

Bruna Braghetto: Responsabilidade de site anunciante de produto

26/09/2023

Recente decisão do Superior Tribunal de Justiça [1] tenta pacificar a jurisprudência no que se refere aos defeitos de produtos adquiridos por meio de sites de classificados. Afinal, teriam esses sites hospedeiros de anúncios responsabilidade sobre os produtos adquiridos através de suas ofertas?



A questão se torna controvertida na medida em que há

previsão expressa do Código de Defesa do Consumidor (CDC), em seu artigo 25, § 1º, onde, havendo mais de um responsável pela causação do dano, todos respondem, em tese, pela reparação.

Portanto, podemos ponderar que a empresa encarregada de intermediar o negócio jurídico de compra e venda, a fim de dar maior segurança na negociação, também participa da cadeia de fornecimento do produto. Porém, em que medida sua participação pode ser considerada significativa o suficiente no negócio entabulado a ponto de carrear-lhe os prejuízos do consumidor por uma compra fraudulenta, por exemplo?

O CDC prevê outras cláusulas protetivas ao consumidor para segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços (artigo 6º, inciso I, do CDC). As decisões — poucas — que preveem a responsabilidade dos sites de intermediação de compras e vendas apontam pela fragilidade dos sistemas de segurança desses sites, bem como falhas na verificação do cadastro dos anunciantes, em caso de fraudes, por exemplo.

De forma a corroborar o entendimento pela responsabilidade dos sites anunciantes, tem-se o artigo 18 do CDC, que estabelece a responsabilidade solidária de todos os envolvidos na relação de consumo, mesmo que não tenham dado causa diretamente ao problema.

Ademais, prevê o artigo 927, parágrafo único CC que, quando a atividade normalmente desenvolvida implicar, por sua natureza, risco para os direitos de outrem, haverá obrigação de

indenizar o dano.

Porém, qual o posicionamento do STJ?

Embora se saiba que os sites de anúncios de classificados devem zelar pela adoção e manutenção de sistemas que se mostrem, efetivamente, seguros e confiáveis ao usuário, evitando-se flagrante exposição do consumidor a dano potencial, sua responsabilidade deve limitar-se à verificação da acuidade dos cadastros efetuados no site e não sobre a intermediação do negócio em si, quando esta acontece fora da plataforma.

Recente recurso especial foi julgado no STJ, onde a plataforma de anúncios recorreu de acórdão proferido no Tribunal de Justiça do Paraná, que lhes responsabilizava pela compra de veículo clonado, obrigando-lhes a ressarcir o consumidor.

Na fundamentação do recurso, de relatoria da ministra Nancy Andrighi, assim foi dito:

"É certo que o responsável pela plataforma de comércio eletrônico, ao veicular ofertas de produtos, disponibilizando sua infraestrutura tecnológica, assume a posição de fornecedor de serviços. Mais especificamente, o serviço fornecido consiste na "disponibilização de espaço virtual na internet para facilitação e viabilização de vendas e compras de bens e contratação de serviços."

Desta forma, o ponto crucial para isentar a responsabilidade da empresa de classificados online foi o fato desta não auferir qualquer porcentagem sobre o produto comercializado, funcionando apenas como um site de hospedagem de anúncios, viabilizando a realização de negócios, conforme parágrafo acima.

Porém, ressaltou a ministra que *"sob a ótica da diligência média que se espera do provedor, é razoável exigir que mantenham condições de identificar cada um de seus anunciantes, a fim de que nenhum ilícito caia no anonimato, sob pena de responsabilização subjetiva por culpa in omittendo (REsp n. 1.383.354/SP, 3ª Turma, DJe de 26/9/2013.)"*

Sendo assim, a relatora entendeu ausente a responsabilidade do site de classificados de fiscalizar o produto colocado à venda, porém, deverá ser responsabilizado caso não forneça elementos para identificar o autor do anúncio.

Ademais, ponderou-se nesta decisão que, caso a empresa hospedeira de anúncios cobre porcentagem sobre o produto vendido ou se a intermediação da venda ocorrer dentro do próprio site, envolvendo tecnologia disponível para pagamento do preço, inclusive, a empresa deverá ser responsabilizada em caso de danos ao consumidor. Em outras palavras, tudo irá depender do papel exercido pela empresa no negócio jurídico realizado pelos terceiros, comprador e vendedor.

Nesta ordem de ideias, reputou-se ausente o nexo de causalidade entre os danos ocorridos ao consumidor e a conduta do site anunciante, justamente em razão da presença de excludente de responsabilidade, o fato exclusivo de terceiros, previsto no artigo 14, § 3º, II, do CDC.



Diante do entendimento do STJ, bem como da maioria das decisões dos tribunais do país, entende-se que o demasiado enquadramento legal das novas tecnologias que surgem para facilitar a vida do consumidor podem prejudicar a liberdade econômica e a evolução e desenvolvimento tecnológico do país.

Portanto, sem se descuidar do dever de informação imposto ao fornecedor, que deve munir o consumidor dos dados necessários para eventual identificação do vendedor fraudulento, bem como realizar campanhas de informação sobre a conduta prudente na formalização dos negócios, é certo que sua responsabilização deve ocorrer dentro dos limites do protagonismo que exerce no negócio jurídico celebrado, excluindo sua responsabilidade quando atuar apenas como anunciante do produto.

[1] REsp nº 2.067.181/PR, relatora ministra Nancy Andrighi, 3ª Turma, julgado em 8/8/2023, DJe de 15/8/2023.

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2023-set-26/bruna-braghetto-responsabilidade-site-anunciante-produto/>