

Direitos dos consumidores: Compras coletivas na mira da Justiça e do Legislativo

Os sites de compras coletivas, populares há pouco mais de um ano, inovaram o cenário do e-commerce brasileiro, trazendo uma novíssima técnica para Internet, porém que aplica velhos conceitos de negócios sobre demanda. Os sites prometem descontos até então inimagináveis para produtos e serviços, desde que um número mínimo de “cupons” ou “pedidos” para determinado item seja vendido. Temos hoje aproximadamente 1200 sites de compras coletivas no Brasil segundo a consultoria e-bit.

O problema é que inúmeras questões jurídicas até então impensadas passam a ecoar com a popularização destes sites. Se um fornecedor desiste da oferta, será o site de compras que se entenderá com ele na justiça. Porém o site está vinculado à sua “proposta” para com o consumidor, esta que equivale à chamada “oferta pública”, devendo ser responsável em face do usuário pela negativa do ofertante em atender um cupom. Foi o que aconteceu no Rio de Janeiro, onde um consumidor conseguiu um cupom de desconto e ao chegar em uma pizzaria, viu seu cupom recusado pelo comércio.

O consumidor processou o site de compras coletivas, que foi condenado pela 2ª. Vara do Juizado Especial Cível do Rio de Janeiro, a indenizar por danos morais e materiais, no processo número 0014300-76.2011.8.19.0001.

Outros casos estão sendo levados à Justiça, dentre os quais identificamos referentes a propaganda enganosa, recusa no cumprimento da proposta pelo site, e a indisponibilidade do site

no exato momento da aceitação da proposta. Sites que “saem” do ar ou não “registram” as ofertas dos consumidores estão violando o Código de Defesa do Consumidor. Pelo Código Civil, nas compras entre “ausentes”, o contrato reputa-se formado com a aceitação do consumidor. Para esta aceitação, adota-se a teoria da agnição por expedição, ou seja, o contrato estará formado quando o consumidor manifesta, expede, envia sua aceitação, pouco importando se o lojista não tomou ciência ou mesmo se não recebeu o registro da compra.

A propaganda vincula aquele que a realiza, e anúncios de 90% de desconto deverão ser honrados. E como provar exatamente a data do envio da aceitação, para processos na Justiça, considerando que o site pode alegar que revogou a proposta antes da aceitação?

São questões técnicas que cada vez mais demandarão a atuação de peritos para auxiliarem consumidores em juízo. O site que por problemas na operação, não entrega o produto, mas debita do consumidor o precitado valor, evidentemente não pode se safar do dever de reparar, por argumentos técnicos de pouca compreensão para a maioria dos Juízes de direito.

Do mesmo modo, aqueles que tem dados indevidos utilizados em sites, com conseqüente cobrança indevida ou negativação do nome, tem o direito de obtenção de reparação de danos pelo próprio site, que fora negligente na checagem e conferência dos dados fornecidos. Este é o entendimento majoritário dos Tribunais.

No ReclameAQUI, os sites de compras coletivas já colecionam mais de 20 mil reclamações nos últimos 12 meses. Um “boom”! Tãmanha é a preocupação pelos danos causados por estes sites que no Congresso Nacional já tramita um Projeto de Lei (1232/2011) que irá prever novas regras para sites desta

natureza. Os sites deverão oferecer Call Center e seguir normas de atendimento ao consumidor para operarem.

As empresas deverão ter escritório físico no Brasil, que deverão ser indicados aos consumidores no portal, facilitando notificações e citações. Os sites também deverão apresentar claramente para cada oferta disposta no site, dados como quantidade mínima de compradores, prazo para utilização do cupom, dados do anunciante e regras para uso.

O mais importante é que pelo Projeto de Lei, os sites deverão oferecer prazos para uso dos cupons de no mínimo 6 (seis) meses e nomeadamente, deverão oferecer o reembolso ao consumidor, caso o número mínimo de cupons necessários para o desconto não seja atingido. Os sites ficam proibidos de enviar spam e principalmente, o anunciante (loja ou prestador de serviços) agora tem responsabilidade solidária em conjunto com o site que vincular a oferta, em face do consumidor.

Trata-se de lei que aumenta as defesas do consumidor em face de tais sites. Em matérias técnicas, leis tornam-se obsoletas, e o consumidor deverá estar preparado para lidar com teses difíceis em juízo, contando com apoio de perícia especializada e mediadores virtuais que tornem as demandas menos complexas ao mesmo tempo. Efetivamente, em um cenário onde o e-commerce deve crescer 30% em 2011 e faturar 20 bilhões, fato é que não serão as leis que controlarão estes sites que se multiplicam, mas efetivamente, os próprios consumidores com seus poderes de análise, recomendação e referências. Você, consumidor, tem voz ativa, procure sites auditados e conformes e, se não cumprirem com o acordado, não somente os acione na justiça, mas também faça questão de acioná-los na rede, comentando sua experiência. O resultado, será muito eficaz!