

VIII ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

**DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE
NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini - FMU - São Paulo

Diretor Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

Representante Discente: Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFERSA - Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Fernando Passos - UNIARA - São Paulo

Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal

Comunicação:

Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Relações Internacionais para o Continente Americano:

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM - São Paulo

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI - Santa Catarina

Educação Jurídica

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - PR

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - SP

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - MS

Eventos:

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - FDF - São Paulo

Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina

Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

Comissão Especial

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UFRJ - RJ

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - PB

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - MG

Prof. Dr. Rogério Borba - UNIFACVEST - SC

D597

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Daniele Menengoti Ribeiro; Edith Maria Barbosa Ramos; Lislene Ledier Aylon. – Florianópolis: CONPEDI, 2025.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-159-2

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Direito Governança e Políticas de Inclusão

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito e globalização. 3. Responsabilidade nas relações de consumo. VIII Encontro Virtual do CONPEDI (2; 2025; Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



VIII ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Apresentação

Os artigos contidos nesta publicação foram apresentados no Grupo de Trabalho “DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO I”, no VIII ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI, realizado entre os dias 24 e 28 de junho de 2025.

A sétima edição do Encontro Virtual do CONPEDI, que reuniu acadêmicos de todas as regiões do Brasil e convidados estrangeiros em um ambiente 100% virtual, manteve a seriedade e qualidade da produtividade características das edições anteriores, e oportunizou a continuidade da integração com pesquisadores em tempos tão adversos e desafiadores.

As professoras Dr.^a Daniela Menengoti Gonçalves Ribeiro, Dr.^a Edith Maria Barbosa Ramos e Dr.^a Lislene Ledier Aylon foram honradas com a coordenação das atividades do Grupo de Trabalho e com a coordenação dessa obra.

Os trabalhos desse Grupo de Trabalho se deram na tarde do dia 28 de junho de 2025, ocasião em que os autores expuseram suas pesquisas e debateram temas que estão no centro das especulações de um conjunto significativo dos estudiosos do direito.

A presente obra reúne reflexões interdisciplinares e críticas sobre os desafios contemporâneos que marcam a relação entre direito, consumo, cidadania, vulnerabilidade e tecnologia. Em um mundo marcado pela hiperconectividade, pelas assimetrias de informação e pela intensificação do consumo digital, os textos aqui reunidos propõem caminhos de

Os trabalhos apresentados abriram caminho para importantes discussões relacionadas aos campos temáticos do GT, em que os participantes (professores, pós-graduandos, agentes públicos e profissionais da área jurídica) puderam interagir em torno de questões teóricas e práticas, levando-se em consideração o momento político, social e econômico vivido pela sociedade brasileira e internacional, em torno da temática central do evento – “Direito, Governança e Políticas de Inclusão”. Referida temática apresenta os desafios que as diversas linhas de pesquisa jurídica terão que enfrentar, bem como as abordagens tratadas em importante encontro, possibilitando o aprendizado consistente dos setores socioestatais e de mercado.

Na presente coletânea encontram-se os resultados de pesquisas desenvolvidas em diversos Programas de Mestrado e Doutorado do Brasil e do exterior, tendo sido apresentados, no GT – “Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo I”, 16 (dezesesseis) artigos de boa qualidade, selecionados por meio de avaliação por pares.

Os trabalhos ora publicados foram divididos em três momentos distintos, em três blocos de apresentação seguidos de discussão e aprofundamentos pelos participantes do GT – “Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo I”. No primeiro momento foram apresentados 6 (seis) artigos que enfrentaram temas que trataram de questões da “A educação fiscal como instrumento de concretização da cidadania e prevenção de conflitos” de autoria de Patrícia de Lima Villadouro, Geralda Cristina de Freitas Ramalheiro, Mariana Passos Beraldo; em seguida o artigo “A gastroanomia causada pelo excesso de informações disseminadas na era das mídias digitais: desafios para uma alimentação mais saudável de autoria de Ana Cláudia Cardoso Lopes , Maraluce Maria Custódio, Lyssandro Norton Siqueira. Foi também apresentado o texto “ A hipervulnerabilidade do idoso nos contratos de crédito consignado: uma análise jurídica” desenvolvidos por Ana Cláudia Cardoso Lopes , Maraluce Maria Custódio, Lyssandro Norton Siqueira; posteriormente o artigo “A publicidade de risco nas plataformas digitais: a responsabilidade civil dos influenciadores

A segunda parte do GT - “Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo I” contou a apresentação de 6 (seis) artigos, quais sejam: “Inteligência artificial: impactos da assimetria informacional e da discriminação algorítmica no meio digital e a necessidade de proteção do consumidor” de autoria de Leticia Spagnollo, Nadya Regina Gusella Tonial; “Publicidade influenciada: a vulnerabilidade de crianças e adolescentes diante de conteúdos comerciais nas redes sociais” de Aline Marciel Lima Gomes; o artigo “Breves comentários sobre o impacto da personalização de preços no comércio eletrônico sob a ótica da LGPD” de autoria de Janaina Gomes Lopes; o texto “Consulta Fiscal como ferramenta de prevenção de conflitos tributários” de Patricia de Lima Villadouro, Geralda Cristina de Freitas Ramalheiro e Julio Cesar Franceschet; “Direito, consumo e governança pelos ciés dos casos de coletivização de demandas individuais, o IRDR 21 no TJRJ e a Governança Pública do PROCON carioca de autoria de Vanessa Dupheim Pinheiro, finalizando o bloco foi apresentado o texto “Exclusividade ou ilegalidade? a venda casada no mercado de luxo e o caso Hermès à luz do direito brasileiro de autoria de Abigail Vieira Meneses, Maria Luiza Ceci Zuque de Mattos Corrêa e Teresa Helena Barros Sales.

No terceiro bloco foram apresentados 4 (quatro) artigos. “Hiperconsumo digital: a influência do marketing e das redes sociais na intensificação da vulnerabilidade do consumidor” de autoria de Ana Carolina Couto Matheus. Também foi apresentado o texto “Mídias sociais virtuais, privacidade e proteção de dados sob a perspectiva do consumidor na sociedade de informação de autoria de Rubem Bilhalva Konig e Felipe Rosa Müller. Em seguida foi apresentado o artigo “O dever de informação ao consumidor idoso como forma de prevenção de conflitos e concretização da cidadania” desenvolvido por Francine Lemes Da Cruz, Julio Cesar Franceschet e Augusto Martinez Perez Filho. Por fim, foi apresentado o artigo “Plataformização, consumo e sustentabilidade: a concentração de poder econômico-digital e os novos contornos da sociedade tecnológica” de autoria de Bruno Mello Corrêa de Barros Beuron e Daniela Richter

não qualificadas sobre alimentação nas mídias digitais e seus efeitos perversos sobre os hábitos alimentares da população.

Diversos capítulos tratam da vulnerabilidade do consumidor, especialmente no ambiente digital, com atenção aos idosos em contratos de crédito consignado, às crianças e adolescentes expostos à publicidade disfarçada nas redes sociais e à manipulação algorítmica que atravessa as práticas de e-commerce. Questões como a personalização de preços, o uso de neuromarketing e os riscos das apostas virtuais são enfrentados com base na legislação brasileira e nos princípios do Código de Defesa do Consumidor, evidenciando a urgência de atualização e reforço das normas existentes.

Em consonância com a realidade social, temas como a responsabilidade civil de fornecedores e influenciadores, o uso indevido dos dados pessoais, e os limites entre exclusividade e ilegalidade no mercado de luxo, são abordados sob a ótica da governança, da ética e da justiça de consumo. Casos concretos, como o do “jogo do tigrinho” e o caso Hermès, enriquecem os debates e promovem uma leitura crítica dos fenômenos que envolvem consumo e subjetividade.

A obra também chama atenção para os instrumentos institucionais de prevenção de conflitos, como a consulta fiscal e a governança pública exercida por órgãos como o PROCON, destacando experiências relevantes como o IRDR 21 no TJRJ. Em paralelo, o livro questiona os impactos da plataformização da sociedade sobre a sustentabilidade ambiental, denunciando o hiperconsumo impulsionado por práticas digitais e pela concentração de poder das big techs.

Por fim, o leitor é convidado a refletir sobre o papel do Estado, das empresas, dos consumidores e das plataformas digitais na construção de um ambiente de consumo mais seguro, consciente e equitativo. Ao apresentar uma leitura plural e crítica das novas dinâmicas do mercado e da informação, este livro se consolida como um importante

Dr.^a Edith Maria Barbosa Ramos

Dr.^a Lislene Ledier Aylon

A RESPONSABILIDADE CIVIL DOS FORNECEDORES DE PRODUTOS E SERVIÇOS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO DO E-COMMERCE E SEUS EFEITOS ECONÔMICOS PARA AS MICROEMPRESAS E OS MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS

CIVIL LIABILITY OF SUPPLIERS OF PRODUCTS AND SERVICES IN E-COMMERCE CONSUMER RELATIONS AND ITS ECONOMIC EFFECTS FOR MICROENTERPRISES AND INDIVIDUAL MICROENTREPRENEURS

Fabiano Ferreira Lopes ¹
Frank Leonardo Gomes Ferreira Junior ²

Resumo

Este artigo científico tem como objetivo investigar a influência da responsabilidade objetiva do fornecedor nas relações de consumo virtuais, particularmente no comércio eletrônico (e-commerce), e os impactos econômicos dessa responsabilidade sobre os microempreendedores (ME) e microempreendedores individuais (MEI). O estudo busca analisar como a responsabilidade objetiva afeta a atuação desses pequenos empresários no ambiente digital, destacando os desafios econômicos enfrentados por suas microempresas. Os objetivos específicos incluem: 1) examinar a responsabilidade civil em um contexto geral; 2) avaliar a responsabilidade civil do fornecedor nas relações de consumo; 3) analisar as particularidades da responsabilidade civil no comércio eletrônico; e 4) identificar os impactos econômicos dessa responsabilidade sobre as microempresas. A pesquisa aborda conceitos centrais sobre responsabilidade civil, a responsabilização de fornecedores no e-commerce e os efeitos dessa responsabilidade sobre a sustentabilidade das microempresas. Acredita-se que a aplicação da responsabilidade objetiva, combinada com fatores como competitividade e carga tributária, resulta em uma sobrecarga para os microempreendedores, o que dificulta o crescimento e a perenidade de seus negócios. Este estudo sugere que a responsabilidade objetiva pode agravar a situação financeira dos microempreendedores no e-commerce, contribuindo para a falência de muitas microempresas, que já enfrentam dificuldades para se manter competitivas no mercado digital.

microentrepreneurs (MEI). The study seeks to analyze how objective liability affects the performance of these small business owners in the digital environment, highlighting the economic challenges faced by their microenterprises. The specific objectives include: 1) examining civil liability in a general context; 2) evaluating the supplier's civil liability in consumer relations; 3) analyzing the particularities of civil liability in e-commerce; and 4) identifying the economic impacts of this liability on microenterprises. The research addresses central concepts of civil liability, the liability of suppliers in e-commerce, and the effects of this liability on the sustainability of microenterprises. It is believed that the application of objective liability, combined with factors such as competitiveness and tax burden, results in an overload for microentrepreneurs, which hinders the growth and sustainability of their businesses. This study suggests that strict liability can worsen the financial situation of microentrepreneurs in e-commerce, contributing to the bankruptcy of many microenterprises, which already face difficulties in remaining competitive in the digital market.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Civil liability, Consumer relations, Microentrepreneurs, Virtual commerce, Economic analysis of law

1 INTRODUÇÃO

As relações de consumo, desde seus primórdios, até hodiernamente, sofreram várias mudanças, dentre as quais, é relevante citar, primeiramente, a evolução de uma situação ao qual, juridicamente, tanto o consumidor quanto o fornecedor, somente em tese, teriam poderes iguais e, portanto, eram livres para firmarem contratos da forma como bem achassem conveniente, não havendo proteção nenhuma com relação a estes entes.

Posteriormente, houve o reconhecimento da hipossuficiência dos consumidores com relação aos fornecedores, alinhando-se, a situação jurídica com a relação fática vivenciada, havendo uma proteção do consumidor, que está regida pelo atual Código do Consumidor, Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Outrossim, vale apontar como relevante também, a evolução do comércio desde seus primórdios, ao qual, anteriormente, somente era viável de forma presencial, havendo diversos custos inerentes dessa modalidade, como, a título de exemplificação, a necessidade do custeio de um espaço físico, ao qual reverbera diretamente no preço do produto e serviço.

Passando a atualidade em que vivemos, ao qual cria-se uma nova opção, oportunizada pela evolução da tecnologia, ao qual não há mais uma necessidade do empreendimento ser físico, haja vista a disponibilização do espaço virtual, ao qual traz diversas vantagens, tanto para o fornecedor, que não é mais limitado pela questão das distâncias, quanto para o consumidor, em virtude da maior competitividade nesse meio, oportunizando preços melhores.

Entretanto, apesar da conquista dos direitos de proteção ao consumidor e da quebra do empecilho das distâncias para a formação de relações de consumo, quando visto da perspectiva do fornecedor microempreendedor, esses direitos do consumidor se convertem em deveres para o fornecedor, que oneram o seu empreendimento, os quais, quando relacionados com outros fatores como a competitividade de mercado e carga tributária, podem ser fatores limitantes para o surgimento, crescimento e até mesmo para perenidade da existência das microempresas.

Diante disso, a presente pesquisa tem como problema central: de qual forma a responsabilidade objetiva do fornecedor de produtos e serviços no e-commerce impacta os microempresários?

A eleição de tal tema é relevante para a compreensão dos impactos que o direito tem sobre as microempresas, e por conseguinte, sobre a economia, sobretudo, no mercado eletrônico. Nesse viés, o objetivo geral deste artigo tem como fim: analisar a influência da

responsabilidade objetiva do fornecedor nas relações de consumo virtuais, como fator que sensibiliza a atividade empresarial do microempreendedor.

Nesse viés, este trabalho tem a seguinte hipótese de pesquisa, que poderá ser confirmada ou falseada ao final: a aplicação da responsabilidade objetiva aos microempreendimentos que atuam na seara das relações de consumo virtuais, fornecendo produtos e serviços de forma online, por meio do comércio virtual (e-commerce), aliado a outros fatores como competitividade e carga tributária, acaba onerando excessivamente a microempresa, a ponto de dificultar a criação, o crescimento, e até mesmo contribuindo para a falência destes.

Com o fito de sustentar o objetivo geral retromencionado, os objetivos específicos são: examinar a responsabilidade civil em um contexto geral, analisar a responsabilidade civil do fornecedor de produtos e serviços nas relações de consumo, examinar a responsabilidade civil no contexto do e-commerce voltado às relações de consumo, e, por fim, identificar os possíveis impactos econômicos sobre o fornecedor que a responsabilidade civil objetiva, no e-commerce, gera, sobre sua microempresa.

Por fim, cabe destacar que essa pesquisa adotará o método de pesquisa dedutivo, bibliográfico, para aplicação de um raciocínio lógico e sistemático, partindo de premissas gerais em direção a esse enfoque temático específico, para análise do problema de pesquisa, havendo o estudo da legislação vigente, doutrinas e trabalhos acadêmicos e outras fontes que permeiam esse contexto.

Dessa forma, o presente trabalho será estruturado em capítulos, ao qual o primeiro capítulo abordará a definição de responsabilidade civil, bem como de conceitos basilares para este, o segundo tratará dessa responsabilidade civil no âmbito das relações de consumo, envolvendo o fornecedor de produtos e serviços, o terceiro falará da responsabilização de fornecedores que atuam no comércio virtual, e, por fim, o quarto discutirá sobre os efeitos que a responsabilidade objetiva tem sobre microempresas e microempreendedores individuais que atuam nas relações de consumos virtuais, pela perspectiva econômica de seus negócios.

2 O QUE É A RESPONSABILIDADE CIVIL?

A responsabilidade civil, conforme Gonçalves (2022), nada mais é do que um dever jurídico sucessivo (secundário) de reparar/indenizar, originado pela violação de um dever jurídico originário violado. Dessa forma, esse direito originário pode ser denominado de obrigação e o secundário, a própria responsabilidade, decorrente do inadimplemento da

obrigação. Em síntese, a ideologia por trás da responsabilidade, é de que quem lesar o direito de outrem, deverá repará-lo.

Dessa forma, a responsabilidade pode surgir pelo inadimplemento de uma obrigação contratual, pactuado entre as partes, ao qual irá se originar a responsabilidade contratual, ou, poderá surgir, também, pelo descumprimento de um dever legal (cometimento de um ato ilícito), sendo este denominado de obrigação extracontratual, que dá origem a responsabilidade extracontratual (Gonçalves, 2022).

Para Gonçalves (2022, p. 58):

Na responsabilidade extracontratual, o agente infringe um dever legal, e, na contratual, descumpre o avençado, tornando-se inadimplente. Nesta, existe uma convenção prévia entre as partes que não é cumprida. Na responsabilidade extracontratual, nenhum vínculo jurídico existe entre a vítima e o causador do dano, quando este pratica o ato ilícito.

Quanto à responsabilidade extracontratual, o Código Civil (CC) define que quem causa dano a outrem, proveniente de ato ilícito, tem a obrigação de repará-lo, estabelecendo que ato ilícito é: tanto uma ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência que viola o direito de outrem e lhe cause dano, quanto um abuso de um exercício de um direito, pelo seu titular, não obedecendo os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou bons costumes, havendo a excludente de responsabilidade por ato ilícito presente nos termos de seu Art. 188 (BRASIL, 2002). Sedimenta-se, logo, que a característica principal deste é o ato ilícito.

Quanto à responsabilidade contratual, o CC traz que é aquela oriunda pelo inadimplemento de uma obrigação, respondendo o devedor por: perdas e danos (perdas efetivas e lucros cessantes), juros, atualização monetária e honorários advocatícios, a menos que, conforme o Art. 393, o prejuízo (dano) seja resultante de caso fortuito ou força maior, caso não tenha expressamente se responsabilizado pela sua ocorrência (Brasil, 2002).

Neste último, para que haja a responsabilidade, basta que seja provado, pelo credor, o inadimplemento da obrigação e o dano proveniente deste, podendo esse ser: dano emergente (aquilo que efetivamente se perdeu) ou lucros cessantes (aquilo que se deixou de ganhar), em que ambos são espécies de danos materiais, pois afetam diretamente o patrimônio do lesado. Já na extracontratual, em regra (responsabilidade subjetiva), deverá ser comprovado: a conduta ilícita, nexo de causalidade, dano e culpa (Gonçalves, 2022).

Analisando a culpa, com base em Gonçalves (2022), a responsabilidade civil poderá se dar de forma subjetiva, que é quando é necessário que o dolo ou a culpa do agente seja provada para surgir a responsabilidade (o dever de indenizar), ou poderá ser objetiva, ao qual,

em determinadas situações descritas em lei (rol taxativo), deverá ser reparado um dano independente de comprovação de culpa.

Essa última (responsabilidade civil objetiva), uma das teorias que a fundamenta, é a teoria do risco-proveito, ao qual, para Gonçalves (2022, p. 63):

[...] Para esta teoria, toda pessoa que exerce alguma atividade cria um risco de dano para terceiros. E deve ser obrigada a repará-lo, ainda que sua conduta seja isenta de culpa. A responsabilidade civil desloca-se da noção de culpa para a ideia de risco, ora encarada como “risco-proveito”, que se funda no princípio segundo o qual é reparável o dano causado a outrem em consequência de uma atividade realizada em benefício do responsável (*ubi emolumentum, ibi onus*); ora mais genericamente como “risco criado”, a que se subordina todo aquele que, sem indagação de culpa, expuser alguém a suportá-lo.

Dessa forma, a responsabilidade objetiva ocorre quando expressamente a lei prevê, e essas previsões ocorrem muitas das vezes em leis esparsas do Código Civil, tais como a do Código do Consumidor.

Cabe destacar, por fim, que os danos podem ser divididos, tradicionalmente, em danos materiais e danos morais. O primeiro (danos materiais), como é basicamente o dano que atinge o patrimônio corpóreo da vítima, podendo se subdividir, como supramencionado, em danos emergentes e lucros cessantes. Já o segundo (danos morais), ocorre quando há lesão aos direitos de personalidade da vítima, ou seja, sua honra, vida, liberdade, privacidade, intimidade, entre outros.

Em determinadas hipóteses, a jurisprudência considera que a mera existência do fato já torna presumida a culpa, nestes casos, sendo utilizado a expressão *in re ipsa* (Gonçalves, 2022).

3 A RESPONSABILIDADE CIVIL DOS PRODUTOS E SERVIÇOS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Antes de vermos a responsabilidade civil do fornecedor de produtos e serviços nas relações de consumo, insta salientar que o Código de Defesa do Consumidor (CDC), segundo Almeida (2020), vem para proteger a parte mais vulnerável (hipossuficiente) na relação de consumo, que é o próprio consumidor.

Essa hipossuficiência (econômica, informacional e/ou jurídica) pode ser facilmente perceptível na realidade, ao qual, na maioria das vezes, a empresa comercial define os termos do contrato, e cabe somente ao consumidor aceitá-lo (contrato de adesão), às vezes compactuando com cláusulas abusivas.

Nesse contexto, são dois os entes que integram a relação de consumo, o fornecedor e o consumidor. Para o CDC:

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

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

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

Ocorre que, somente em tese, como se trata de uma relação entre particulares tem-se aí uma falsa ideia de horizontalidade na relação, equilíbrio de poderes, igualdade formal, no qual as partes, a partir de suas liberdades (autonomia das partes), poderiam acordar, da forma que quisessem, os termos do contrato.

Vendo a disparidade entre a teoria do direito privado (igualdade formal) e a realidade (desequilíbrio material), a Constituição Federal de 1988, em diversos de seus dispositivos, como o Art. 5, XXXII e o Art. 170, V, trouxe a proteção (defesa) do consumidor, possibilitando a eficácia horizontal dos direitos fundamentais.

Para Almeida (2020, p.62):

O Código de Defesa do Consumidor é considerado uma lei principiológica, isto é, está constituído de uma série de princípios que possuem como objetivo maior conferir direitos aos consumidores, que são os vulneráveis da relação, e impor deveres aos fornecedores.

Com os direitos adquiridos pelo consumidor, originaram-se, em contrapartida, as obrigações pertencentes aos fornecedores que atuam nas relações de consumo, ao qual, quando não as cumpre (inadimplemento) e causa um dano em virtude desse descumprimento, surge o dever de reparar (responsabilização), assim como trouxe expressamente o legislador, no CDC, em seu Art. 6, VI, ao garantir como direito básico do consumidor “a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos” (Brasil,1990).

Para Almeida (2020), apesar do código do consumidor ter definido produtos de forma bem simplificada (bem móvel ou imóvel, material e imaterial), deve-se adotar uma interpretação extensiva para que haja, realmente, uma proteção ao consumidor, ao qual se entenderia por produtos, bem: móvel, imóvel, material, imaterial, consumível fisicamente, não consumível fisicamente, fungível, infungível, principal, acessório, novo, usado, durável, não durável e amostra grátis.

Já quanto aos serviços, cabe destacar que para serem considerados aptos à incidência do CDC, é necessário que sejam remunerados (diretamente ou indiretamente) e que não sejam oriundas de relações trabalhistas, trazendo, o referido dispositivo legal, em seu rol exemplificativo, as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária.

Almeida (2020) esclarece que a remuneração direta pela utilização do serviço caracteriza-se pela contraprestação pecuniária imediata ao utilizá-lo, como no pagamento de um estacionamento em um shopping center, e a indireta é quando a remuneração pelo serviço encontra-se embutido em outros, ao qual o fornecedor acaba se beneficiando, como no caso de estacionamento gratuito em supermercados e os serviços como o de transportes aéreos “gratuitos” que utilizam milhas, ao qual, com relação ao primeiro (supermercado), o preço pelo serviço “gratuito” de estacionamento está embutido nos diversos produtos vendidos, e, com relação ao segundo (milhas), é uma estratégia que embute o valor do serviço na remuneração obtida com a fidelização do cliente, em que a medida que compra mais produtos, garante mais milhas, incentivando o consumo.

Outrossim, vale destacar que, no Direito do Consumidor, um dos princípios que o regula, é o princípio da responsabilidade solidária, ao qual, conforme o CDC, todos os fornecedores dentro da cadeia de consumo, são responsáveis solidariamente pelos danos causados ao consumidor final, cabendo a este último reivindicar sua reparação/indenização pelos danos sofridos (Almeida, 2020).

Cabe destacar que, em regra, cada fornecedor responderá na medida de sua contribuição pelos danos a que der causa, e caso não tiver como apurar a culpabilidade individualizada, todos responderão solidariamente, demonstrado que todos contribuíram para a ocorrência do dano (Almeida, 2020).

Dessa forma, o fornecedor que arcou com o dever de indenizar, caso ele não seja o único a ter contribuído com o resultado danoso, poderá pleitear seu ressarcimento em ação regressiva contra os outros fornecedores da cadeia de consumo. Tal princípio é derivado da supramencionada teoria do risco-proveito (Almeida, 2020).

Partindo desse ponto, ao contrário das relações que são somente regidas pelo Código Civil, e que a responsabilidade subjetiva é regra e a objetiva é exceção, nas relações de consumo é justamente o oposto, visto que a responsabilidade objetiva (Independente de comprovação de dolo ou culpa) contra o fornecedor é regra, visto a vulnerabilidade do consumidor nessa relação, além das noções de risco-proveito (risco da atividade ou do empreendimento), ao qual o fornecedor deve responder pelos riscos de sua atividade desenvolvida, pelo qual auferir lucro.

Para que haja a responsabilidade nas relações de consumo, segundo Almeida (2020), é necessário somente que tenha: o defeito ou vício do produto ou serviço, o dano ao consumidor (evento danoso ou prejuízo causado) e a relação de causalidade entre o primeiro e o segundo.

Neste sentido, para facilitar a defesa dos direitos do consumidor, frente a desigualdade nessa relação, o Código do Consumidor, traz a inversão do ônus da prova, como um direito do consumidor, no Art. 6, VIII, quando “[...] a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências” (Brasil, 1990).

Voltando as classificações de responsabilidade, nas relações de consumo, se unificou as duas hipóteses de responsabilidade, contratual ou extracontratual, e criou-se uma nova (teoria unitária do fornecedor no CDC), que é a responsabilidade pelo fato e pelo vício (do produto ou serviço), ao qual, o simples fato daquele produto eivado de vício ou defeito ser posto no mercado, gera-se o dever de indenizar o consumidor por eventuais danos (Almeida, 2020, p. 93).

Cabe diferenciar o conceito de vício e de defeito, sendo importante destacar que existem divergências doutrinárias acerca desse assunto que, para Nunes (2020, p. 156-157):

São consideradas vícios as características de qualidade ou quantidade que tornem os produtos ou serviços impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam e também que lhes diminuam o valor. Da mesma forma são considerados vícios os decorrentes da disparidade havida em relação às indicações constantes do recipiente, embalagem, rotulagem, oferta ou mensagem publicitária.

[...]

O defeito, por sua vez, pressupõe o vício. Há vício sem defeito, mas não há defeito sem vício. O vício é uma característica inerente, intrínseca do produto ou serviço em si. O defeito é o vício acrescido de um problema extra, alguma coisa extrínseca ao produto ou serviço, que causa um dano maior que simplesmente o mau funcionamento, o não funcionamento, a quantidade errada, a perda do valor pago — já que o produto ou serviço não cumpriram o fim ao qual se destinavam. O defeito causa, além desse dano do vício, outro ou outros danos ao patrimônio jurídico material e/ou moral e/ou estético e/ou à imagem do consumidor.

[...]

Temos, então, que o vício pertence ao próprio produto ou serviço, jamais atingindo a pessoa do consumidor ou outros bens seus. O defeito vai além do produto ou do serviço para atingir o consumidor em seu patrimônio jurídico mais amplo (seja moral, material, estético ou da imagem). Por isso, somente se fala propriamente em acidente, e, no caso, acidente de consumo, na hipótese de defeito, pois é aí que o consumidor é atingido.

Nesse diapasão, o vício atinge somente a incolumidade econômica (cria um dano econômico), visto que o produto/serviço somente atinge o patrimônio financeiro, pois não atinge o fim para que o foi destinado. Já o defeito ocorre quando o vício do produto/serviço causa um dano além do patrimônio do consumidor, atingindo outros, como a saúde e ao psicológico, ou seja, o vício seria a inadequação do produto ou serviço e o defeito a insegurança gerada pelo produto ou serviço. Sendo assim, nas relações de consumo o vício cria a

responsabilidade por vício do produto e do serviço, e o defeito enseja na responsabilidade pelo fato do produto e do serviço.

Em que pese a regra, nas relações consumo, ser da responsabilidade objetiva, insta salientar que, quanto aos profissionais liberais que integram as relações de consumo, somente serão responsabilizados mediante verificação de dolo ou culpa, portanto, vigendo a responsabilidade subjetiva sobre eles, com base no Art. 14, § 4º do CDC (Brasil, 1990).

4 A RESPONSABILIDADE DOS FORNECEDORES NO CONTEXTO DAS RELAÇÕES DE CONSUMO DESENVOLVIDAS NO E-COMMERCE

Com o surgimento e a popularização da internet, juntamente com a evolução das tecnologias de informática e telecomunicações, a comunicação entre as pessoas tornou-se mais fácil e rápida, eliminando as barreiras de distância e tempo que antes limitavam as interações. Isso possibilitou o desenvolvimento de uma nova forma de comércio, onde as transações são realizadas de forma autônoma, conhecida como comércio eletrônico ou, em inglês, E-commerce (Araújo, 2017, p.115).

Dessa maneira, pode-se inferir que comércio eletrônico é aquele que se dá por meio virtual, como a internet, ou seja, sem a necessidade de comparecimento em estabelecimento físico para efetuar a operação de compra e venda. Com base nisso, existem várias modalidades de comércio eletrônico, as quais são as mais relevantes para o objeto desta dissertação: *Business to Consumer* (B2C) e a *Consumers to Consumer* (C2C). Passamos, então, a explicar as modalidades retromencionadas. (Claro, 2013)

Conforme Claro (2013), B2C (empresas para consumidor), é a modalidade que compreende as relações de consumo regidas pelo CDC, ao qual um fornecedor disponibiliza, em meio eletrônico, determinado produto ou serviço, diretamente para o consumidor final, que o adquire para satisfazer suas necessidades. Temos os mais variados exemplos para essa modalidade (B2C), como a Netflix (empresa prestadora de serviço de streaming por assinatura) e a Amazon (loja virtual fornecedora de variados tipos de produtos).

E, por fim temos o C2C (consumidores para consumidor), é o tipo de e-commerce no qual consumidores, por meio de uma empresa intermediadora que disponibiliza o meio virtual, efetuam transações de compra e venda de bens entre si. Essa modalidade é vista em sites e aplicativos como Olx e Mercado Livre.

Em síntese, conforme Claro (2013, p.31 e seg.):

Business-to-Consumer (B2C): transações eletrônicas praticadas entre a empresa produtora, vendedora ou prestadora de serviços e o consumidor final, sem possuir objetivo comercial para o bem adquirido, onde há a grande relação entre varejo e consumidores finais. Envolve estratégias de pagamento aceitas pelas partes [...]

[...]

Consumer-to-Consumer (C2C): transações eletrônicas entre usuários particulares da internet. A comercialização de bens ou serviços não envolve produtores e sim consumidor final com consumidor final, sem intermediários. Por meio de portais de trocas ou leilões, eles conseguem bons negócios e também acesso a uma variedade infindável de produtos e serviços, alguns bem interessantes e a preços surpreendentes [...]

Assim como no comércio físico, aquele em que o contrato entre o fornecedor e o consumidor é firmado presencialmente e que a responsabilidade do fornecedor é objetiva, no comércio eletrônico ou e-commerce, quando tratamos de relações de consumo, não é diferente, ou seja, a responsabilidade do fornecedor de produtos e serviços no e-commerce também é objetiva (independe de comprovação de culpa).

Nesse viés, cabe destacar que o Decreto Nº 7.962, de 15 de março de 2013, regulamentou o Código do Consumidor, adequando-o à nova realidade, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico, abrangendo, conforme o Art.1º: “I - informações claras a respeito do produto, serviço e do fornecedor; II - atendimento facilitado ao consumidor; e III - respeito ao direito de arrependimento”. (Brasil, 2013)

Nessa questão, o decreto mencionado explicitou, nos parágrafos de seu artigo 5º, a possibilidade, por parte do consumidor, do exercício de seu direito de arrependimento nas relações de consumo do comércio eletrônico, bem como informações que o fornecedor deve o informar para este fim e a forma como esse direito pode ser exercido. (Brasil, 2013)

Deste modo, cabe destacar que o direito de arrependimento é o benefício que a lei dá ao consumidor, de devolver o produto ou serviço contratado e reaver a quantia paga por ele, desde que seja requerido tempestivamente e essa contratação tenha se dado fora do estabelecimento comercial do fornecedor (conforme dispõe o Art. 49, “caput” e “parágrafo único”, do CDC), como é o caso do e-commerce, conforme reforça o art. 5º e seus parágrafos, do Decreto Nº 7.962, de 15 de março de 2013. (Brasil, 1990)

Caso o fornecedor de produtos e serviços, que integra relações de consumo virtuais, viole o direito de arrependimento, ou seja, se negue a devolver a quantia paga pelo consumidor perante a entrega do produto ou serviço arrependido, e essa conduta ilegal cause um dano ao consumidor, caberá ao fornecedor reparar ou indenizar.

Nesse sentido, a jurisprudência do STJ no caso AREsp 2.229.734-MG, de relatoria da Ministra Maria Thereza de Assis Moura, explicita a responsabilidade objetiva do fornecedor pelos danos morais causados ao consumidor devido à aquisição de produtos defeituosos e à

negativa do direito de arrependimento, conforme o Código de Defesa do Consumidor. (Brasil, 2023).

Outro ponto que vale a pena mencionar, é quanto à proteção de dados no e-commerce, em decorrência da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.

O comércio eletrônico é praticado majoritariamente na internet. Dessa forma, para que os consumidores possam comprar, precisam dispor de seus dados pessoais naquele site ou aplicativo. Cria-se, então, a obrigação do fornecedor, que também é proprietário do site ou aplicativo, de resguardar os dados dos seus clientes, sob pena de responsabilização em virtude dos danos provenientes, como determina a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), em seu artigo 42, “caput” e parágrafos. (Brasil, 2018)

Quanto à responsabilidade das plataformas intermediadoras de C2C, não se tem dispositivos legais sobre o assunto, nem sequer um entendimento consolidado dos tribunais.

Conforme explica Faria (2018), as teses de defesa frequentemente usadas para a não responsabilização do intermediário são as seguintes: 1- é somente um intermediador, não participando efetivamente nas operações comerciais, pois atua unicamente disponibilizando o espaço de negociação; 2- as relações comerciais no C2C se dão perante duas pessoas físicas em condições iguais, motivo pelo qual as relações são regidas pelo CC e a responsabilidade é subjetiva, tendo a necessidade de provar a culpa, assim como o nexo causal da intermediadora; 3- equiparação da plataforma aos classificados presentes em jornais e provedores; 4- culpa exclusiva da vítima.

Outrossim, Faria (2018) ainda esclarece que a empresa intermediadora deverá ser responsabilizada sob os seguintes argumentos: 1- o site intermediador caracteriza-se como um fornecedor de serviços, inclusive sendo remunerado por taxas de serviço e comissões por venda realizada, que é utilizado pelos seus usuários, portanto sendo aplicável o CDC e a responsabilidade objetiva; 2- hipossuficiência do consumidor usuário da plataforma que identifica a imagem da empresa, que é mais forte do que a do vendedor, como sinônimo de segurança e confiabilidade; 3- os dados do vendedores ficam ocultos, ficando em posse somente do intermediário, o que dificulta a identificação e localização do paradeiro do vendedor, bem como sua responsabilização; 4- aplicação da teoria do risco-proveito.

Em virtude da possibilidade do intermediário do modelo C2C ser considerado fornecedor de serviço, como em uma das hipóteses de responsabilização supramencionadas, fez-se relevante mencionar essa modalidade de e-commerce.

5 A ANÁLISE DA RESPONSABILIDADE OBJETIVA DO FORNECEDOR E SEUS EFEITOS ECONÔMICOS PARA OS MICROEMPRESÁRIOS

Antes de falarmos necessariamente sobre os impactos propriamente ditos, precisamos definir quem são os microempresários. Dessa forma, quando falamos de microempresários, surge a figura do microempresário individual (MEI) e da microempresa (ME).

Conforme a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, o ME, conforme o Art. 3º desta lei, é a empresa que aufera por ano receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais), e o MEI é o empresário que, cumulativamente, aufera receita bruta anual de R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil reais), sendo necessário que sua ocupação (atividade) seja permitida para esse regime, e que tenha, no máximo, 1 (um) colaborador ou empregado, além dos demais requisitos do Art. 18-A., § 1º, da lei retromencionada (Brasil, 2006).

Outrossim, é basilar apontarmos a livre iniciativa e a livre concorrência como princípios constitucionais que regem a atividade empresarial e o mercado. Quanto ao primeiro (livre iniciativa) refere-se a liberdade de que toda pessoa é dotada para iniciar (constituir) atividades econômicas (atividade empresarial), e quanto o segundo (livre concorrência) está relacionado com a concorrência leal e justa, ao qual incentiva a manutenção de várias empresas de um mesmo ramo empresarial com o fito de maximizar a produção, à circulação e ao consumo de bens e serviços (Chagas, 2020).

Tendo em vista que, tanto o MEI, quanto o ME, são pessoas jurídicas, que, quando comparadas às demais (empresas de pequeno, médio e grande porte), possuem recursos mais limitados que os outros, infere-se que, em virtude disso são empreendimentos mais vulneráveis à falência e a práticas anticoncorrenciais, ou seja, possuem menos potencial de competitividade e há uma resistência maior de seu ingresso no mercado.

Dito isto, já em sede de responsabilidade civil, depreende-se dos capítulos anteriores, que, quando comparamos a responsabilidade subjetiva com a responsabilidade objetiva, a segunda é mais gravosa em virtude da maior probabilidade de responsabilização, haja vista que não é necessário a comprovação de dolo ou culpa (presunção). Quando trazemos ao contexto dos microempreendedores (MEI e ME) que atuam nas relações de consumo, ou seja, fornecedores de produtos e serviços, aplica-se ordinariamente a responsabilidade objetiva a eles.

Vale comentar que além desse risco aumentado para os microempresários, em virtude de seu público-alvo serem os consumidores (caracterização da relação de consumo), ao qual

aplica-se a responsabilidade objetiva, este se eleva ainda mais quando estas atividades empresariais são exercidas no meio virtual (fornecedores do e-commerce), em virtude das hipóteses extras de responsabilidade provenientes da LGPD e do direito de arrependimento anteriormente comentados.

Em consonância com Chagas (2020, p. 192):

O empresário pode ser considerado o profissional que detém conhecimentos específicos para sopesar o risco do insucesso e o lucro do sucesso de determinado empreendimento. Nitidamente, sobressaem-se como inerentes à atividade empresarial os potenciais lucros, mas, igualmente, os eventuais prejuízos. O bônus e o ônus, paralelamente, projetam-se nas mentes dos futuros empreendedores, sendo, por isso, importante rememorar a observação de Fábio Ulhoa Coelho, no sentido de que “boa parte da competência característica dos empresários vocacionados diz respeito à capacidade de mensurar e atenuar riscos”. E, para tanto, na empreitada de relativizar o risco e maximizar o lucro, necessariamente, o empresário (individual ou coletivo) deverá desenvolver habilidades específicas para estimar o custo total da atividade econômica, principalmente em tempos de globalização.

Dito isto, vale destacar que o objetivo principal de toda atividade empresarial é o lucro (*animus lucrandi*), de forma a incentivar e compensar a produção de bens e a prestações de serviços (Chagas, 2020). Com isto, é válido apontar que uma eventual condenação do microempreendedor a indenizar/reparar um cliente, é uma despesa relevante que afeta diretamente seu lucro, e portanto, um risco a ser sopesado.

Em frente deste cenário, ao qual o fornecedor de produtos e serviços vê-se rodeado pelo risco de, ocasionalmente, ser obrigado a reparar/indenizar um eventual dano que sua mercadoria ocasionou, independentemente de dolo ou culpa, ele poderá adotar duas posturas: prevenir-se do dano ou não se prevenir.

Nessa perspectiva, a teoria dos jogos e a análise econômica do direito se fazem mister para a análise desse cenário. Conforme Timm *et al* (2014, p. 14):

A Análise Econômica do Direito nada mais é que a aplicação do instrumental analítico e empírico da economia, em especial da microeconomia e da economia do bem-estar social, para se tentar compreender, explicar e prever as implicações fáticas do ordenamento jurídico, bem como da lógica (racionalidade) do próprio ordenamento jurídico. Em outras palavras, a AED é a utilização da abordagem econômica para tentar compreender o direito no mundo e o mundo no direito.

Já com relação a teoria dos jogos, ainda em harmonia com Timm *et al* (2014, p. 115):

Teoria dos jogos diz respeito à análise de comportamento estratégico em que os tomadores de decisão interagem, sendo que o resultado de suas ações depende também das ações dos outros. Teoria dos jogos assume que os tomadores de decisão (também chamados de jogadores ou agentes) são racionais, o que significa que: (i) eles sabem quais são seus objetivos e preferências; (ii) eles sabem quais são as limitações e restrições relevantes às suas ações; e (iii) eles conseguem escolher a melhor ação possível dados seus objetivos e preferências e respeitadas as limitações e restrições relevantes. Em outras palavras, a teoria dos jogos é a ciência do comportamento racional em situações em que existe interação, ou interdependência, entre os agentes.

A análise econômica do direito quando aplicado à responsabilidade civil, examina a forma mais eficiente economicamente, no sentido de custo e benefício, de se adotar medidas preventivas, considerando a existência de níveis médios ótimos de precaução (Timm *et al*, 2014).

Dessa forma, essa eficiência diz respeito a relação: quantidade de recursos despendidos (custos) versus redução da probabilidade do evento danoso (benefícios), na medida em que esforços além do ponto médio ótimo de prevenção são excessivamente onerosos, e os esforços inferiores ao do ponto médio ótimo são excessivamente arriscados sobre a ótica da responsabilização.

Nessa perspectiva, a fórmula de Learned Hand que representa um parâmetro para caracterização de condutas culposas baseada na jurisprudência norte americana, fala que o causador do dano terá agido com culpa caso os custos para adotar a prevenção sejam menores do que a consequente redução do dano esperado (Timm *et al*, 2014).

Conforme esse entendimento, só não estaria caracterizada a conduta culposa caso o fornecedor adotasse medidas de prevenção a partir do ponto médio ótimo de prevenção.

Entretanto, em conformidade com Timm *et al* (2014, p. 187), a fórmula de Hand desconsidera a conduta da vítima, na medida em que [...] “o nível ótimo de precaução do ofensor, em geral, depende do nível de precaução adotado pela vítima, e vice-versa”, ressalvadas hipóteses minoritárias em que o dano seria unilateral (influenciado somente pelo ofensor), ao qual aplica-se perfeitamente a fórmula de Hand.

Logo, se faz relevante analisar tanto as condutas do ofensor e da vítima para a medição da eficiência da regra de responsabilidade civil. E é nesta toada que se faz presente a teoria dos jogos, para analisar as situações estratégicas aos quais a decisão de um agente depende da decisão do outro agente, pois ambas modificam o cenário perante os integrantes da relação, que são o ofensor e a vítima (fornecedor e consumidor).

Na responsabilidade civil objetiva, considera a doutrina de Timm *et al* (2014) a teoria em que todos os casos, a responsabilidade será do ofensor, excetuado quando a vítima tem culpa, ao qual nesta exceção somente ela arcará com o dano, ainda que ofensor (fornecedor) tenha agido com culpa também.

Com base nisto, dentro dessa teoria de responsabilidade objetiva, considerando que ambas as partes tomam atitudes racionais que minimizam os custos e que ambas não sabem previamente qual conduta cada uma adotou, a vítima tenderá a sempre exercer a precaução, pois ela arca com o dano esperado quando não exerce precaução, pois age com culpa, e o ofensor, em virtude da vítima tender a exercer a precaução (tendo ciência disto), também

exercerá a precaução, haja vista que nas situações ao qual a vítima se previne e ele não, ele arca com um custo maior a título de responsabilização (Timm *et al*, 2014).

Tendo em vista esse procedimento, contudo adotando a teoria majoritária da responsabilidade civil, ao qual somente nos casos em que o dano for de culpa exclusiva da vítima (excludente de responsabilidade), a vítima arcará com os custos do dano, infere-se que a única hipótese custosa para a vítima ocorre quando o ofensor se previne (não age com culpa) e a vítima não se previne (age com culpa), ao qual a vítima arcará sozinha com os danos, essa hipótese tendo 25% de probabilidade de ocorrer (uma de quatro situações possíveis). Outrossim, em todas as outras três situações (75%), independente da conduta do ofensor, este arcará com os custos da responsabilização.

Logo, adotando a teoria majoritária de responsabilidade objetiva, se depreende que em 75 % das possíveis situações supramencionadas, o fornecedor será responsabilizado pelo dano que seu produto ou serviço causar ao consumidor, e por isso, levando em conta que ele toma atitudes racionais (eficientes), ele tenderá a sempre se precaver contra o risco de arcar com os ônus da responsabilidade.

Dessa forma, vale destacar que o fornecedor de produtos e serviços poderá adotar diversas formas para se prevenir contra o ônus de sua responsabilização, como por exemplo, a adoção de seguro de responsabilidade civil. Ainda que ele não adote medidas preventivas, as chances são tamanhas da situação indesejada ocorrer, que, provavelmente, eventualmente ele arcará com uma obrigação de reparar/indenizar o consumidor. Por conseguinte, de uma forma ou de outra, a responsabilidade objetiva deste microempreendedor gerará um custo ao seu empreendimento, seja oriundo de sua prevenção ou da eventual reparação de uma vítima (consumidor).

Conforme Marx (1987 apud Guerra e Teixeira, 2010, p. 126-127):

A batalha da concorrência é conduzida por meio da redução do preço das mercadorias. Não se alterando as demais circunstâncias, o barateamento das mercadorias depende da produtividade do trabalho e este da escala de produção. Os capitais grandes esmagam os pequenos. Demais, lembramos que, com o desenvolvimento do modo de produção capitalista, aumenta a dimensão mínima do capital individual exigido para levar adiante um negócio em condições normais. Os capitais pequenos lançam-se, assim, nos ramos de produção de que a grande indústria se apossou de maneira esporádica ou incompleta. A concorrência acirra-se então na razão direta do número e na inversa da magnitude dos capitais que se rivalizam. E acaba sempre com a derrota de muitos capitalistas pequenos, cujos capitais ou soçobram ou se transferem para as mãos do vencedor.

Dito isto, apesar das regulações provenientes do direito concorrencial, a concorrência mercadológica, na realidade, passa distante da ideal (mercado em concorrência perfeita), na medida em que os grandes empreendimentos cada vez mais dominam o cenário mercadológico,

o que impossibilita tanto a ascensão de microempreendedores quanto sua manutenção no mercado e o ingresso de novos microempreendedores, em virtude da elevação dos custos de oportunidade.

De todas as classes empresariais, os MEI 's têm a maior taxa de mortalidade, visto que 29% destes fecham após 5 anos de atividade, seguido pelas ME 's, que 21,6% fecham após 5 anos de atividade (Sebrae, 2023).

Infere-se que o modelo de responsabilização objetiva dos microempreendedores integrantes das relações de consumo, tem efeito negativo sobre o ingresso, manutenção e evolução dos microempresários, em virtude dos elevados custos para preveni-la ou arcá-la, o que somado com outros fatores mercadológicos, resulta na elevada taxa de mortalidade (falência) de tal segmento empresarial, especialmente no e-commerce, tendo em vista a elevada competitividade e os baixos preços dos produtos e serviços, além das hipóteses extras de responsabilização.

Em virtude da vulnerabilidade dos MEI 's e ME 's, estas quando comparadas a outros portes empresariais (empresas de pequeno, médio e grande porte), uma possível solução para a questão da alta onerosidade da responsabilidade civil que acaba contribuindo para falência destas, poderia ser uma proposta legislativa, ao qual, tendo em vista a vulnerabilidade dos microempreendedores, flexibilizaria algumas obrigações oriundas do CDC, dentre elas a responsabilização objetiva, ao qual passaria a ser subjetiva para esse segmento empresarial.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O direito é moldado pelas situações fáticas vivenciadas na realidade social, de maneira que onde há sociedade, há direito (*Ubi societas, ibi jus*). Dessa forma, fatores modificativos da realidade vivenciada pela sociedade, como a evolução da tecnologia, impactam em todas as áreas do conhecimento humano, notadamente, como demonstrado neste artigo, na economia.

E para acompanhar a sociedade, o próprio Direito modifica-se, com o fim de atingir a ideal pacificação social. Com o viés de reequilíbrio dos poderes entre o fornecedor e o consumidor, o CDC vem para proteger este último, adotando diversos mecanismos que o beneficia, como a própria responsabilidade objetiva perante os fornecedores e a inversão do ônus da prova.

Outrossim, o comércio eletrônico (e-commerce), como abordado anteriormente, foi uma resultante relativamente recente oriunda da implementação da internet, ao qual possibilitou

a globalização do comércio, ao qual a distância não mais é um fator impeditivo para essas transações.

Entretanto, a responsabilização objetiva, quando visto da perspectiva dos empresários com baixo poder aquisitivo (MEI's e ME's), ainda hoje é considerado mais um encargo (custo), que somado com outros fatores, impactam negativamente o ingresso, a manutenção e a evolução das microempresas no mercado.

Ademais, analisando a situação econômica das microempresas que atuam nas relações de consumo quando comparados aos demais tipos empresariais, um dos fatores a desequilibrar a competitividade de mercados entre os fornecedores, e o vulnerabilizar, é o encargo da responsabilidade objetiva.

Como vimos outrora, diversos tipos de e-commerce foram surgindo com o passar do tempo, ao qual foi relevante a temática deste mencionar, o *Business-to-Consumer* (B2C), ao qual o comércio se dá entre empresas e consumidores, de forma virtual, moldando-se na tradicional relação de consumo (fornecedor e consumidor), e o *Consumer-to-Consumer* (C2C), ao qual os consumidores realizam contratos de compra e venda entre si, por meio de uma empresa intermediadora, ao qual com relação a esta última, paira a incerteza jurídica acerca da caracterização da relação de consumo ou somente de uma relação civil, haja vista que a depender da posição adotada, haverá a mudança do tipo de responsabilidade.

Além disso, quando se refere a fornecedores, é essencial lembrar que este é um empreendimento, cujo seu objetivo principal é o lucro obtido na operação da venda de produtos e serviços. Dito isto, o empresário, que é aquele que administra o empreendimento, tem como uma de suas principais funções, a administração das finanças com o fim de gerar lucro no final da operação. Contudo, para isso, entre diversos fatores que ele deve analisar, está o sopesamento dos riscos do empreendimento, ao qual impactam negativamente em seu objetivo.

E, portanto, quando falamos de microempreendedores que fornecem produtos e serviços ao consumidor final, um dos riscos a ser analisado, é o ônus proveniente da responsabilidade objetiva, ao qual mesmo que ele não tenha agido com dolo ou culpa, deverá reparar/ indenizar o dano a que der causa. Esse risco, acaba por se converter em uma despesa para evitá-lo ou custeá-lo, que por sua vez influencia (sensibiliza) negativamente na sua competitividade de mercado, pois afeta o seu lucro.

Dessa maneira, a hipótese apresentada foi confirmada, visto que a aplicação da responsabilidade objetiva, somado a outros fatores como a competitividade de mercado e as cargas tributárias, oneram ao ponto de dificultar o ingresso e a manutenção de MEI's e ME's, bem como contribuir para a sua falência.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Fabricio Bolzan de. **Direito do consumidor esquematizado**. 8.ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020.

ARAÚJO, Marcelo Barreto de. **Comércio eletrônico; Marco Civil da Internet; Direito Digital**. Rio de Janeiro: Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, 2017. 170 p. Disponível em: https://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao_e_divulgacao/doc_biblioteca/bibli_servicos_produtos/BibliotecaDigital/BibDigitalLivros/TodosOsLivros/Comercio-eletronico-Marco-Civil-da-Internet.pdf. Acesso em: 20 jan. 2024.

BRASIL. **Lei n. 10.406, 10 de janeiro de 2002**. Código Civil. Diário Oficial da União, Rio de Janeiro, 11 jan. 2002.

BRASIL. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). **Lei Nº 13.709, de 14 de Agosto de 2018**. Brasília, ago. 2018. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 26 jan. 2024.

BRASIL, 2006. **Lei Complementar 123, de 14 de dezembro de 2006**. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Diário Oficial da União. Brasília, 14 dez. 2006.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Agravo em Recurso Especial nº 2.229.734 - MG (2022/0326823-0)**. Agravante: Yuri Cordeiro Fonseca. Agravados: FF.com Esportes Ltda e NS2.com Internet S/A. Relatora: Ministra Maria Thereza de Assis Moura. Brasília, DF: STJ, 1º de fevereiro de 2023. Disponível em: https://processo.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=MON&sequencial=175263108&tipo_documento=documento&num_registro=202203268230&data=20230203&formato=PDF. Acesso em: 24 set. 2024.

BRASIL. Presidência da República. **Decreto Lei n. 8.070, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 11 set. 1990. Não paginado. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 20 jan. 2024.

BRASIL. Presidência da República. **Decreto nº 7.962/2013 de 15 de Março de 2013**. Regulamenta a Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 15 mar. 2013. Não paginado. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7962.htm Acesso em: 10 jul. 2021.

CLARO, Alberto. **Comércio eletrônico**. São Paulo: Know How, 2013. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Jose-Alberto-Claro/publication/262047293_Livro_Comercio_Eletronico_1_Edicao_2013_Sao_PauloSP/links/004635367c040672aa000000/Livro-Comercio-Eletronico-1-Edicao-2013-Sao-Paulo-SP.pdf. Acesso em: 25 jan. 2024.

CHAGAS, Edilson Enedino das; LENZA, Pedro. **Direito empresarial esquematizado**. 7. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020.

FARIA, Nayara Mosna Guidotti de. Responsabilidade civil no comércio eletrônico: o caso dos sites intermediadores. **Jusbrasil**, 2018. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/responsabilidade-civil-no-comercio-eletronico-o-caso-dos-sites-intermediadores/591928520>. Acesso em: 26 jan. 2024.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil Brasileiro-Volume 4**. 17.ed. São Paulo: SaraivaJur, 2022.

GUERRA, Oswaldo; TEIXEIRA, Francisco. A sobrevivência das pequenas empresas no desenvolvimento capitalista. **Brazilian Journal of Political Economy**, v. 30, p. 124-139, 2010.

NUNES, Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 12.ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

SEBRAE. **Taxa de mortalidade dos Microempreendedores Individuais (MEIs) e das Microempresas (MEs) no Brasil**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-taxa-de-sobrevivencia-das-empresas-no-brasil,d5147a3a415f5810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 25 mar. 2024.

TIMM, Luciano Benetti et al. **Direito e economia no Brasil**. Editora Atlas SA, 2014.