

O abuso do direito na Internet

Sumário

- I. O abuso do direito no CDC.
- II. Contratos de adesão virtuais. 1. A manifestação da vontade. 2. A formação do contrato virtual. 3. A teoria da confiança. 4. Os provedores de acesso.
- III. A segurança razoavelmente esperada.
- IV. A responsabilidade pelo vício do serviço · o descumprimento de leilões virtuais.
- V. A responsabilidade pelo fato do serviço · a inexistência de moderador nos grupos de notícias.
- VI. Cláusulas abusivas nos contratos virtuais.
- VII. Práticas abusivas na internet. 1. A recusa no cumprimento da oferta. 2. O abuso ao direito de manifestação do pensamento - a afronta à privacidade.
- VIII. Conclusões.

I. O abuso do direito na Internet

A teoria do abuso do direito surgiu em razão da deturpação do exercício de direitos · como sucessora da teoria dos atos emulativos ·, e foi adotada pelo legislador do Código de Defesa do Consumidor · CDC, criando um subsistema do abuso do direito que exsurge da análise dos princípios fundamentais pertinente às relações jurídicas de consumo, que se contrapõe à manifestação abusiva.

Tal subsistema jurídico abrangia as cláusulas, práticas e publicidades abusivas, sendo constatado em razão da unidade teleológica dos princípios da proporcionalidade, função social, função econômica, equidade e boa-fé. A proporcionalidade, ademais, tem sido escorreitamente invocada pelo Superior Tribunal de Justiça, como princípio básico, gênese e lastro das relações jurídicas de consumo [1], seguindo o que já preconizava a doutrina [2], utilizando tal primado para controle das cláusulas abusivas. Os demais princípios citados foram detectados pelos estudiosos deste ramo da Ciência do Direito.[3]

O estudo da teoria do abuso do direito tem uma evidente função prática. Diante da utilização de tipologia exemplificativa para a elaboração do elenco de cláusulas (art. 51, do CDC), práticas (art. 39) e publicidades abusivas (art. 37), imprescindível a análise dos critérios de constatação do abuso para verificarmos se o exercício do direito deu-se conforme sua destinação, diante das hipóteses que não possam ser amoldadas com clareza nos citados artigos.

II. Contratos de adesão virtuais

1. A manifestação da vontade

A vontade apta a gerar contratos é denominada declaração receptícia de vontade e pode ser manifestada de maneira tácita ou expressa. A manifestação expressa é usualmente dividida pela doutrina tradicional em simbólica, escrita e verbal. A manifestação simbólica da vontade, ocorre, por exemplo, em leilão presencial, onde o gesto é suficiente para demonstrar o aceite; a escrita, dá-se através de manifestação grafada, com a assinatura ou rubrica de próprio punho do declarante [4] ou de outrem [5]. A verbal, por óbvio, materializa-se pela palavra. Questão nova ergue-se diante da manifestação da vontade formadora do contrato virtual. Formado o

contrato, surgem dele direitos e obrigações, devendo amoldar-se · caso se trate de contrato de consumo -, aos ditames impostos pelo CDC.

A contratação virtual, entre fornecedores e consumidores, via de regra ocorre mediante adesão, ou seja, o consumidor adere a todo o conteúdo contratual que foi pré-elaborado de maneira rígida, uniforme, genérica, sem qualquer discussão. Vê-se, de forma clara, que inexistem as negociações preliminares, típicas para a elaboração de um contrato; não ocorre negociação, limitada basicamente ao preenchimento de qualificação pessoal e demais dados pertinentes ao aderente **[6]**.

2. A formação do contrato virtual

A oferta precisa, manifestação de vontade do fornecedor, vincula-o, incoando relação jurídica contratual de consumo; esta é espécie das relações jurídicas consumeristas (gênero), que se dividem em relações de consumo contratuais e extracontratuais. As relações contratuais de consumo têm como subespécies os contratos de consumo, as publicidades e as informações suficientemente precisas que vierem a integrar os negócios jurídicos bilaterais (art. 30, do CDC). **[7]**

No momento em que a oferta precisa foi veiculada pelo fornecedor através da rede mundial denominada internet, está o empresário a ela vinculado; não cabe a retratação do direito civil; é desnecessária a ciência do fornecedor da aderência do consumidor à sua proposta, ou mesmo da declaração do consumidor ter aceitado a oferta. Ou seja, a remessa de correspondência eletrônica (e-mail) por parte do consumidor declarando interesse no serviço ou produto é desimportante para a formação de uma obrigação perfeita, que exsurge da declaração unilateral da vontade do fornecedor polícitante.

Esta interpretação é coerente com a análise do artigo 48, do CDC, cuja eficácia vinculativa, até o advento do novo diploma, somente era atribuída ao contrato perfeito e acabado que viesse a ser amoldado como título executivo e às declarações unilaterais de vontade. Ao que parece o CDC buscou ampliar o rol de título executivos, objetivando superar a tipologia taxativa imposta pelo Código de Processo Civil. **[8]** Assim, a oferta precisa veiculada pela internet esta sujeita à execução específica (artigos 84, do CDC e, subsidiariamente o art. 645, do CPC **[9]**).

A oferta veiculada pela internet, se suficientemente precisa, é ato unilateral do fornecedor, gera obrigação perfeita, ipso facto, exigível, independentemente da aceitação do consumidor.

Em ocorrendo a aderência do oblato, virtualmente, através da rede, forma-se o contrato de consumo, cuja forma grafada ou impressa é desnecessária para a sua validade, desde que possa ser posteriormente visualizado **[10]**, ou tenha sido impresso antes do site ter sido retirado da rede, cabendo ao fornecedor, se o caso, provar a inexistência de tal contrato ou alteração de seu conteúdo. É desimportante para a eficácia do contrato o fato do acordo de vontades não ter sido grafado, haja vista que deve-se buscar a intenção e proteger a confiança depositada pelo consumidor oblato.

3. A teoria da confiança

No início do presente século já se degladiavam duas teorias anteriormente mentadas, que objetivavam dar lastro a exegese contratual: a teoria da vontade (Willenstheorie), com Savigny e Windscheid entre seus principais defensores · que encontrou na França terreno fértil para desenvolver-se ·, e a teoria da declaração

(Erklärungstheorie), surgida com o objetivo de contrapor-se e substituir a teoria da vontade. Para a primeira teoria, o importante era a vontade interna; para a segunda, em caso de hermenêutica, a preponderância deveria ser dada a vontade declarada.

Ou seja, havendo dúvidas na interpretação de qualquer contrato buscavam as antigas teorias propiciar a busca da verdade integral, mediante o que se escreveu, ou através da análise da vontade interna, do aspecto subjetivo.

Assim, se o consumidor, induzido pela publicidade ou informação, objetiva celebrar um contrato de compra e venda e não um contrato de locação, com opção de compra, erroneamente denominado de leasing, segundo a Willenstheorie, iria perquerir-se a vontade interna e verificar qual a vontade presente no momento da celebração do contrato, interpretação consuetânea com o art. 85 - de nosso vetusto Código Civil - dando o legislador a impressão de se ter inclinado por tal doutrina, não se pode, todavia, asseverar que foi adotada integralmente pelo nosso diploma civil.

Afastando-se das citadas teorias que giravam em torno da vontade, surgiu a teoria da confiança ou teoria do crédito social, que, nada obstante dar valor a vontade das partes, protege a vontade manifestada de boa-fé, havendo quem defenda que foi a teoria adotada pelo parágrafo 133, do BGB - Código Civil Alemão, onde dispõe que: "Na interpretação de uma declaração de vontade, deve-se investigar a vontade real, e não ficar preso ao sentido literal da expressão."

O elemento social, lastreado na confiança, cobra dos aplicadores do direito, a proteção daqueles que buscaram a satisfação de suas necessidades, criadas pela publicidade maciça e pelas informações inadequadas, aderindo a contratos, aceitando as ofertas precisas veiculadas ou não pela internet.

4. Os provedores de acesso

Os provedores de acesso à internet, ainda que gratuitos, são fornecedores de serviço por excelência. A remuneração dos provedores gratuitos é indireta, obtida através da publicidade efetuada pelos seus patrocinadores, v.g., mediante a utilização de banner, que significa a "bandeira" publicitária embutida na página da internet. No que tange à conceituação de provedores de acesso remunerados, como fornecedores de serviço, não se adentrará por homenagem ao bom senso.

Assim, mesmo que o provedor de acesso nada receba diretamente do consumidor, seu serviço é remunerado, incoando relação jurídica de consumo, que deve amoldar-se às regras do subsistema criado pelo CDC.

III. A segurança razoavelmente esperada

O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que se espera (art. 14, parágrafo primeiro, do CDC).

Desta forma, a informação precisa, veiculada por diversos fornecedores, de que sua página é segura, induz o consumidor a fornecer via internet seus dados, razão pela qual a empresa que mantém a página na rede mundial tem o dever de propiciar toda a segurança possível ao seu cliente e ao bystander que venha a visitar sua página. Caso interessante, de onde poderia exsurgir incontestemente a responsabilidade do fornecedor - ocorrendo dano -, foi a criação por hackers de uma página idêntica ou semelhante ao do Banco do Brasil, induzindo o consumidor a fornecer seus dados como se tivesse ingressado na página de seu próprio banco. Assim, os consumidores

que tentavam localizar o site da citada instituição financeira, utilizando ferramentas de localização (Yahoo, Cadê etc.), correram o risco de ingressar na página pirata, ao invés de ingressar na página criada pela instituição financeira.

Deve o fornecedor, especialmente os que criaram personal bank ou similares, efetuar todos os esforços possíveis, colocados à disposição pela tecnologia · inclusive os pertinentes ao registro de domínio virtual · a fim de evitar a criação de página dublê que possa induzir o consumidor em erro, bem como coibir toda forma de obtenção de dados por hackers, sob pena de assim não o fazendo, responder pelos danos causados, em razão da segurança que legitimamente se espera (artigos 6.º, VI c.c. artigo 14, parágrafo primeiro, ambos do CDC), não sendo ocioso mencionar que, nada obstante ter encetado todas as diligências, poderá ainda ser responsabilizado pela falta da segurança do serviço.

IV. A responsabilidade pelo vício do serviço - o descumprimento de leilões virtuais

Questão também nova, que vem impondo a atuação dos órgãos de defesa do consumidor, é o fato do descumprimento das promessas veiculadas através dos denominados leilões virtuais, de onde se ergue, na realidade, uma nova modalidade de corretagem através da internet.

Na realidade trata-se de uma prestação de serviços de corretagem, onde o provedor de acesso funciona como intermediário entre um proprietário de um bem e um possível comprador, reunindo as partes mediante o fornecimento de um serviço eletrônico. Tal prestação de serviços é remunerada, estando os provedores cobrando, v.g., taxa de cadastramento, exigindo o preenchimento prévio de formulário, bem como honorária que está sendo hodiernamente denominada de taxa de sucesso (assim, por exemplo, UOL, Arremate.com, dentre outros fornecedores **[11]**).

Assim, além de permitir o acesso à rede mundial, alguns provedores começaram a efetuar a intermediação, veiculando os produtos de consumidores, proprietários de bens de consumo, através de sua página, objetivando especial honorária em caso de sucesso. Assim, verifica-se nova espécie de contrato, que, nada obstante ser tradicionalmente aleatório, com obrigações de resultado, perde parte das características da corretagem quando se cobra honorários antecipados, pelo que se denota, diante deste fato, certa comutatividade e a criação de obrigações de meio.

Com a criação de obrigações de meio impõe-se, também por este fato, a necessidade de o provedor de acesso tomar as necessárias precauções para coibir a fraude, a lesão e o abuso através da rede mundial.

V. A responsabilidade pelo fato do serviço - a inexistência de moderador nos grupos e notícias

Outro serviço que tem sido proporcionado é a criação e utilização das denominadas listas de discussão, grupos de discussão ou grupos de news.

Em tais grupos · cujos assuntos são os mais diversos ·, impõe-se que o provedor responsável por disponibilizar tal página mantenha o que tem se denominado de moderador, ou seja, pessoa encarregada de efetuar um filtro das mensagens veiculadas pela rede, coibindo, inclusive, a ofensa a honra e imagem dos demais usuários.

Tal serviço é essencial, haja vista que diversos usuários tem utilizado a rede para a prática do pichardismo, não sendo ainda incomum a ofensa à honra e à imagem, que, se efetuada diante da complacência do provedor, importará perdas e danos, por responsabilidade pelo fato do serviço.

VI. Cláusulas abusivas nos contratos virtuais

A expressão constante do contrato adesivo virtual do Universo On Line, onde aduz que o fornecedor "apenas o espaço para os internautas negociarem", não é suficiente para elidir a sua responsabilidade diante de eventual vício do serviço. Nos termos do artigo 3.º, do Código de Defesa do Consumidor, o intermediário virtual é prestador de serviços e responde solidariamente (ou seja, juntamente com o vendedor), pelo serviço não prestado, nos termos do artigo 7.º e 18, do mesmo Código. A disposição contratual de que "compradores e vendedores assumem a responsabilidade pelo pagamento e entrega dos produtos" afronta diretamente o citados artigos do CDC, não sendo capaz de afastar a responsabilidade do provedor de acesso.

A empresa deve fornecer um serviço seguro, protegendo a incolumidade patrimonial do consumidor, de forma a propiciar uma negociação confiável, pela qual o pagamento pelo produto adquirido deve ser repassado após a constatação de que o bem solicitado foi entregue sem vícios.

As cláusulas de irresponsabilidade, como se sabe, já eram entendidas abusivas, ipso facto, nulas, mesmo antes do CDC, desde que inseridas em contratos de adesão [12].

Nos contratos de prestação de serviço que disponibiliza o acesso à rede mundial denominada internet · autorizando a utilização de um endereço eletrônico · efetuados por diversos provedores, percebe-se que tais cláusulas de irresponsabilidade estão exsurgindo com a mesma velocidade que caracteriza a revolução na informática. Tais contratos são virtuais, de adesão e de consumo, razão pela qual não tem o consumidor outra alternativa a não ser aceitar contratar com o provedor de acesso ou ficar alienado do mundo da informática.

Percebe-se, ademais, que como sói acontecer com os contratos de adesão, que está surgindo uma padronização perigosa de tais instrumentos, com a inserção de cláusulas abusivas semelhantes, senão idênticas, em diversos provedores, o que propiciará efeitos luctíferos.

Interessantes cláusulas atualmente expostas na internet merecem atenção dos órgãos de defesa do consumidor, por exemplo, a que autoriza ao provedor de acesso fornecer um "premium", ou seja, um serviço não previsto nem solicitado, mas que enseja cobrança adicional o que tenta dar a possibilidade contratual da prática abusiva constante do art. 39, III, do CDC, ou ainda, de forma insólita, ao fornecedor alterar unilateralmente o conteúdo do contrato, dentre infindáveis outras cláusulas abusivas. [13]

VII. Práticas abusivas na internet

1. A recusa no cumprimento da oferta - obrigações cumulativas

Algo interessante que tem sido detectado pelos órgãos de defesa do consumidor é a prática de alguns fornecedores · especialmente livrarias · desmembrarem o pedido deduzido pelo consumidor, remetendo, sem sua concordância expressa, somente parte dos produtos solicitados. Em razão do custo do transporte, é usual que os consumidores de produtos que serão remetidos pelo correio ou por empresas

transportadoras, dêem preferência a aquisição de mais de um livro, em um única compra, diluindo o custo da remessa.

Ora, tal dever do fornecedor, de entregar diversos livros de uma única feita, é o que podemos conceituar como obrigação cumulativa, que somente pode ser adimplida escorreitamente com a entrega de todos os bens prometidos. Existe uma pluralidade de prestações, o que também se denomina de pluralidade objetiva. Assim, vinculado o fornecedor pela informação precisa · v.g., entregar diversos bens por um determinado preço ·, está ele vinculado (art. 30, do CDC) por toda a obrigação e suas diversas prestações, sendo abusiva a prática de remessa de parte da mercadoria sem consentimento expresso do consumidor, equivalente a recusa no cumprimento da oferta, em sua integridade, amoldando-se a conduta, ipso facto, na prática infrativa descrita no artigo 39, II, do CDC, regulamentado pelo inciso VI, do art. 13, do Decreto n.º 2.161/97, ficando o fornecedor sujeito a multa e perdas e danos, haja vista configurar-se o inadimplemento.

2. O abuso ao direito de manifestação do pensamento - a afronta à privacidade

O baixo custo da publicidade via internet tem levado os novos empresários a prática contestável de remessa indiscriminada de mensagens para diversos consumidores, sem solicitação, o que se tem denominado vulgarmente de spam.

O alvo dos remetentes de spam não são exclusivamente os endereços eletrônicos cadastrados, mas, inclusive, os grupos de discussão · também denominadas de listas de discussão ou grupo de news. Nestes grupos, cujo desiderato é estimular a discussão sobre os mais diversos temas (administração, ciências, cultura etc.), é frequente a visualização de inserções de publicidades, o que podem ser controladas pelo próprio provedor, criando uma lista negra de tais empresas, que abusam de tal prática, de forma que suas próximas mensagens seriam automaticamente deletadas.

O cerne da questão, todavia, é que a continuidade indiscriminada desta prática levará, especialmente àqueles que possuem seu e-mail há mais tempo, ou que mais o divulgam, de ter que dedicar-se diariamente a exclusão de mensagens não solicitadas, gastando desnecessariamente tempo. Assim, lastreado no direito da livre iniciativa e da liberdade de manifestação do pensamento, extrapolam os limites concebidos pelo legislador, afrontando os princípios da função social e econômica das relações de consumo, abusando de seu direito. A dificuldade começa a aumentar quando o spam é remetido sistematicamente em língua estrangeira, desconhecida do consumidor, criando transtorno ao usuário da rede.

Tal prática vem sendo combatida por alguns provedores, que criam, justificadamente, arquivos com as listas dos remetentes de tais correspondência, coibindo a remessa de mensagens não solicitadas para os usuários. Todavia, ao nosso ver, tal comportamento · especialmente o que consiste na remessa não solicitada de mensagens para a caixa de entrada do consumidor ·, razão pela, com lastro nos fundamentos acima, entendemos por defensável, a coibição de tal prática abusiva mediante tutela jurisdicional inibitória.

VII. Conclusões

1. No momento em que a oferta suficientemente precisa foi veiculada pela rede mundial denominada internet, está o fornecedor a ela vinculado; não cabe a retratação do direito civil; é desnecessária a ciência do fornecedor da aderência do consumidor à sua proposta, ou mesmo da declaração do consumidor ter aceitado a

oferta, por se tratar de declaração unilateral de vontade do fornecedor, da qual exsurge obrigação perfeita, ipso facto, exigível.

2. A comprovação de remessa de correspondência eletrônica (e-mail) por parte do consumidor declarando interesse no serviço ou produto é desimportante para a exigibilidade da obrigação.

3. A oferta suficientemente precisa veiculada pelo fornecedor, através da internet, incoa, via de regra, contrato de adesão concluído com a aderência virtual do consumidor, haja vista que o conteúdo contratual foi pré-elaborado de maneira abstrata, genérica, rígida e uniforme.

4. O provedor de acesso à internet, gratuito ou não, é fornecedor para os efeitos do CDC e os serviços prestados incoam relações jurídicas de consumo.

5. É abusiva a cláusula contida em alguns contratos utilizados por provedores de acesso que atuam com leilão virtual, que tem por desiderato eximir de responsabilidade o fornecedores quanto a não-entrega do produto adquirido ou não-pagamento do produto vendido.

6. É abusiva a cláusula de irresponsabilidade, utilizada por provedores de acesso, que objetiva eximir tais fornecedores da responsabilidade pelo fato do serviço (v.g., obtenção eletrônica não autorizada de dados por hackers etc.)

7. Os bancos · fornecedores para os fins do CDC · que utilizam a internet para operações bancárias, devem propiciar um ambiente seguro, sob pena de responsabilidade.

Bibliografia

ALVIM, Arruda, Eduardo Alvim et alli. Código do Consumidor Comentado, RT, 2.^a ed. revista e ampliada.

ASSIS, Araken de. Manual do processo de execução, RT, São Paulo, 5.^a edição.

BAUDOIN, Jean-Louis. L'abus de droit dans la doctrine et la jurisprudence du Québec, in L'abus de droit. Padova · Cedan · Casa Editrice Dott. Antonio Milani, 1979.

FERNANDES NETO, Guilherme. O abuso do direito no Código de Defesa do Consumidor · cláusulas, práticas e publicidades abusivas, Ed. Brasília Jurídica, Brasília, 1999.

· Os contratos de adesão e o controle das cláusulas abusivas et alli, Saraiva, São Paulo, 1990.

GOMES, Orlando. Contratos, Forense, Rio, 1986.

LIMA MARQUES, Cláudia. Contratos no Código de Defesa do Consumidor - o novo regime das relações contratuais, RT, São Paulo, 1992.

NERY JR, Nelson. " Os princípios gerais do CDC ", in Revista Direito do Consumidor, pp. 44 e seguintes, RT.

· e Rosa Maria Andrade Nery, Código de Processo Civil Comentado, RT, 4.^a ed., 1999.

REINALDO FILHO, Demócrito. A questão da validade dos atos negociais por meios eletrônicos, in <http://www.infojur/artigos.html>

THEODORO, Humberto. Processo de execução, Leud, São Paulo, 10.^a ed, 1987.

SANTOLIM, Cesar Viterbo Matos. Formação e eficácia probatória dos contratos por computador, Saraiva, São Paulo, 1995.

* Tese apresentada no 5.º Congresso Brasileiro e 3.º Congresso Mineiro de Direito do Consumidor, sob os auspícios do Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor, no dia 3 de maio de 2000, na cidade de Belo Horizonte-MG, cujas conclusões foram aprovadas à unanimidade.

[1] Acórdão prolatado pela Terceira Turma, Proc. n.º 158728, DJ 16/3/1999, relator Ministro Carlos Alberto Menezes Direito. **[VOLTAR]**

[2] Guilherme Fernandes Neto, O abuso do direito no Código de Defesa do Consumidor · cláusulas, práticas e publicidades abusivas, pp. 68 e seguintes. **[VOLTAR]**

[3] Cláudia Lima Marques, Contratos no Código de Defesa do Consumidor · o novo regime das relações contratuais, p. 49; Jean-Louis Baudoin, L'abus de droit dans la doctrine et la jurisprudence du Québec, in L'abus de droit, p. 5; Nelson Nery Jr, " Os princípios gerais do CDC " , Revista Direito do Consumidor, pp. 44 e seguintes, dentre outros. **[VOLTAR]**

[4] Nestes termos, o § 106, do BGB, Código Civil alemão. **[VOLTAR]**

[5] Assim, Orlando Gomes, Contratos, p. 51. **[VOLTAR]**

[6] Guilherme Fernandes Neto, Os contratos de adesão e o controle de cláusulas abusivas, p. 60. **[VOLTAR]**

[7] O abuso do direito no Código de Defesa do Consumidor, passim. **[VOLTAR]**

[8] Os processualistas, diante da análise do art. 584, do CPC, lecionam que o elenco foi efetuado em numerus clausus (a esse respeito v. Araken de Assis, Manual do processo de execução, p. 107; Humberto Theodoro Junior, Processo de Execução, p. 96, dentre outros). A execução em favor do consumidor não está adstrita à tipologia taxativa do CPC. **[VOLTAR]**

[9] Na análise da aplicação subsidiária dos artigos 461 e 632, v. Nelson Nery Jr, Código de Processo Civil Comentado, p. 1835, comentário ao artigo 48, do CDC, item 5, e, Eduardo Alvim et alli, Código de Defesa do Consumidor Comentado, p. 240. **[VOLTAR]**

[10] Posicionamento semelhante foi o adotado pela Uncitral (United Nations Commission on International Trade Law), cf. Demócrito Reinaldo Filho, A questão da validade jurídica dos atos negociais por meios eletrônicos, in <http://www.infojur/artigos.html>. **[VOLTAR]**

[11] Essas taxas, ademais, são calculadas em cascata "conforme o valor que o produto alcançou " , havendo provedores que chegam a cobrar o percentual de 5% sobre o valor do bem. **[VOLTAR]**

[12] Guilherme Fernandes Neto et alli, Contratos de adesão e o controle de cláusulas abusivas, passim. **[VOLTAR]**

[13] Assim soa parte do contrato da provedora UOL " item 10: " O UOL poderá alterar tanto em forma como em conteúdo, suspender ou cancelar, a seu exclusivo critério, a qualquer tempo, quaisquer dos serviços, produtos, utilidade ou aplicação, disponibilizados por si ou por terceiros, independente de qualquer aviso ao CONTRATANTE, não implicando qualquer infração ao presente contrato. " Do mesmo

provedor, no endereço <http://leilao.uol.com.br/regras.php3>, pertinente ao contrato pelos serviços de corretagem (leilão), constata-se a seguinte cláusula: " Compradores e vendedores assumem a responsabilidade pelo pagamento e entrega dos produtos. O Leilão UOL propicia apenas o espaço para os internautas negociarem. " , é a denominada cláusulas de irresponsabilidade.**[VOLTAR]**