPRA COLETIVA; COMÉRCIO ELETRÔNICO; REPRESENTANTE COMERCIAL RESPONSABILIDADE CIVIL.

### **ABSTRACT**

The electronic commerce raises a big amount of money actually, and still tends to grow, especially because of new solutions like the known “group buying *internet* sites”. So, it’s increasingly important to analyze some legal institutes in the internet support by the “group buying *internet* sites”. This study analyzes the application of the commercial commissioner Brazilian law to the *internet* group buying trades, specifically in the context of the consumer Brazilian code. The objective is to find out the limits of responsibility of the one who intermediate group buying trades in the *internet*, even in results of other agents acts and defective products e services.

**KEYWORDS:** GROUP BUYING TRADES; E-COMMERCE; CONSUMER BRAZILIAN CODE; RESPONSIBILITY.

---

<sup>1</sup> Bacharel em Direito pela Universidade Estadual Paulista (UNESP), *campus* de Franca, mestrando em Direitos Coletivos e Função Social do Direito pela Universidade de Ribeirão Preto, Professor de “Direito e Tecnologia” do Centro Universitário UNISEB/Ribeirão Preto.

<sup>2</sup> Discente do Curso de Direito do Centro Universitário UNISEB/Ribeirão Preto, bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC/CNPq).

## INTRODUÇÃO

No início do século XXI vimos despontar o cerne de uma verdadeira revolução, de cunho tecnológico, que em pouco tempo penetrou no seio das relações sociais de forma a marcá-la profundamente.

É assim que, a partir da popularização da *internet*, surgem, diversas atividades essencialmente ligadas ao meio informático e às novas tecnologias, portanto realizáveis apenas nesse contexto, como o provedor de acesso à *internet*, o provedor de busca e o prestador de serviço de desenvolvimento de programas específicos (*software*).

Outrossim, as atividades já exercidas tradicionalmente antes da *internet* vislumbram nesse contexto revolucionário de comunicação e transmissão de dados a possibilidade de grande incremento, direcionando parte de seus esforços, e de seus negócios, para essa vertente.

Nesse aspecto, se para as atividades que são exclusivas ao ambiente eletrônico, em especial à *internet*, no mais das vezes são necessários regramentos próprios e específicos, para não se recorrer desmedidamente à analogia, essas atividades, que têm na rede a possibilidade de potencialização de seu alcance subjetivo, mas que subsistem perfeitamente sem a comunicação remota da *internet*, reclamam apenas a aplicação das legislações já existentes, embora se exija, em boa medida, a ponderação acerca da desmaterialização enquanto elemento marcante da sociedade da informação.

O que se propõe, portanto, é a investigação acerca da figura do intermediador de negócios por meio da *internet*, ou seja, daquele que atua propiciando os meios para que determinado produto ou serviço seja adquirido por um número considerável de pessoas, por vezes condicionando a eficácia do negócio jurídico ao à contratação por um número mínimo de pessoas, e por essas razões chamados de *sites* de compra coletiva.

O presente artigo procura perquirir se esses intermediadores exercem uma atividade específica e aplicável unicamente no contexto das novas tecnologias, ou se se trata da tradicional representação comercial, e assim apontar uma ou outra forma de responsabilização, sobretudo diante daqueles com eles contratam na qualidade de consumidores, ou destinatários finais dos produtos ou serviços.

Basta uma pesquisa rápida pela rede mundial de computadores para perceber o grande número de ofertas de contratos aos representantes comerciais por empresas, pessoas jurídicas, que atuam no ramo de compras coletivas. Isso nos indica que as empresas se classificam como representantes comerciais, cabendo investigar se à luz do Direito essa

classificação se confirma, considerando a complexidade da rede de contratos que se forma e, sobretudo, os preceitos de boa-fé objetiva e de vulnerabilidade do consumidor.

O estudo baseia-se na revisão bibliográfica de doutrina e na análise de excertos legais e de jurisprudência, considerando a peculiaridade das novas tecnologias e o enquadramento do ser humano nessa sociedade marcada pela informação.

## **1. O SER HUMANO E O DIREITO NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO**

Dotado de inteligência, porém de estrutura física relativamente frágil em vista do local em que habitava, o ser humano sempre buscou aprimorar artefatos que potencializassem a utilização dos recursos de que dispunha e trouxesse maior conforto à sua espécie, destacando-se dos outros animais pela habilidade de se instalar em locais das mais diversas condições, por vezes demasiadamente inóspitos.

Neste contexto, e percebendo que a inteligência era o seu grande dote, o ser humano passou a dar atenção às técnicas e dispositivos que pudessem potencializar o seu raciocínio e auxiliá-lo no trabalho de medir e contar. E assim desenvolveu o “ábaco, de origem oriental, que o Ocidente conhece desde o século III a. C., e que veio a ser considerado o primeiro *computador digital* que o gênio inventivo do homem criou<sup>3</sup>”. Estava lançada a semente do que prometia ser uma verdadeira revolução.

Cumprindo com sua anunciada proliferação, os elementos de tecnologia e informática hoje permeiam as relações em geral, sustentando a atividade econômica e consumerista, os meios de efetivação e controle dos atos da administração, as formas de divulgação e propaganda de cunho político e cultural, e os instrumentos de comunicação entre as pessoas, suprimindo espaços e distâncias.

Em suma, a revolução tecnológica e do processamento eletrônico de dados e informações constitui a base de uma sociedade globalizada, a chamada “sociedade da informação”, que resume uma mudança radical de paradigmas, predizendo a entrada das relações humanas em um novo modelo de produção de valores e riquezas, como outrora fizeram as revoluções agrícola e industrial.

Esse contexto não se esgota no âmbito eletrônico da rede mundial de computadores, abrangendo ainda a utilização de aparatos eletrônicos e telemáticos que não estejam necessariamente ligados à *internet*, embora inegavelmente esta seja o instrumento de maior caracterização global dessa sociedade da informação.

---

<sup>3</sup> PAESANI, Liliana Minardi. **Direito de Informática:** comercialização e desenvolvimento internacional do *software*. 6 ed., São Paulo: Atlas, 2007, p. 5.

Em Norbert Wiener aparecem os primeiros registros de aproximação entre Direito e a cibernética, que ele mesmo desenvolvera, e assim o faz ao dizer que “a lei pode ser definida como o controle ético aplicado à comunicação<sup>4</sup>”.

A comunicação pressupõe o tráfego de informação, por qualquer meio, porém quando ocorrido especificamente no ambiente eletrônico nos evidencia a clara idéia de informática, e nesse contexto é que entendemos a *internet*, enquanto meio de transmissão de dados entre terminais eletrônicos situados ao redor de todo o mundo.

A rede mundial de computadores, se por um lado trouxe inegáveis benefícios à sociedade, também evidencia e potencializa algumas mazelas, muitas das vezes em decorrência de uma essência anárquica, que lhe confere a falsa impressão de descontrole e anonimato.

A origem da *internet* remonta um projeto do Departamento de Defesa dos Estados Unidos da América que, em tempos de guerra fria, procurou estabelecer uma rede segura de comunicação e controle do sistema de defesa nacional. Assim, pequenas redes locais foram tomadas como ponto de partida, e então foram conectadas de modo a formar uma grande rede por todo o país. A idéia dessa rede advém do fato de que cada um dos computadores estava ligado diretamente a todos os outros, formando uma verdadeira teia eletrônica de acesso remoto às informações compartilhadas.

Com isso, mesmo que o país fosse alvo de um então temido ataque nuclear, ou se de qualquer outra forma restasse alvejado em algum ponto de seu território, restaria garantido o acesso e mantido o funcionamento do sistema de comunicação e defesa, posto não haver um computador central que o comandasse. O comando era descentralizado, e possível de qualquer um dos terminais eletrônicos que o perfazia.

A possibilidade de interligação de pequenas e restritas redes ao redor do mundo logo despertou os mais diversos interesses e, assim, suplantou a seara militar. No final dos anos 1970, o projeto alcançou as universidades, passando por algumas adaptações e pelo desenvolvimento da linguagem multimídia que permitiu a compreensão ao grande público, aguçando ainda mais os interesses econômicos que então propiciaram o implemento da comunicação global dos terminais de processamento eletrônico de dados e informações.

Com efeito, já em decadência a guerra fria, cuja derrocada final restou simbolizada pela queda do muro de Berlim, em 1989, aquele projeto de natureza militar alcançou a sociedade em geral. Em pouco tempo as pequenas redes de todo o mundo estavam em franca

---

<sup>4</sup> WIENER, Norbert. **Cibernética e sociedade**: o uso humano de seres humanos, 3 ed., São Paulo: Cultrix, 1954, p. 104.

comunicação, e assim como os postos de comando manipulavam de forma remota as informações e o controle militar de qualquer lugar dos Estados Unidos, no âmbito da *internet* um usuário que com acesso a essa grande e recente rede podia manipular milhares de arquivos e dados em todo mundo, a partir de seu computador pessoal, mantendo-se a essência anárquica que lhe deu origem.

É inevitável, portanto, pensar na aplicação do Direito a esse novo contexto econômico e social. Contudo, já citamos Norbert Wiener – precursor dos estudos da cibernética que contribuiu decisivamente para a abordagem jurídica dos sistemas de processamento eletrônico de informação – e nesse caminho seguiram diversos outros notáveis, como o advogado norte americano Lee Loevinger, que experimentalmente preceituava a “tentativa de utilização de métodos científicos no âmbito do Direito, e muito especialmente na aplicação da tecnologia da automação e da elaboração eletrônica<sup>5</sup>”, e o italiano Mario Giuseppe Losano, responsável pela elaboração de modelos cibernéticos<sup>6</sup>.

O Brasil sofreu forte influência de Mario Losano, conferencista em curso organizado por Ruy Barbosa Nogueira e sediado pela Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, em 1973. Desde então, juristas como o então Desembargador paulista Dinio de Santis Garcia, o próprio Ruy Barbosa Nogueira e Miguel Reale trataram do que denominavam de informática jurídica, mas que atualmente ganhou nomes e definições das mais diversas, cuja abordagem não cabe a esse trabalho.

A essência anárquica das comunicações informáticas e telemáticas, assim como a consequente ausência de um controle central com competência para disciplinar as práticas desenvolvidas no ambiente eletrônico, motivam a discussão e desenvolvimento de políticas e meios de contraposição aos que vêm no computador um instrumento lesivo, impulsionados talvez por uma falsa impressão de anonimato e impunidade.

É nesse contexto que vemos o surgimento constante de novos contornos a exigir o cuidado e a atenção do sistema normativo, seja por meio de leis próprias e específicas, quando existentes, seja pelas regras gerais aplicadas, quando possível.

O regime jurídico dos prestadores de serviços ligados à *internet* é uma amostra disso, e assim muito se discute acerca da responsabilidade civil dos chamados provedores de serviços relacionados à *internet*, tais como os provedores de acesso, os provedores de hospedagem e os provedores de informação, dentre outros.

---

<sup>5</sup> GARCIA, Dinio de Santis. **Introdução à informática jurídica**. 1 ed., São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1976, p. 99/100.

<sup>6</sup> GARCIA, Dinio de Santis, op. cit., p. 147.

Isso porque a popularização da *internet* fez emergir o que se convencionou chamar de comércio eletrônico, “conjunto de operações de compra e venda de mercadorias ou prestações de serviços por meio eletrônico ou, em outras palavras, as transações com conteúdo econômico realizadas por intermédio de meios digitais<sup>7</sup>”.

O valor total de vendas por meio eletrônico gerou, em 2011, um faturamento de R\$ 18,7 bilhões, isso sem considerar as vendas de automóveis, passagens aéreas e leilões *on line*, representando um aumento de aproximadamente 76% tendo em vista o faturamento de 10,6 bilhões em 2009<sup>8</sup>, o que evidencia mais do que um grande volume, o crescimento das operações comerciais realizadas pela rede mundial de computadores.

Desde o ano de 2010<sup>9</sup> presenciamos, no Brasil, o surgimento de um novo modelo de negócios, que já estava explorado nos Estados Unidos desde 2008, capaz de oferecer ao usuário, quando da contratação de produtos e serviços, descontos que variam de 50% a 90%: a compra coletiva, ou operação de venda eletrônica coletiva de produtos e serviços através de sítios na *internet*, nos termos do projeto de lei nº 1.232/2011, em tramitação pela Câmara dos Deputados.

Trata-se da venda de produtos e serviços para um grupo de pessoas, por operação mediada por um prestador específico de serviço de *internet*, que seleciona os fornecedores e apresenta suas ofertas aos usuários que mantém cadastrados.

Neste contexto, e considerando a atuação desse intermediador em contornos por vezes semelhantes à atividade do representante comercial autônomo, nos termos da Lei Federal nº 4.886/65, o presente estudo analisa um possível enquadramento dos sítios eletrônicos de compra coletiva, especulando acerca da possibilidade de enquadrar o serviço como de típica representação, e assim tratar da responsabilidade civil dos intermediadores perante os adquirentes de produtos ou serviços.

## **2. DAS DISPOSIÇÕES BÁSICAS ATINENTES AO CONTRATO DE REPRESENTAÇÃO COMERCIAL**

O contrato de representação comercial é contrato típico, regulamentado pela Lei nº 4.886/1965, que, já em seu artigo 1º, expõe os parâmetros para enquadramento a essa figura, nos seguintes termos:

---

<sup>7</sup> CASTRO, Aldemário Araújo. **Informática jurídica e direito da informática**. 2002. Disponível em <<http://www.aldemario.adv.br/infojur/indicej.htm>>. Acesso: 25 ago 2010.

<sup>8</sup> [www.e-commerce.org.br/stats.php](http://www.e-commerce.org.br/stats.php). Acesso em: 31 mar 2012

<sup>9</sup>BRASIL. Projeto de Lei nº 1.232, de 04 de Maio de 2011. Disponível em <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=500481>>. Acesso: 31 mar 2012.

Exerce a representação comercial autônoma a pessoa jurídica ou a pessoa física, sem relação de emprego, que desempenha, em caráter não eventual por conta de uma ou mais pessoas, a mediação para a realização de negócios mercantis, agenciando propostas ou pedidos, para transmiti-las aos representados, praticando ou não atos relacionados com a execução dos negócios.

A primeira observação a ser feita é a de que a legislação própria já dispõe, desde o início, não haver óbice para que a atividade seja realizada por pessoa jurídica, e ressalte-se que esta pode se fazer valer de prepostos, pessoas naturais, para o desempenho da atividade de representação.

E nesse contexto, as empresas que exploram a atividade de venda e compra pela *internet*, no seio do que se convencionou chamar de “compra coletiva”, não parecem impedidas de realizar a atividade de representação comercial, a não ser que estejam impedidas de praticar, de maneira geral, os chamados atos de comércio, cabendo investigar, oportunamente, se o fato de receberem o pagamento diretamente do destinatário final impede a sua caracterização à essa espécie.

Até para auxiliar a formação de um convencimento acerca desta questão, verifica-se que essa modalidade de contrato, de representação comercial, confere ao contratado, pessoa jurídica ou pessoa natural, os poderes necessários para a consecução de negócio jurídico em favor de outra, representada. Silvio Venosa é quem alarga o objeto do contrato de representação para afirmar que “o próprio representante pode ser encarregado de entregar mercadorias e cobrar o preço<sup>10</sup>”, o que importa à discussão proposta.

Tal preceito encontra guarida na legislação própria, ao aferirmos a possibilidade de que o representante realize a entrega e a cobrança, o que se coloca como uma faculdade, revelando natureza eminentemente potestativa, e não obrigação do representante.

Tal possibilidade decorre ainda da assertiva trazida pelo parágrafo único do artigo 1º, da Lei 4.886/65, que prevê a possibilidade da representação comercial incluir poderes concernentes ao contrato de mandato, ocasião em que se aplicará as disposições legais que couberem a essa modalidade.

O registro em prévio em órgão de representação e fiscalização da classe também se faz necessário, conforme disciplinado no referido diploma e regulamentado pelo Código de Ética Profissional editado pelo CONFERE<sup>11</sup> (Conselho Federal dos Representantes Comerciais), e poderia se colocar como um entrave às empresas que já atuam na comercialização de produtos

---

<sup>10</sup> VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito Civil: Contratos em espécie**, vol. 3, 4ª ed., São Paulo: Atlas, 2004, p. 589.

<sup>11</sup> <http://www.confere.org.br/codigodeetica.html>. Acesso em 01 Abr 2012.

pela *internet* sem o competente registro. Porém se verifica, igualmente, que a ausência de registro é infração, de cunho administrativo ou penal, mas que não tem consequências no âmbito civil, assim como não pode implicar na anulação dos efeitos do negócio firmado.

Assim, serão aplicáveis as respectivas sanções administrativas no caso de pessoa jurídica, sem o prejuízo, entretanto, da aplicação ao disposto na Lei de Contravenções Penais<sup>12</sup>, quanto ao exercício ilegal de atividade ou profissão, em se tratando de pessoa física, mas no que toca à esfera da responsabilidade civil não há maiores implicações que interfiram no campo de estudo do presente trabalho.

No tocante à exclusividade da atividade, não há na lei disposição exigindo que o representante atue contratado por apenas um representado, e assim está autorizado a agir em nome de uma pluralidade de pessoas, inclusive que atuem no mesmo mercado relevante, desde que não haja impedimento de natureza contratual, cuja transgressão ensejaria a rescisão contratual, por motivo justo, implicando na perda de direitos previstos em lei, como o recebimento de 1/12 (um doze avos) do total da remuneração recebida na vigência da relação de representação.

Por outro lado, no tocante às obrigações do representado, a legislação prevê, em seu artigo 31, a presunção de exclusividade de zona. Assim, caso não haja previsão expressa no contrato permitindo a comercialização de seus produtos de forma direta ou por meio de outros representantes, presume-se que o representado não poderá fazê-lo, cabendo unicamente ao representante ali atuar.

Em relação ao pagamento do representante, este estará condicionado à aceitação do pedido ou proposta por parte do representado, bem como ao pagamento, ou seja, ao efetivo cumprimento da compra e venda, sendo as duas condicionantes cumulativas. Portanto, caso não seja aceito o pedido ou proposta dentro do prazo legal ou não seja efetivado o pagamento, o representante não fará jus à comissão, salvo cláusula contratual em sentido contrário.

A ressalva de maior importância à investigação de responsabilidade dos sítios eletrônicos de compra coletiva, e a possibilidade de enquadrarem-se como representantes comerciais, é a de que o representante age em nome de terceiros, e assim não se responsabiliza perante os adquirentes dos produtos e serviços quanto a vícios e defeitos provenientes destes.

---

<sup>12</sup> Artigo 47 do Decreto Lei nº 3.688 de 1941: “Exercer profissão ou atividade econômica ou anunciar que a exerce, sem preencher as condições a que por lei está subordinado o seu exercício. Pena – prisão simples, de 15 (quinze) dias a 3 (três) meses, ou multa”.



A responsabilidade do representante somente pode ser concebida quanto à prestação de seus serviços perante aquele que o contratou, o representado, e com o qual mantém relação jurídica. Assim sendo, em havendo o descumprimento do contrato por parte do representante, é possível a rescisão contratual, conforme apregoa o artigo 35 da Lei 4.886/1965. Porém perante o destinatário das mercadorias, o representante não responde, pois age efetivamente em nome de terceiro.

Analisado o contrato de representação, há que se verificar a possibilidade de aplicação deste às empresas que comercializam produtos e serviços de terceiros pela internet para um número coletivo de pessoas, condicionando ou não a vigência do negócio jurídico à aquisição por um número mínimo de consumidores, o que passamos a expor.

### **3. DA SUBSUNÇÃO DO SERVIÇO DE INTERMEDIÇÃO NAS OPERAÇÕES DE COMPRA COLETIVA À FIGURA DO REPRESENTANTE COMERCIAL**

Tendo em vista que os contratos havidos entre fornecedores de produtos e serviços e os *sites* de compra coletiva tratam-se de verdadeiros contratos de mediação, sobretudo porque o bem de consumo é entregue diretamente pelo fornecedor, não se vislumbra, numa primeira análise, qualquer impedimento para a caracterização dessa intermediação como típica representação comercial.

Segundo se analisa, o intermediador realiza a aproximação entre fornecedores e consumidores, por meio de cadastramento prévio de clientes ou prática de publicidade ostensiva, divulgando inclusive preços e condições de pagamento bastante atrativas, estes fixados pelo próprio fornecedor, que exigirá a reparação em face do representante se este veicular preços menores do que o contratado. Assim, o contrato teria escopo na Lei nº 4.886/1965, senão vejamos:

a) A intermediação visa a propaganda do produto ou serviço, de modo a estender o mercado atingido pelo fornecedor, tratando-se assim do objeto principal do contrato de representação;

b) O intermediador propaga o negócio pré-estabelecido pelo fornecedor, recebendo, também, poderes para executar atos jurídicos pertinentes à execução do negócio, dessa maneira temos a representação comercial em conjunto ao mandato mercantil, ou seja, poderes para propagar e executar a compra e venda dos produtos e serviços;

c) Na intermediação há estipulação de porcentagem dos negócios efetivamente realizados para o intermediador, comparável à comissão recebida pelo representante comercial.

É sabido que, via de regra, o representante comercial realiza a aproximação entre os fornecedores e os clientes, efetuando o recolhimento dos dados cadastrais destes para formação de um banco de dados gerenciado pela representada, até porque normalmente o pagamento é realizado diretamente a esta, cabendo ao representante a apresentação dos produtos ou serviços e o registro dos pedidos.

Nas operações de compras coletivas, sabe-se que a regra é outra: são os intermediadores que formam o banco de dados dos clientes, até porque são eles que recebem os pagamentos e os repassam aos fornecedores, já descontada a parcela de remuneração, a título de comissão. Essa especificidade, contudo, não causa óbice ao enquadramento desses intermediadores à condição de representantes comerciais. Assim ensina Venosa<sup>13</sup>:

Nada impede, no entanto, que a relação envolva o mandato mercantil, tanto que o parágrafo único do art. 1º da lei regulamentadora prevê que, quando a representação comercial incluir poderes do mandato mercantil, serão aplicáveis os preceitos deste. Nessa situação, além de representante autônomo do representado, será ele igualmente seu mandatário.

A possibilidade de atuação do representante comercial na qualidade de mandatário permite que pratique atos que a princípio seriam privativos do fornecedor, mandante, sem que se prejudique a natureza jurídica da relação contratual de representação comercial:

Tanto no mandato como na comissão, ao atos praticados pelo colaborador o são por conta e risco do fornecedor. Quer dizer, os deveres do vendedor (entrega da coisa, responsabilidade por vício ou evicção) são imputáveis ao mandante (diretamente) ou ao comitente (em regresso perante o comissário)<sup>14</sup>.

Outro possível questionamento pertinente à caracterização do intermediador em sítio eletrônico de compra coletiva como representante comercial é a exigência de registro junto aos Conselhos Regionais, trazida pelo artigo 2º da lei em exame, o que se reforça pelo artigo 22 da mesma lei, que explicita a exigência de que junto à propaganda veiculada pelo representante seja explicitado o número da carteira profissional (em caso de pessoa jurídica, além do número da carteira do representante responsável exige-se o número de registro desta junto ao Conselho Regional).

---

<sup>13</sup> VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito Civil: Contratos em espécie**, vol. 3, 4ª ed., São Paulo: Atlas, 2004, p. 587.

<sup>14</sup> REQUIÃO, Rubens. **Curso de Direito Comercial**, 1º vol., 27 ed. rev. e atual. Por Rubens Edmundo Requião, São Paulo: Saraiva, 2007.

Temos, porém, que a falta de registro, não obstante caracterize exercício irregular da atividade, não obsta por completo à caracterização como ensina Fábio Ulhoa Coelho<sup>15</sup>:

O exercício da atividade de representante comercial autônomo sem o regular registro imposta apenas sanções administrativas, a serem impostas pelos órgãos profissionais, após o devido procedimento em que se assegure o direito de defesa do investigado, como em qualquer outra profissão regulamentada. A jurisprudência já proclamou a *inconstitucionalidade* do art. 5º da Lei 4.886/65, que condiciona o recebimento da remuneração ao registro profissional. De fato, o representado não pode furtar-se ao cumprimento da obrigação de pagar o ajustado com o representante a pretexto de não possuir esta situação profissional regular. Mesmo que o representante se recuse a exibir prova do registro obrigatório por lei, o representado deve proceder ao pagamento, podendo, em seguida, levar o fato ao conhecimento do Conselho Regional, que, se for o caso, intimará o infrator a se regularizar.

Por fim, é pertinente ponderar a complexidade desta atuação, tendo em vista a rede de contratos firmados no sentido de tornar viável o negócio para todos os envolvidos, o que já fora enfrentado pelo Professor Adalberto Simão Filho<sup>16</sup>, em artigo apresentado no XX Congresso Nacional do CONPEDI/UFES, em Vitória/ES, o que melhor se enquadra no debate relativo à teoria da aparência em razão da proposta de responsabilização do intermediador.

Vencidos estes obstáculos, a intermediação das compras coletivas, pela *internet*, atende aos requisitos que possibilitam a caracterização do contrato firmado junto aos fornecedores representados como típica representação comercial.

Assim, a atuação profissional destas empresas parece se enquadrar dentre aquelas que subsistem independentemente do meio eletrônico, embora se reconheça neste uma ferramenta de incremento desta atividade, propiciando inclusive a exploração por um número maior de agentes, ampliando-se o número de produtos e serviços a serem oferecidos e, principalmente, o número de pessoas atingidas, em razão da superação de espaços pela comunicação pela *internet*.

É nesse contexto que passamos a apurar a responsabilidade civil dos intermediadores de compras coletivas perante os adquirentes de produtos e serviços.

Como bem vimos, a princípio não há como sustentar a responsabilidade civil do representante perante os adquirentes dos produtos e serviços frente à constatação de vícios ou

---

<sup>15</sup> COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de Direito Comercial**, vol. 3: Direito de Empresa. 8ª ed. rev. e atual., São Paulo: Saraiva, 2008, p. 115.

<sup>16</sup> SIMÃO FILHO, Adalberto. Sistema interpretativo da rede de contratos em ambiente de sociedade da informação: estudo em homenagem a Manuel De La Puente Y Lavalle. In: XX Congresso Nacional, 2011, Vitória. **Anais...** Vitória: CONPEDI, 2012, p. 3604-3627.

defeitos destes. Isso porque o representante pratica atos em nome do representado. Em suma, não é possível a responsabilização do representante comercial por atos de terceiro, eis que na representação não age em nome próprio, mas sim defendendo os interesses do representado.

Dessa forma, e não havendo regra posta que declare a solidariedade entre representado e representante, esta não pode ser presumida, nos termos do artigo 265 do Código Civil, de modo que quaisquer vício ou danos provenientes do produto ou serviço intermediado deverão ser suportados pelo representado.

#### **4. A RESPONSABILIDADE CIVIL DAS EMPRESAS QUE EXPLORAM A ATIVIDADE DE INTERMEDIÇÃO DE COMPRA COLETIVA À LUZ DO CONTRATO DE REPRESENTAÇÃO COMERCIAL**

Como já esboçado, a partir do ano de 2010 houve o incremento de um novo modelo de negócios, vislumbrado a partir da abrangência e baixo custo de operação comercial no âmbito da rede mundial de computadores.

O modelo ficou conhecido como “compra coletiva”, e consiste na oferta de produtos e serviços, por intermédio de *sites* especializados, com descontos que variam de 50% a 90%, havendo a possibilidade de se determinar um número mínimo de consumidores ou não.

Nesse bojo é que vimos destacando a importante figura do intermediador, que mantém o cadastro de usuários no intuito de lhes apresentar as ofertas veiculadas por fornecedores das mais diversas ordens, dentre as quais se destacam produtos e serviços de beleza, vestuários, peças e serviços automotivos, créditos em bares e restaurantes, etc.

Via de regra, os intermediadores das operações de compra coletiva no ambiente eletrônico se constituem como pessoa jurídica, realizando contratos com os fornecedores de mercadorias e serviços que serão anunciados. A determinação da natureza jurídica deste contrato e a subsunção, ou não, aos moldes da representação comercial é de suma importância para a posterior determinação da responsabilidade civil do intermediador perante os consumidores.

No tópico anterior analisamos essas questões, e concluímos não haver óbice ao enquadramento ao típico contrato de representação comercial, se sorte que partimos dessa premissa para investigar o regime de responsabilidade daqueles que atuam como intermediadores de negócios em sítio eletrônico de compra coletiva.

A especificidade a que se fez menção, e destaque, é a participação incisiva do intermediador, tal como verdadeiro mandatário, na medida em que, além de propiciar os meios para a realização do negócio, ainda recebe o pagamento em nome do fornecedor, no ato de aceitação da oferta pelo consumidor, mediante cartão de crédito. Se tal ocasião não impede a configuração do contrato nos moldes da representação comercial, do ponto de vista do consumidor pode indicar a aparência de realização do negócio em parceria, o que será analisado em tópico próprio, a ensejar, eventualmente, a responsabilização solidária do representante pelos vícios e defeitos dos produtos e serviços ofertados, ou seja, por ato de terceiros (fornecedores).

Certo é que o consumidor não contrata a aquisição da mercadoria ou a prestação de serviço do intermediador, mas do fornecedor que teve seu produto anunciado e estampa sua logomarca e nome no próprio anúncio, restando facilmente identificado, isentando o intermediador de qualquer responsabilidade, nos termos do artigo 13, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor. Outrossim, há perceptível distinção entre a cadeia de consumo à qual pertence o fornecedor de produtos ou serviços, da cadeia de consumo da qual pertence o intermediador.

Embora estejam imbricadas as cadeias de consumo, o intermediador não tem como acompanhar o produto ou serviço ofertado, e assim não pode ser responsabilizado, quer pelos vícios ou pelos defeitos.

Ademais, embora a quantia seja retida pelo intermediador, em seu contrato há estipulação de retenção de porcentagem das vendas realizadas, sendo o restante repassado ao outro contratante.

Não há dúvida acerca da responsabilidade do sítio eletrônico de compra coletiva em relação ao serviço de intermediação que presta junto ao anunciante, porém o mandato que recebe para agir em favor deste anunciante, como intermediador, não o sujeita às responsabilidades que são exclusivamente do fornecedor, ou daqueles que participaram efetivamente da cadeia de consumo (distribuidor, importador, etc). Nessa esteira, se o *site* não puder ser acessado em decorrência de falha técnica, vislumbra-se um problema a ser resolvido de acordo com a lei aplicável, seja o Código Civil, em especial os artigos 248 e 249, ou a Lei nº 4.886/1965.

Quanto ao usuário que se cadastra junto ao intermediador para o recebimento de ofertas, em caso de indisponibilidade de acesso, a responsabilidade poderá ser regida nos termos do artigo 20 do Código de Defesa do Consumidor, sem prejuízo da ocorrência de perdas e danos que serão abarcados pela hipótese reparatória decorrente dos defeitos (artigo 14 do Código de

Defesa do Consumidor). Isso, contudo, não pode ser extrapolado para, a princípio, responsabilizar o intermediador pelos vícios e defeitos que sejam da essência dos produtos ou serviços.

Nesse aspecto em especial, há de se considerar, contudo, a chamada teoria da aparência, calcada no princípio da boa-fé, a exigir prudência e diligência<sup>17</sup> dos contratantes, principalmente quando de alguma forma participam da gestão do negócio ou nele interfere, podendo vigiá-lo ou corrigi-lo<sup>18</sup>. Essa questão será abordada em tópico próprio, relativo à responsabilidade por ato de terceiros à luz do Código de Defesa do Consumidor.

Assim, é razoável que se impute ao provedor do *site* de compra coletiva, exclusivamente, a responsabilidade pela veracidade das informações que veicula, como decorrência de conduta do próprio intermediador, que assim deve zelar pela lisura daqueles com quem contrata antes de veicular a oferta aos usuários cadastrados.

Nesse sentido, o já referido e recente projeto de lei nº 1.232, de 04 de Maio de 2011, em tramitação pela Câmara dos Deputados, propõe expressamente que “serão responsáveis pela veracidade das informações publicadas a empresa proprietária do sítio de vendas coletivas e o estabelecimento ofertante, respondendo solidariamente por eventuais danos causados ao consumidor”, a consubstanciar a hipótese de solidariedade pela imposição da lei, e não apenas pela interpretação sistemática que nos conduz à ideia de aparência, embora seja essa interpretação amplamente aceita pelo Superior Tribunal de Justiça.

Contudo, mesmo que predispostos a afastar qualquer responsabilidade da empresa intermediadora de operações de compra coletiva por atos de terceiro, a discussão exige maior cuidado na medida em que se insere no bojo da relação de consumo. Com efeito, superada, ainda que brevemente, as regras gerais do contrato de representação e de responsabilidade civil considerando a aplicação específica dos intermediadores de compra coletiva nesse contexto de representação comercial, passamos a explorar a questão atinente à tentativa de responsabilização por atos de terceiros, à luz do Código de Defesa do Consumidor.

## **5. DA RESPONSABILIDADE DO INTERMEDIADOR POR ATOS DE TERCEIRO À LUZ DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

Superada a questão relativa à responsabilidade do intermediador de compra coletiva segundo sua própria conduta, em especial sob a ótica do contrato de representação comercial,

---

<sup>17</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. *Recurso Especial 2584* da 4ª Turma, Brasília, DF, 17 de Dezembro de 1991. Disponível em <<http://www.stj.jus.br>>. Acesso em 5 abr 2012.

<sup>18</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. *Recurso Especial 263330* da 3ª Turma, Brasília, DF, 02 de Dezembro de 2010. Disponível em <<http://www.stj.jus.br>>. Acesso em 5 abr 2012.

cumpra investigar a eventual responsabilidade perante o consumidor pelas condutas de terceiros, em especial por ação ou omissão do fornecedor de bens e serviços anunciados em seu sítio eletrônico ou em decorrência dos vícios e defeitos dos bens de consumo que oferecem.

Nesse bojo, imputar a alguém o dever de indenizar aquele que sofre dano em decorrência de atos de terceiros equivale a tratar de hipótese de obrigação solidária, que não se presume, mas resulta de lei ou de contrato, nos termos do artigo 265 do Código Civil, e de responsabilização objetiva, mesmo no âmbito do Código de Defesa do Consumidor.

Não se trata de apurar responsabilidade de natureza objetiva na medida em que esta presume a ocorrência da conduta ilícita, comissiva ou omissiva, por parte de quem deva indenizar, ainda que dispense o elemento culposo, e sabemos que o Código de Defesa do Consumidor abarca expressamente as situações peculiares de responsabilidade objetiva.

Nesse contexto, e cientes de que existem manifestações no sentido de imputar indiscriminadamente às relações de comércio eletrônico a teoria do risco criado, o que decorreria da natureza imaterial destas, não se acredita que haja razoabilidade em generalizar a aplicação da responsabilidade objetiva aos provedores de serviços e fornecedores de bens por meio eletrônico, e isso porque a natureza imaterial de tais relações não implica, por si só, em riscos aos usuários, além daqueles com os quais já se defrontam diariamente.

Tratando-se primeiramente do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11 de Setembro de 1990) no contexto da sociedade da informação, percebe-se que sua vigência é concomitante à difusão e exploração comercial da rede mundial de computadores, o que não foi suficiente para que a legislação abarcasse de forma específica as relações consumeristas havidas no âmbito da internet, provavelmente por conta da novidade que esta representava.

Quando da exploração comercial da *internet*, superado o uso militar da rede, estava em discussão o anteprojeto do Código de Defesa do Consumidor, aprovado precisamente em setembro de 1990, que embora não tenha mesmo abarcado especificamente as relações eletrônicas de natureza consumerista tratou de ser bastante abrangente quanto à definição das figuras de consumidor e fornecedor, aplicando-se a legislação pertinente às relações de consumo todas as vezes em que se fizerem presentes tais figuras.

Assim, aplica-se o Código de Defesa do Consumidor a todas operações de compra e venda de bens e prestação de serviços realizados pela *internet*, desde que de um lado se encontre a “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<sup>19</sup>”, e de outro a “pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final<sup>20</sup>”.

Há, tramitando no Congresso Nacional, Projeto de Lei nº 4.906, de 21 de Junho de 2001, que dispõe, em seu artigo 13, a aplicação das normas de proteção e defesa do consumidor ao comércio eletrônico. Contudo, tal preceito parece desnecessário na medida em que atualmente não há qualquer resistência quanto à aplicação do sistema legal de disciplina das relações de consumo às operações de comércio eletrônico. Em suma, a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor no contexto digital é bastante clara, o que se extrai do próprio texto vigente, e se corrobora pelo fato de que não há mais controvérsia alguma em sede de doutrina ou jurisprudência acerca deste entendimento.

Para efeito de responsabilização do âmbito das relações de consumo, é pertinente que distingamos os vícios e os defeitos, tratados de forma separada pelo Código de Defesa do Consumidor, restando o defeito descrito nos artigos 12 e 14, e o vício nos artigos 18 a 20.

O vício do produto, nos termos do artigo 18 do Código de Defesa do Consumidor, equivale expressamente à disparidade na qualidade ou quantidade que torne o produto impróprio ou inadequado ao consumo que se destina, sem qualquer alusão a riscos à segurança ou integridade física e moral do consumidor, bem como sem qualquer alusão à desdobramentos ocasionados a partir do vício em si. No mesmo sentido o artigo 20, no tocante ao vício do serviço.

Por sua vez, nos termos do parágrafo primeiro, do artigo 12, do Código de Defesa Consumidor, o produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, dentre as quais se destaca o uso e os riscos que razoavelmente dele se esperam, de modo que o produto defeituoso, além de viciado, expõe a risco a integridade física e moral do consumidor.

Nesse norte, a definição mais razoável, salvo melhor juízo, é a de que o defeito é um desdobramento do vício, na medida em que além do déficit de qualidade do produto ou serviço, que os torna impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam, atinge-se a integridade física e moral do consumidor, que se legitima a pleitear a justa reparação.

Esta é a definição trazida por Zelmo Denari<sup>21</sup>, embora trate da questão sob denominação diversa (o que chamamos aqui de vício é tratado por vício ou defeito de adequação, e o que chamamos de defeito é tratado por vício ou defeito de segurança, porém ambos igualmente não se confundem, sendo que a segunda hipótese é aplicada ao caso de exposição da integridade física e moral do consumidor a risco):

---

<sup>19</sup> Artigo 3º da Lei nº 8.078, de 11 de Setembro de 1990.

<sup>20</sup> Artigo 2º da Lei nº 8.078, de 11 de Setembro de 1990.

<sup>21</sup> DENARI, Zelmo. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto**, 7ª ed., São Paulo: Forense Universitária, p. 157



O Código distingue dois modelos de responsabilidade: por *vícios* de qualidade ou quantidade dos produtos ou serviços e por *danos* causados aos consumidores, ditos *acidentes de consumo*.

O artigo 12 disciplina este último modelo, ocupando-se da responsabilidade do fornecedor por danos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento dos produtos.

A responsabilidade por danos decorre da propagação do vício de qualidade, alcançando o consumidor e inclusive terceiros, vítimas do evento (cf. art. 17), e supõe a ocorrência de três pressupostos: a) defeito do produto; b) *eventus damni*; e c) relação de causalidade entre o defeito e o evento danoso

Com efeito, vê-se que o vício diz respeito à disparidade quanto à qualidade ou quantidade do produto em si, sem qualquer desdobramento danoso que ultrapasse o próprio bem, sendo este último elemento caracterizador do defeito.

O *site* que faz a intermediação das operações de compra coletiva presta o serviço de divulgação e captação de clientes dos produtos e serviços fornecidos por quem o contrata, e nesse bojo, não nos parece razoável que responda pela eventualidade do vício. Ou seja, o intermediador não pode responder pelo vício do produto ou do serviço contratado, nos termos do artigo 18 e 20 do Código de Defesa do Consumidor, e isso porque não participa da cadeia de fornecimento destes, mas desempenha o seu próprio serviço, servindo como um divulgador e intermediador.

Apenas nesse contexto de uma mesma cadeia de consumo é que se pode imputar a responsabilidade solidária elencada pelo Código de Defesa do Consumidor na reparação do vício de quantidade ou de qualidade.

Nessa órbita, imputar responsabilidade ao operador de *site* de compra coletiva pelos vícios dos produtos e serviços que são ali vendidos é o mesmo que responsabilizar o corretor de imóveis pelos vícios da casa cuja venda ele intermedia, ou ainda que a grosso modo responsabilizar o veículo de comunicação pelo vício dos produtos que anuncia.

E nesse mesmo contexto, o *site* intermediador também não pode responder pela reparação dos danos causados por culpa exclusiva do fornecedor, mas apenas quando age com negligência ou imprudência, contratando com empresa cuja inidoneidade lhe era conhecida, ou cuja estabilidade financeira e jurídica é duvidosa, hipóteses em que responde por sua própria conduta culposa, e não por conduta de terceiros.

O máximo que se pode admitir é a responsabilização do intermediador pela devolução da quantia que lhe fora creditada pelo consumidor, na medida em que são os *sites* que recebem o pagamento efetuado pelos usuários, pelo menos enquanto continuarem incumbidos

de receber o dinheiro para posterior repasse aos fornecedores, e até que tenha um mecanismo seguro de pagamento, tal como o fez o Mercado Livre, que assim se viu livre de responsabilidade, nos termos julgados pelo Egrégio Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo:

Compra de aparelho eletrônico pela Internet - Produto não recebido pelo consumidor - Ação de indenização por dano material e moral - Pagamento feito em dinheiro diretamente ao anunciante- vendedor antes de receber o produto, e não pelo sistema de pagamento seguro oferecido pelo site que apenas realiza a aproximação dos interessados - Atuação do comprador que não adotou as cautelas recomendadas pelo intermediador Responsabilização da ré que, in casu, depende de comprovação da má-fé ou dolo, não demonstrados na espécie - Sentença de improcedência - Recurso desprovido. 1. O adquirente que, voluntariamente, não segue procedimentos e nem se utiliza das cautelas peculiares de segurança informadas pela intermediadora acionada, mas, ao contrário, paga antes de receber o produto do vendedor mediante depósito bancário em conta pessoal deste, não pode responsabilizar a empresa pela inexecução do contrato ajustado com terceiro. 2. Ao optar por transacionar diretamente com o suposto vendedor, o autor-comprador desconsiderou as precauções aconselhadas pela ré, de modo que caracterizada sua culpa em concorrência com a atitude ilícita do vendedor, a afastar a responsabilidade da ré como fornecedora, nos termos do art. 14, § 3º, inciso II, do Código de Defesa do Consumidor<sup>22</sup>.

Todos os demais danos eventualmente sofridos pelo usuário deverão ser suportados pelo fornecedor do bem ou serviço contratado, único causador efetivo do dano, respeitando-se assim o teor do Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 25, § 1º.

Há que se perpassar, por fim, a possibilidade de aplicação da chamada teoria da aparência como forma de se alcançar o intermediador das operações de compras coletivas em relação a atos de terceiros, fornecedores dos produtos e serviços que anuncia. Tal aplicação tem escopo na preservação de princípios importantes, que reconhecem a vulnerabilidade do consumidor e preservam a boa-fé dos que contratam com interposta pessoa.

Contudo, essa hipótese apenas se justificaria se o intermediador utilizasse do prestígio e da marca de um fornecedor conhecido para alavancar a comercialização de seus próprios produtos ou serviços, configurando-se a confusão apta a causar aparência ao consumidor de boa-fé, aplicando-se assim a regra do artigo 34 do Código de Defesa do Consumidor:

**PROCESSUAL CIVIL. CONSÓRCIO. TEORIA DA APARÊNCIA. LEGITIMIDADE PASSIVA RECONHECIDA.**

A empresa que, segundo se alegou na inicial, permite a utilização da sua logomarca, de seu endereço, instalações e telefones, fazendo crer, através da publicidade e da prática comercial, que era responsável pelo empreendimento consorcial, é parte passiva legítima para responder pela ação indenizatória proposta pelo consorciado fundamentada nesses fatos.

---

<sup>22</sup> SÃO PAULO (Estado). Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. *Apelação nº 0289667-04.2009.8.26.0000* da 29ª Câmara de Direito Privado, São Paulo, SP, 10 de Agosto de 2011. Disponível em <<http://www.tj.sp.gov.br>>. Acesso em 7 abril 2011

Recurso conhecido e provido<sup>23</sup>.

O intermediador das operações de compras coletivas, contudo, deixa claro que apenas faz a intermediação de produto ou serviço de terceiro, e assim não há expectativa legítima que sustente a alegação de que a operação aparentava ser diferente de que realmente era, e assim não é possível a responsabilização dos intermediadores pelos atos do fornecedor, bem como pelos vícios e defeitos dos produtos e serviços, uma vez que a solidariedade não se presume.

Ademais, o aludido artigo 34 do Código de Defesa do Consumidor indica a responsabilidade do fornecedor em razão de atos do representante, e entendimento contrário apontaria para a presunção de solidariedade, que já se tratou de afastar.

Ressalva-se a possibilidade de, no caso concreto, haver casos em que se gere situação de aparência que impinja ao consumidor a expectativa legítima de ver responsabilizado o intermediador dessas operações, porém não se pode tratar essa eventual hipótese como regra.

## **CONCLUSÕES**

Não há óbice legal para que se enquadre o intermediador de operações de compra coletiva como representante comercial. O fato de a intermediação ocorrer em ambiente eletrônico, através de sítio próprio, e por vezes extrapolar os limites da representação, para que o intermediador atue como verdadeiro mandatário, não é suficiente para que criemos uma figura esdrúxula, diferente da representação comercial.

E assim não se concebe a possibilidade de responsabilizar o prestador de serviço de intermediação de maneira diferente, fazendo presumir-se uma hipótese de solidariedade que não se encontra contemplada por lei.

Isso não significa que algumas especificidades não devam ser objeto de regulação própria, mesmo para a criação de um novo regime de responsabilização. Porém o substrato legal de hoje não nos permite exceder para fazer alcançar o patrimônio do intermediador como cobertura de direitos que o consumidor tem em relação ao fornecedor representado. Não se pode imputar a ele todos os ônus impostos ao fornecedor tendo como escopo a ideia de vulnerabilidade, até porque essa situação, presumida pela Código de Defesa do Consumidor, também encontra limites nos princípios constitucionais de pugnam pela segurança jurídica, pela razoabilidade e proporcionalidade.

---

<sup>23</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial n.º 139400 da 4ª Turma do Superior Tribunal de Justiça, Brasília, DF, 03 de Agosto de 2000. Disponível em <<http://www.stj.jus.br>>. Acesso em 05 de Abril de 2012.

A teoria da aparência, a sustentar inclusive os preceitos de proteção em face de uma complexa rede de contratos, também deve ser vista com reservas, até porque não pode figurar-se em uma forma de arbítrio estabelecido pela jurisprudência.

Em suma, caracterizado como representante comercial, o intermediador somente responde perante terceiros mediante imposição expressa no contrato de representação comercial ou mediante disposição legal prevendo a solidariedade entre fornecedor e intermediador, que até então não existe em nosso ordenamento legal, e assim não se pode presumir.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*, promulgada em 05 de Outubro de 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm)>. Acesso: 5 ago 2010.

BRASIL. Lei n.º 8.078, de 11 de Setembro de 1990. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso: 24 Ago 2010.

BRASIL. Projeto de Lei n.º 1.232, de 04 de Maio de 2011. Disponível em <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=500481>>. Acesso: 31 Mar 2012.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial n.º 139400 da 4ª Turma do Superior Tribunal de Justiça, Brasília, DF, 03 de Agosto de 2000. Disponível em <<http://www.stj.jus.br>>. Acesso em 05 de Abril de 2012.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial 2584 da 4ª Turma do Superior Tribunal de Justiça, Brasília, DF, 17 de Dezembro de 1991. Disponível em <<http://www.stj.jus.br>>. Acesso em 5 abr 2012.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial 263330 da 3ª Turma do Superior Tribunal de Justiça, Brasília, DF, 02 de Dezembro de 2010. Disponível em <<http://www.stj.jus.br>>. Acesso em 5 abr 2012.

CASTRO, Aldemário Araújo. **Informática jurídica e direito da informática**. 2002. Disponível em <<http://www.aldemario.adv.br/infojur/indiceij.htm>>. Acesso: 25 ago 2010.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de Direito Comercial**, volume 3: Direito de Empresa. 8 ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva. 2008.

DENARI, Zelmo. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto**, 7ª ed., São Paulo: Forense Universitária.

LEONARDI, Marcel. Responsabilidade civil pela violação do sigilo e privacidade na internet. In: SILVA, R. B. T.; SANTOS, M. J. P (Org.). **Responsabilidade civil na internet e nos demais meios de comunicação**. São Paulo: Saraiva, 2007.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 5ª ed., São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

NERY JÚNIOR, Nelson. Da proteção contratual. In: GRINOVER, A. P. [et al.]. **Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001, p. 441-570.

PAESANI, Liliana Minardi. **Direito de Informática: comercialização e desenvolvimento internacional do *software***. 6 ed., São Paulo: Atlas, 2007.

REQUIÃO, Rubens. **Curso de Direito Comercial**, 1º vol., 27 ed. rev. e atual. Por Rubens Edmundo Requião, São Paulo: Saraiva, 2007.

SIMÃO FILHO, Adalberto. Sistema interpretativo da rede de contratos em ambiente de sociedade da informação: estudo em homenagem a Manuel De La Puente Y Lavalle. In: XX Congresso Nacional, 2011, Vitória. **Anais...** Vitória: CONPEDI, 2012

VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito Civil: Contratos em espécie**, 4 ed., São Paulo: Atlas, 2004. - (Coleção direito civil v. 3).

WIENER, Norbert. **Cibernética e sociedade: o uso humano de seres humanos**, 3 ed., São Paulo: Cultrix, 1954.