

Superior Tribunal de Justiça

RECURSO ESPECIAL Nº 1.444.008 - RS (2014/0064646-0)

RELATORA : **MINISTRA NANCY ANDRIGHI**
RECORRENTE : UNIVERSO ON LINE - UOL
ADVOGADOS : RODRIGO DORNELES - RS046421
CHARLENE MIWA NAGAE E OUTRO(S) - SP257328
RECORRIDO : JOSÉ LEANDRO GOURGUES
ADVOGADOS : RODRIGO DA SILVA E OUTRO(S) - RS055288
ADRIANO DAVIS TIDRA - RS060153
INTERES. : PAULA DANIELA DE SOUZA PEREIRA - MICROEMPRESA

EMENTA

CIVIL E CONSUMIDOR. INTERNET. RELAÇÃO DE CONSUMO. INCIDÊNCIA DO CDC. GRATUIDADE DO SERVIÇO. INDIFERENÇA. PROVEDOR DE PESQUISA VOLTADA AO COMÉRCIO ELETRÔNICO. INTERMEDIÇÃO. AUSÊNCIA. FORNECEDOR. NÃO CONFIGURADO.

1. Ação ajuizada em 17/09/2007. Recurso especial interposto em 28/10/2013 e distribuído a este Gabinete em 26/08/2016.
2. A exploração comercial da Internet sujeita as relações de consumo daí advindas à Lei nº 8.078/90.
3. O fato de o serviço prestado pelo provedor de serviço de Internet ser gratuito não desvirtua a relação de consumo.
4. Existência de múltiplas formas de atuação no comércio eletrônico.
5. O provedor de buscas de produtos que não realiza qualquer intermediação entre consumidor e vendedor não pode ser responsabilizado por qualquer vício da mercadoria ou inadimplemento contratual.
6. Recurso especial provido.

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos estes autos, acordam os Ministros da Terceira TURMA do Superior Tribunal de Justiça, na conformidade dos votos e das notas taquigráficas constantes dos autos, por unanimidade, dar provimento ao recurso especial nos termos do voto da Sra. Ministra Relatora. Os Srs. Ministros Paulo de Tarso Sanseverino, Ricardo Villas Bôas Cueva, Marco Aurélio Bellizze e Moura Ribeiro votaram com a Sra. Ministra Relatora. Dr(a). TAIS BORJA GASPARIAN, pela parte RECORRENTE: UNIVERSO ON LINE - UOL.

Brasília (DF), 25 de outubro de 2016(Data do Julgamento)

MINISTRA NANCY ANDRIGHI
Relatora

RECURSO ESPECIAL Nº 1.444.008 - RS (2014/0064646-0)

RELATORA : MINISTRA NANCY ANDRIGHI
RECORRENTE : UNIVERSO ON LINE - UOL
ADVOGADOS : RODRIGO DORNELES - RS046421
CHARLENE MIWA NAGAE E OUTRO(S) - SP257328
RECORRIDO : JOSÉ LEANDRO GOURGUES
ADVOGADOS : RODRIGO DA SILVA E OUTRO(S) - RS055288
ADRIANO DAVIS TIDRA - RS060153
INTERES. : PAULA DANIELA DE SOUZA PEREIRA - MICROEMPRESA

RELATÓRIO

Relatora: Ministra NANCY ANDRIGHI (Relator):

Cuida-se de recurso especial interposto por UNIVERSO ONLINE S/A, com fundamento nas alíneas “a” e “c” do permissivo constitucional, contra acórdão exarado pelo TJ/RS.

Ação: ajuizada em face de PAULA DANIELA DE SOUZA PEREIRA – ME e da recorrente, em que a recorrida pleiteia a rescisão contratual e a devolução de valores pagos decorrente de compra de um aparelho *palm top*, realizada no site www.vntshop.com, cujo produto adquirido não foi entregue, cumulada com a condenação em indenização por danos morais. Na inicial, a recorrida esclarece que o site foi a ela indicado no buscador chamado *Shopping UOL*, mantido pela recorrente.

Sentença: após afastar a preliminar de ilegitimidade passiva suscitada pela recorrente, julgou parcialmente procedente o pedido, para condenar a recorrente e a corrê ao pagamento de indenização por danos materiais, no valor de R\$ 522,57 (quinhentos e vinte e dois reais e cinquenta e sete reais), corrigidos monetariamente, e ônus sucumbenciais.

Acórdão: negou provimento à apelação interposta pela recorrente, em julgamento assim ementado:

APELAÇÃO CÍVEL. DIREITO PRIVADO NÃO ESPECIFICADO. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS E MATERIAIS. COMPRA DE PRODUTO PELA INTERNET. ILEGITIMIDADE PASSIVA

DA APELANTE AFASTADA. RESPONSABILIDADE PELA NÃO ENTREGA DA MERCADORIA PELA EMPRESA VENDEDORA. A apelante possui legitimidade para responder à demanda, porquanto a mesma fornece serviço - ferramenta de busca - a qual propicia aos usuários de internet a localização de lojas virtuais e seus respectivos produtos, integrando assim a cadeia de fornecedores de serviços. Pelo fato de a apelante realizar a aproximação dos consumidores para a compra e venda de mercadorias, por meio da internet, torna-se responsável, solidariamente, para responder pelos danos experimentados pelo consumidor que, em negociação com vendedor, se vê vitimado por fraude, diante da não entrega de mercadoria adquirida, caso dos autos. APELAÇÃO DESPROVIDA

Embargos de declaração: opostos pela recorrente, não foram acolhidos pelo TJ/RS.

Recurso especial: alega violação aos arts. 3º, 7º, parágrafo único, e 14 do CDC, e ao art. 267, VI, do CPC/73, pois, disponibilizar ferramenta de busca voltada ao comércio eletrônico, o recorrente não passa a integrar a cadeia de fornecimento e não responde, objetiva e solidariamente, com as lojas virtuais com quem os consumidores firmam negócio jurídico. Sustenta, ainda, a existência de dissídio jurisprudencial.

Relatados os fatos, decide-se.

RECURSO ESPECIAL Nº 1.444.008 - RS (2014/0064646-0)

RELATORA : MINISTRA NANCY ANDRIGHI

RECORRENTE : UNIVERSO ON LINE - UOL

ADVOGADOS : RODRIGO DORNELES - RS046421

CHARLENE MIWA NAGAE E OUTRO(S) - SP257328

RECORRIDO : JOSÉ LEANDRO GOURGUES

ADVOGADOS : RODRIGO DA SILVA E OUTRO(S) - RS055288

ADRIANO DAVIS TIDRA - RS060153

INTERES. : PAULA DANIELA DE SOUZA PEREIRA - MICROEMPRESA

VOTO

Relatora: Ministra NANCY ANDRIGHI (Relator):

Cinge-se a controvérsia a determinar se, no comércio eletrônico – isto é, nas compras realizadas na Internet –, há responsabilidade solidária, nos termos do art. 7º do CDC, entre o vendedor do produto e o provedor de serviços de buscas de mercadorias à venda on-line. Em outras palavras, busca-se decidir se o recorrente, em razão de disponibilizar serviço de busca, passa a integrar a cadeia de fornecimento e, assim, ser um fornecedor, nos termos do art. 3º do CDC.

I – Da aplicabilidade do CDC

1. Conforme julgado por este Tribunal no REsp 1.316.921/RJ (Terceira Turma, julgado em 26/06/2012, DJe 29/06/2012), é inegável que a exploração comercial da Internet sujeita as relações jurídicas de consumo daí advindas à Lei nº 8.078/90. Newton DE LUCCA aponta o surgimento de “uma nova espécie de consumidor (...) – a do consumidor internauta – e, com ela, a necessidade de proteção normativa, já tão evidente no plano da economia tradicional” (**Direito e Internet: aspectos jurídicos relevantes**. Vol. II. São Paulo: Quartier Latin, 2008, p. 27).

2. Com efeito, as peculiaridades inerentes a essa relação virtual não afastam as bases caracterizadoras de um negócio jurídico clássico: (i) legítima manifestação de vontade das partes; (ii) objeto lícito, possível e determinado ou determinável; (iii) e forma prescrita ou não defesa em lei.

3. Nesse sentido, Fernando Antônio de VASCONCELOS observa que “o serviço preconizado na Lei 8.078/90 é o mesmo prestado pelas várias empresas que operam no setor [rede virtual]. Fica, pois, difícil dissociar o prestador [provedor] de serviços da Internet do fornecedor de serviços definido no Código de Defesa do Consumidor” (**Internet. Responsabilidade do provedor pelos danos praticados**. Curitiba: Juruá, 2004, p. 116).

4. Ressalte-se que o fato de o serviço prestado pelo provedor ser gratuito não desvirtua a relação de consumo, pois o termo “mediante remuneração”, contido no art. 3º, § 2º, do CDC, deve ser interpretado de forma ampla, de modo a incluir o ganho indireto do fornecedor. Na lição de Cláudia Lima Marques, “a expressão 'remuneração' permite incluir todos aqueles contratos em que for possível identificar, no sinalagma escondido (contraprestação escondida), uma remuneração indireta do serviço” (**Comentários ao código de defesa do consumidor**. São Paulo: RT, 2003, p. 94).

5. No serviço ofertado pela recorrente, chamado SHOPPING UOL, da mesma forma que outros serviços de busca, há o chamado *marketing* cruzado – ação promocional entre produtos ou serviços em que um deles, embora não rentável em si, proporciona ganhos decorrentes da venda de outros. Apesar das pesquisas realizadas via SHOPPING UOL serem gratuitas, a empresa vende espaços publicitários no site bem como preferências na ordem de listagem dos resultados das buscas.

6. Ainda na lição de Cláudia Lima MARQUES, veja-se que “estas atividades dos fornecedores visam lucro, são parte de seu marketing e de seu preço total, pois são remunerados na manutenção do negócio principal”, concluindo que “no mercado de consumo, em quase todos os casos, há remuneração do fornecedor, direta ou indireta, como um exemplo do 'enriquecimento' dos fornecedores pelos serviços ditos 'gratuitos' pode comprovar” (op. cit., p. 95). Há, portanto, inegável relação de consumo nos serviços de Internet, ainda que prestados gratuitamente.

II – Do comércio e dos contratos eletrônicos

7. Considerando que o presente recurso versa sobre uma controvérsia relacionada a comércio eletrônico, algumas considerações devem ser feitas para a melhor compreensão do tema.

8. A título de definição, utiliza-se a expressão comércio eletrônico para se referir a “*toda e qualquer forma de transação comercial em que as partes interagem eletronicamente, em vez de estabelecer um contato físico direto e simultâneo*”, sendo sua principal característica a realização de operações comerciais por meio de contratação eletrônica, entendida como “*a celebração ou a conclusão de contratos por meio de ambientes ou instrumentos eletrônicos*” (KLEE, Antonia Espindola Longoni. **Comércio eletrônico**. São Paulo: RT, 2014, p. 71).

9. Sobre as peculiaridades dos contratos eletrônicos, Cláudia Lima MARQUES (**Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor**. São Paulo: RT, 2001) narra as dificuldades da formação dos contratos em ambiente virtual, com a consequente desmaterialização da relação e ausência de contato físico, bem como os desafios suscitados na defesa dos consumidores, *in verbis*:

O Contrato eletrônico é concluído sem forma física, desmaterializado, são

bits e códigos binários. A linguagem do contrato também é diferente, é virtual em um primeiro momento e semi-escrita, num segundo. Como vimos, quando o consumidor aperta o botão, direciona o mouse ou seu lápis eletrônico para o click de aceitação, o écran está cheio de imagens, cores, sons, lembretes escritos, figuras etc. nesse primeiro momento, todas estas impressões criam a confiança do consumidor. Em um segundo momento (ou no momento zero, pois pode o consumidor mais atento ter olhado as condições gerais contratuais de forma prévia!), as condições gerais do contrato impostas pelo fornecedor aparecem em uma janela sob a forma escrita e – normalmente – poderão ser baixadas (*downloaded*). Este iter virtual de contratação traz dois problemas para o direito do consumidor: como assegurar a compreensão e a reflexão do consumidor sobre o negócio que está concluindo, cuja importância não podemos diminuir, pois hoje o comércio eletrônico não é só de “bagatela” e inclui já muitos serviços financeiros on-line!

10. A doutrina afirma existir três classes de contratos eletrônicos: (i) os contratos intersistêmicos, os quais se formam com o computador como ponto convergente de vontades preexistentes. Nesses contratos, “*as partes apenas transpõem para o computador as vontades resultantes de negociação prévia, sem que o computador, interligado em rede, interfira na formação dessas vontades*”; (ii) os contratos eletrônicos interpessoais são aqueles por meio da utilização de computadores. São caracterizados pela atuação humana nas duas pontas da relação comercial, servindo o computador como “meio de comunicação entre as partes, interagindo na formação da vontade destas e na instrumentalização do contrato”; e, por fim, (iii) os contratos eletrônicos interativos, que são celebrados via Internet, mediante acesso aos recursos disponíveis em sites dos fornecedores, em que “*uma pessoa interage com um sistema destinado ao processamento eletrônico de informações, colocado à disposição por outra pessoa, sem que esta esteja, ao mesmo tempo, conectada e sem que tenha ciência imediata de que o contato foi efetuado*”. Conforme afirma KLEE (Op. cit., p. 142-143), nesses contratos, em que os meios eletrônicos influenciam a formação da vontade do consumidor, são contratos de adesão, automatizados, instantâneos, sem contato pessoal.

11. Não bastassem as dificuldades e desafios apresentados pelas

novas formas de formação contratual que, conforme exposto acima, possuem características muito peculiares ao ambiente virtual, ainda há uma plêiade de formas de organização dos fornecedores no ambiente virtual do comércio eletrônico. Em outras palavras, a Internet não apresenta uma única forma de contratação eletrônica. Novos modelos de negócio surgem todos os dias e, por isso, o Direito não pode tratá-los de maneira igual.

12. A fim de corroborar o afirmado, novamente a acertada lição de Cláudia Lima MARQUES (**Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor**. São Paulo: RT, 2001, p. 80) descreve algumas das formas de organização comercial e as dificuldades com a desmaterialização dos contratos e a ausência de contato entre os contratantes:

O on-line-shop ou e-shop poder único ou “em carrinho”; isto é, o consumidor recebe oferta e compra apenas uma coisa, ou tem acesso a todos os produtos e serviços daquele fornecedor e, como se tivesse um carrinho de supermercado, vai colocando neste “carrinho” suas “compras”. Esse seria o modelo mais comum, como se o consumidor entrasse na loja virtual (shop) do fornecedor. O consumidor pode também ter acesso a um *cybermall*, quando os fornecedores reunidos oferecem todos seus produtos em uma espécie de shopping center eletrônico. Como vimos, o consumidor pode ter acesso direto ao fabricante, aos comerciantes intermediários (concessionárias, distribuidores, franqueados etc.), aos comerciantes tradicionais e por meio de leilões on-line, sejam eles organizados pelos próprios fornecedores de produtos seus ou “semi-voluntários”, realizados em plataformas de leiloeiros, nas quais quem pode estar vendendo é outro consumidor.

13. Em resumo, em ambiente virtual, o consumidor pode travar contato – mesmo que eletrônico – de várias formas com o fornecedor, seja diretamente ou por meio de distribuidores, em ambientes que se assemelham a *shopping centers* ou em leilões eletrônicos.

III – Dos serviços de busca na Internet

14. O serviço prestado pela recorrente é um mecanismo busca orientado ao comércio eletrônico, em que é possível encontrar os produtos e

serviços vendidos em ambiente virtual, bem como realizar comparações de preços entre eles, sem realizar qualquer intermediação entre consumidor e vendedor. Dessa forma, é necessário fazer uma rápida delimitação da natureza e alcance desses serviços, baseando-se no que foi analisado no REsp 1.316.921/RJ (Terceira Turma, julgado em 26/06/2012, DJe 29/06/2012).

15. Com a publicação da Lei 12.965/2014, que institui o Marco Civil da Internet, muitos dos elementos que compõem a rede mundial de computadores foram definidos normativamente. Assim, temos que a Internet foi definida como *“o sistema constituído do conjunto de protocolos lógicos, estruturado em escala mundial para uso público e irrestrito, com a finalidade de possibilitar a comunicação de dados entre terminais por meio de diferentes redes”* (art. 5º, I).

16. Na Internet, há uma multiplicidade de atores oferecendo diferentes tipos de serviços e utilidades para os usuários, conforme se afirmou no REsp 1.316.921/RJ:

Os provedores de serviços de Internet são aqueles que fornecem serviços ligados ao funcionamento dessa rede mundial de computadores, ou por meio dela. Trata-se de gênero do qual são espécies as demais categorias, como: (i) provedores de backbone (espinha dorsal), que detêm estrutura de rede capaz de processar grandes volumes de informação. São os responsáveis pela conectividade da Internet, oferecendo sua infraestrutura a terceiros, que repassam aos usuários finais acesso à rede; (ii) provedores de acesso, que adquirem a infraestrutura dos provedores backbone e revendem aos usuários finais, possibilitando a estes conexão com a Internet; (iii) provedores de hospedagem, que armazenam dados de terceiros, conferindo-lhes acesso remoto; (iv) provedores de informação, que produzem as informações divulgadas na Internet; e (v) provedores de conteúdo, que disponibilizam na rede os dados criados ou desenvolvidos pelos provedores de informação ou pelos próprios usuários da web.

É frequente que provedores ofereçam mais de uma modalidade de serviço de Internet; daí a confusão entre essas diversas modalidades. Entretanto, a diferença conceitual subsiste e é indispensável à correta imputação da responsabilidade inerente a cada serviço prestado.

17. Na hipótese de provedores de aplicações de busca na Internet, há a disponibilização de ferramentas que, por meio de algoritmos e de indenização, auxiliam o usuário a encontrar websites ou outros recursos, de acordo com os

argumentos de pesquisa inseridos no serviço de busca. Novamente, como julgou esta Corte:

Essa provedoria de pesquisa constitui uma espécie do gênero provedor de conteúdo, pois esses sites não incluem, hospedam, organizam ou de qualquer outra forma gerenciam as páginas virtuais indicadas nos resultados disponibilizados, se limitando a indicar links onde podem ser encontrados os termos ou expressões de busca fornecidos pelo próprio usuário. (...)

Como bem descreve a recorrente na inicial do agravo de instrumento, o mecanismo de busca dos provedores de pesquisa trabalha em 03 etapas: (i) uma espécie de robô navega pela web identificando páginas; (ii) uma vez identificada, a página passa por uma indexação, que cataloga e mapeia cada palavra existente, compondo a base de dados para as pesquisas; e (iii) realizada uma busca pelo usuário, um processador compara os critérios da pesquisa com as informações indexadas e inseridas na base de dados do provedor, determinando quais páginas são relevantes e apresentando o resultado. Evidentemente, esse mecanismo funciona ininterruptamente, tendo em vista que, além de inúmeras páginas serem criadas a cada dia, a maioria das milhões de páginas existentes na web sofrem atualização regularmente, por vezes em intervalos inferiores a uma hora, sendo que em qualquer desses momentos pode haver a inserção de informação com conteúdo ilícito. (REsp 1.316.921/RJ, Terceira Turma, julgado em 26/06/2012, DJe 29/06/2012)

18. Além disso, os resultados apresentado pelos buscadores nada mais são que outros sites ou recursos da Internet, que ali se encontram de forma pública, isto é, independentemente do provedor de busca. Esses sites ou recursos sofrem atualizações de forma constante e ininterrupta. Mesmo com a existência de diversos mecanismos de filtragem do conteúdo da Internet, na maioria das vezes é inviável ao provedor da busca exercer alguma forma controle sobre os resultados da busca.

19. Nesse sentido, vale mencionar a lição de Newton DE LUCCA, segundo a qual *“a implementação de medidas drásticas de controle de conteúdos na Internet deve ser reservada para casos extremos, quando estiver presente manifesto interesse público e desde que ponderado o potencial prejuízo causado a terceiros, não havendo de ser adotada nas demais hipóteses, principalmente quando se tratar de interesse individual, salvo em situações absolutamente excepcionais, que representarão exceções raríssimas”* (op. cit.,

p. 400).

20. Em razão das características dos provedores de aplicações de busca na Internet, acima resumidas, este Superior Tribunal de Justiça entendeu que os provedores de pesquisa: (i) não respondem pelo conteúdo do resultado das buscas realizadas por seus usuários; (ii) não podem ser obrigados a exercer um controle prévio do conteúdo dos resultados das buscas feitas por cada usuário; e (iii) não podem ser obrigados a eliminar do seu sistema os resultados derivados da busca de determinado termo ou expressão (REsp 1.316.921/RJ, Terceira Turma, julgado em 26/06/2012, DJe 29/06/2012).

IV – Dos limites de responsabilidade do recorrente

21. Da mesma forma que os provedores de busca na Internet, apesar da evidente relação de consumo que se estabelece entre a recorrente e aqueles que utilizam seu serviço, a responsabilidade pelas compras de produtos e mercadorias expostos nos resultados deve ser limitada à natureza da atividade por ela desenvolvida.

22. Essa análise do modo como o serviço é prestado na Internet é de importância fundamental para se identificar as hipóteses de responsabilidade em cada situação, pois, como afirmado acima, são muitos os modelos de negócios que existem em ambiente virtual, o que é corroborado pela doutrina:

Analisando as variadas formas de disponibilização de produtos na Internet, dentre os quais, os sites de leilão virtual, de compras coletivas etc., outras possibilidades são destacadas, como a loja virtual ser desenvolvida e mantida por um fornecedor, que possui o seu próprio provedor, sendo, portanto, o único responsável pelos danos que causar ao consumidor no comércio eletrônico. Em outra situação, o fornecedor desenvolve o software da loja virtual e todo o sistema de segurança e política de privacidade, mas terceiriza o serviço de hospedagem em um provedor. Por fim, o fornecedor pode, ainda, contratar com uma desenvolvedora de software especializada em comércio eletrônico, a qual desenvolve a loja virtual, oferece toda a infraestrutura e sistemas para a negociação eletrônica, podendo hospedar a loja virtual ou contratar esse serviço com um terceiro-provedor. (LIMBERGER, Têmis. A vulnerabilidade do consumidor pela (des)informação e a responsabilidade civil dos provedores na

Superior Tribunal de Justiça

Internet. In: RDC 97/261)

23. Similarmente ao acórdão recorrido, Têmis LIMBERGER noticia que alguns Tribunais de Justiça entendem que “*o serviço de apresentar o produto ao consumidor, intermediando a realização de negócio por meio de site e recebendo comissão quando perfectibilizado, enquadra-se nas normas do art. 3.º, § 2.º, do CDC*” (A vulnerabilidade do consumidor pela (des)informação e a responsabilidade civil dos provedores na Internet. In: RDC 97/259).

24. Neste ponto, portanto, há de ser feita uma distinção fundamental para este julgamento. De um lado, existem provedores de serviço na Internet que, além de oferecerem a busca de mercadorias ao consumidor, fornecem toda a estrutura virtual para que a venda seja realizada. Nesses casos, e o acórdão recorrido traz alguns exemplos, a operação é realizada inteiramente no site desse prestador. Sendo um contrato interativo, conforme exposto acima, a interação do consumidor se perfaz somente com os recursos virtuais fornecidos pelo prestador de serviço e, dessa forma, também passa a fazer parte da cadeia de fornecimento, nos termos do art. 7º do CDC, junto com o vendedor do produto ou mercadoria. Nestas situações, é comum a cobrança de comissões sobre as operações realizadas.

25. Há, contudo, uma situação muito distinta quando o prestador de buscas de produtos se limita a apresentar ao consumidor o resultado da busca, de acordo com os argumentos de pesquisa fornecidos por ele próprio, sem participar da interação virtual que aperfeiçoará o contrato eletrônico.

26. Nestas hipóteses, após a busca, o consumidor é direcionado ao site ou recurso do vendedor do produto, interagindo somente com o sistema eletrônico fornecido por este, e não pelo prestador de busca de produtos. Também se diferencia da situação anterior, pela ausência da cobrança de comissões sobre as operações realizadas, pois nestas circunstâncias os

rendimentos dos prestadores de busca se originam da venda de espaço publicitário.

V – Do conceito de fornecedor no CDC

27. Neste momento, cumpre ainda compreender o conceito de fornecedor, segundo a legislação em vigor, bem como a doutrina consumerista, a fim de analisar se os serviços prestados pela recorrente poderiam inseri-la na cadeia de fornecedores.

28. Segundo o art. 3º, *caput*, do CDC, 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.

29. Tem-se, assim, que o elemento caracterizador do fornecedor é o desenvolvimento de atividades tipicamente profissionais, de maneira habitual, tais como a comercialização, a produção, a transformação, a importação e a distribuição de produtos.

30. Com fundamento no mencionado dispositivo legal, o CDC considera como fornecedores todos os que participam da cadeia de fornecimento de produtos ou serviços, independentemente da forma como se relacionam com o consumidor (direta ou indireta, contratual ou extracontratual). A esse respeito, a doutrina afirma que:

(...) o CDC menciona fornecedores, pensando em todos os profissionais da cadeia de fornecimento (de fabricação, produção, transporte e distribuição de produtos e da criação execução de serviços) da sociedade de consumo. O parágrafo único do art. 7º do CDC bem especifica que há mesmo solidariedade nesta cadeia (...) (BENJAMIN, A. H.; MARQUES, C. L.; BESSA, L. R. **Manual de Direito do Consumidor**. São Paulo: RT, 5ª ed., 2013, p. 114)

31. Não bastasse a amplitude da definição de fornecedor na legislação consumerista, a doutrina contemporânea alega a existência do chamado

“fornecedor equiparado”, que seria:

(...) aquele terceiro na relação de consumo, um terceiro apenas intermediário ou ajudante da relação de consumo principal, mas que atua frente a um consumidor (aquele que tem seus dados cadastrados como mau pagador e não efetuou sequer uma compra ou a um grupo de consumidores (por exemplo, um grupo formado por uma relação de consumo principal, como a de seguro de vida em grupo organizado pelo empregador e pago por este), como se fornecedor fosse (comunica o registro no banco de dados, comunica que é estipulante nos seguros de vida de grupo etc.). (BENJAMIN, A. H.; MARQUES, C. L.; BESSA, L. R. Op. cit., p. 118-119)

32. Ainda segundo essa mesma doutrina, a figura do fornecedor equiparado, mesmo sem ser o fornecedor do contrato principal, detém uma posição de poder em relação ao consumidor.

VI – Considerações sobre a hipótese dos autos

33. Na hipótese dos autos, é possível verificar que não é feita distinção existente entre os buscadores de produtos voltados ao comércio eletrônico. Na sentença (e-STJ fl. 146), lê-se que:

Está pacificado o entendimento de que as empresas que realizam a intermediação objetivando a compra e venda de mercadorias, através de ofertas publicadas na rede mundial de computadores. São responsáveis solidariamente, apresentando legitimidade para responde pelos danos experimentados pelo consumidor que, em negociação com vendedor, que se vê vitimado por fraude.

34. No mesmo sentido, o acórdão recorrido (e-STJ fls. 229-230) afirma que a recorrente integra a cadeia de fornecedores e, assim, é responsável pelo inadimplemento contratual, bastando para isso o simples fato de ela realizar a aproximação entre consumidores e fornecedores, como é possível perceber no trecho abaixo:

A apelante possui legitimidade para responder à demanda, porquanto a mesma fornece serviço – ferramenta de busca – a qual propicia aos usuários de internet a localização de lojas virtuais e seus respectivos produtos, integrando assim a cadeia de fornecedores de serviços.

Sendo assim, pelo fato de a apelante realizar a aproximação dos consumidores para a compra e venda de mercadorias, por meio da internet, é responsável, solidariamente, para responder pelos danos experimentados pelo consumidor que, em negociação com o vendedor, se vê vitimado por fraude,

diante da não entrega de mercadoria adquirida, caso dos autos.

Em que pese a recorrente não interfira na relação de consumo entre os que se utilizam da ferramenta de busca disponibilizada, ou mesmo possa ser caracterizada como hospedeira do site em que efetuada a compra, a empresa demanda auferir lucro com os serviços que presta, integrando a relação de consumo por viabilizar a aproximação entre o consumidor e o vendedor do produto.

35. Ao desconsiderar as diferentes formas de buscas voltadas ao comércio eletrônico e levando ao extremo o argumento contido na parte final do trecho acima transcrito, seria como responsabilizar um jornal ou uma revista pelo produto anunciado, considerando que também eles auferiram rendimentos pela venda de espaço publicitário. No entanto, tal tese não merece guarida em nosso direito.

36. Responsabilizar a recorrente por todas as vendas propiciadas pelas buscas por ela realizadas, seria como impor-lhe a obrigação de filtrar e verificar a ausência de fraude de cada uma das lojas virtuais existentes na Internet. Sobre essa obrigação, rememora-se o que decidiu esta Corte no precedente mencionado acima, sobre buscadores de conteúdo na Internet:

37. No que tange à filtragem do conteúdo das pesquisas feitas por cada usuário, não se trata de atividade intrínseca ao serviço prestado, de modo que não se pode reputar defeituoso, nos termos do art. 14 do CDC, o site que não exerce esse controle sobre os resultados das buscas.

Conforme anota Rui Stocco, quando o provedor de Internet age “como mero fornecedor de meios físicos, que serve apenas de intermediário, repassando mensagens e imagens transmitidas por outras pessoas e, portanto, não as produziu nem sobre elas exerceu fiscalização ou juízo de valor, não pode ser responsabilizado por eventuais excessos e ofensas à moral, à intimidade e à honra de outros” (Tratado de responsabilidade civil. 6ª ed. São Paulo: RT, 2004, p. 901). (...)

As adversidades indissociáveis da tutela das inovações criadas pela era digital dão origem a situações cuja solução pode causar certa perplexidade. Há de se ter em mente, no entanto, que a Internet é reflexo da sociedade e de seus constantes avanços. Se, ainda hoje, não conseguimos tutelar com total equidade direitos seculares e consagrados, seria tolice contar com resultados mais

Superior Tribunal de Justiça

eficientes nos conflitos relativos à rede mundial de computadores.

(REsp 1.316.921/RJ, Terceira Turma, julgado em 26/06/2012, DJe 29/06/2012)

38. É inegável, assim, que a recorrente, na prestação de serviços de busca de produtos, deve garantir o sigilo e a segurança de seus usuários e de suas buscas, bem como o bom funcionamento do sistema. Também, por consequência, será responsável por fatos advindos dessas obrigações.

39. Contudo, ao se abster de participar da interação que levará à formação do contrato eletrônico entre consumidor e o vendedor do produto propriamente dito, não há como lhe imputar responsabilidade por qualquer vício da mercadoria ou inadimplemento contratual.

40. Diante de todo o exposto acima, conclui-se que o provedor do serviço de busca de produtos – que não realiza qualquer intermediação entre consumidor e vendedor – não pode ser responsabilizado pela existência de lojas virtuais que não cumprem os contratos eletrônicos ou que cometem fraudes contra os consumidores, da mesma forma que os buscadores de conteúdo na Internet não podem ser responsabilizados por todo e qualquer conteúdo ilegal disponível na rede.

41. Em consequência, pela natureza do serviço prestado pela recorrente, não incide na hipótese dos autos os art. 3º e 7º do CDC, devido à impossibilidade de considerá-la participante na cadeia do fornecimento do produto à recorrida, sequer como fornecedor equipado, por não deter qualquer posição de poder ou influência sobre o consumidor no momento do aperfeiçoamento do contrato eletrônico.

42. Forte nessas razões, CONHEÇO do recurso especial e DOU-LHE PROVIMENTO, com fundamento no art. 255, § 4º, III, do RISTJ, para afastar a condenação imposta à recorrente.

43. Reconhecida a sucumbência da recorrida, fixo honorários

Superior Tribunal de Justiça

advocatícios no valor de R\$ 1.000,00 (mil reais). Considerando que a recorrida faz jus à gratuidade da justiça, na forma da lei, determino a suspensão da exigibilidade dos ônus sucumbenciais, nos termos do § 3º do art. 98 do CPC/15.



**CERTIDÃO DE JULGAMENTO
TERCEIRA TURMA**

Número Registro: 2014/0064646-0 **PROCESSO ELETRÔNICO REsp 1.444.008 / RS**

Números Origem: 008/1.07.0016162-5 00810700161625 01687819220118217000 03592571920138217000
04895516220138217000 10700161625 1687819220118217000 3592571920138217000
4895516220138217000 70042359877 70056346307 70057649246 810700161625

PAUTA: 25/10/2016

JULGADO: 25/10/2016

Relatora

Exma. Sra. Ministra **NANCY ANDRIGHI**

Presidente da Sessão

Exmo. Sr. Ministro **MARCO AURÉLIO BELLIZZE**

Subprocurador-Geral da República

Exmo. Sr. Dr. **CARLOS ALBERTO CARVALHO VILHENA**

Secretária

Bela. **MARIA AUXILIADORA RAMALHO DA ROCHA**

AUTUAÇÃO

RECORRENTE : UNIVERSO ON LINE - UOL
ADVOGADOS : RODRIGO DORNELES - RS046421
 CHARLENE MIWA NAGAE E OUTRO(S) - SP257328
RECORRIDO : JOSÉ LEANDRO GOURGUES
ADVOGADOS : RODRIGO DA SILVA E OUTRO(S) - RS055288
 ADRIANO DAVIS TIDRA - RS060153
INTERES. : PAULA DANIELA DE SOUZA PEREIRA - MICROEMPRESA

ASSUNTO: DIREITO DO CONSUMIDOR - Responsabilidade do Fornecedor - Rescisão do contrato e devolução do dinheiro

SUSTENTAÇÃO ORAL

Dr(a). **TAIS BORJA GASPARIAN**, pela parte RECORRENTE: UNIVERSO ON LINE - UOL

CERTIDÃO

Certifico que a egrégia TERCEIRA TURMA, ao apreciar o processo em epígrafe na sessão realizada nesta data, proferiu a seguinte decisão:

A Terceira Turma, por unanimidade, deu provimento ao recurso especial, nos termos do voto da Sra. Ministra Relatora.

Os Srs. Ministros Paulo de Tarso Sanseverino, Ricardo Villas Bôas Cueva, Marco Aurélio Bellizze (Presidente) e Moura Ribeiro votaram com a Sra. Ministra Relatora.