



SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

RECURSO ESPECIAL Nº 2102442 - GO (2023/0110115-9)

RELATORA : **MINISTRA NANCY ANDRIGHI**
R.P/ACÓRDÃO : **MINISTRO RICARDO VILLAS BÔAS CUEVA**
RECORRENTE : MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE GOIÁS
RECORRIDO : WEBMOTORS S.A
ADVOGADOS : LUÍS HENRIQUE ALVES SOBREIRA MACHADO - DF028512
LEONARDO RAMOS GONÇALVES - DF028428
MARCOS VON GLEHN HERKENHOFF - DF028437

EMENTA

RECURSO ESPECIAL. DIREITO PROCESSUAL CIVIL. DIREITO DO CONSUMIDOR. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. ART. 1.022 DO CÓDIGO DE PROCESSO CIVIL. VIOLAÇÃO. NÃO CONFIGURAÇÃO. SERVIÇO DE CLASSIFICADOS. OFERTA À VENDA DE VEÍCULOS AUTOMOTORES. PUBLICAÇÃO NA INTERNET. INEXATIDÃO DOS PREÇOS INDICADOS. RESPONSABILIDADE DOS TERCEIROS ANUNCIANTES. PROVEDOR DE CONTEÚDO. CADEIA DE FORNECIMENTO DOS VEÍCULOS ANUNCIADOS. NÃO INCLUSÃO.

1. Ação civil pública que veicula a pretensão de impor ao provedor de conteúdo responsável pela administração de página eletrônica de serviço de classificados regramento próprio para a publicação de anúncios de venda de veículos automotores, contratados por terceiros, com a indicação precisa de preços e condições de pagamento dos bens ali ofertados.
2. Recurso especial interposto contra acórdão que concluiu pela improcedência dos pedidos veiculados pelo órgão ministerial.
3. Ao publicar anúncios por meio de site especializado no serviço de classificados o provedor de conteúdo atua como mero divulgador de ofertas elaboradas por terceiros, não assumindo, por isso, a condição de fornecedor dos produtos (no caso, automóveis novos e usados) anunciados ao público em geral.
4. O provedor de conteúdo responsável pela publicação de página eletrônica de classificados na internet não responde por eventual inexatidão na indicação - promovida por terceiros anunciantes, contratantes de seus serviços - de preços e condições de pagamento dos bens ali ofertados, sendo descabido transferir-lhe, em casos tais, o dever de informação a que se refere o Código de Defesa do Consumidor.
5. Recurso especial não provido.

ACÓRDÃO

Vistos e relatados estes autos em que são partes as acima indicadas, acordam os Ministros da TERCEIRA TURMA do Superior Tribunal de Justiça, prosseguindo no julgamento, após a renovação dos votos anteriormente proferidos e o voto-desempate do Sr. Ministro Marco Aurélio Bellizze, por maioria, negar provimento ao recurso especial, nos termos do voto do Sr. Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva, que lavrará o acórdão.

Votaram vencidos os Srs. Ministros Nancy Andrighi e Humberto Martins (Presidente).

Votaram com o Sr. Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva os Srs. Ministros

Marco Aurélio Bellizze e Moura Ribeiro.

Brasília, 14 de maio de 2024.

Ministro RICARDO VILLAS BÔAS CUEVA
Relator



SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

RECURSO ESPECIAL Nº 2102442 - GO (2023/0110115-9)

RELATORA : **MINISTRA NANCY ANDRIGHI**
RECORRENTE : MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE GOIÁS
RECORRIDO : WEBMOTORS S.A
ADVOGADOS : LUÍS HENRIQUE ALVES SOBREIRA MACHADO - DF028512
LEONARDO RAMOS GONÇALVES - DF028428
MARCOS VON GLEHN HERKENHOFF - DF028437

EMENTA

DIREITO CIVIL E CONSUMIDOR. RECURSO ESPECIAL. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. NEGATIVA DE PRESTAÇÃO JURISDICIONAL. AUSÊNCIA. E-COMMERCE. PROVEDOR DE CONTEÚDO. PLATAFORMA. CLASSIFICADOS. FORNECEDOR DE PRODUTOS E SERVIÇOS. JURISPRUDÊNCIA DESTA CORTE NO SENTIDO DE QUE NÃO RESPONDE POR DEFEITOS E VÍCIOS NA TRANSAÇÃO. NADA OBSTANTE, TEM O DEVER DE ADEQUAR OS ANÚNCIOS ÀS NORMAS CONSUMERISTAS APÓS CIENTIFICA DE IRREGULARIDADES.

1. Ação civil pública ajuizada em 11/11/2019, da qual foi extraído o presente recurso especial, interposto em 25/11/2022 e concluso ao gabinete em 16/10/2023.

2. O propósito recursal consiste em decidir se a empresa que disponibiliza plataforma online de anúncios publicitários (I) deve ser considerada fornecedora de serviços; (II) responde por danos aos consumidores decorrentes de defeito ou vício nas transações realizadas; e (III) tem o dever de adequar os anúncios às normas consumeristas após cientificada de irregularidades.

3. Não há ofensa aos arts. 489 e 1.022 do CPC quando o Tribunal de origem examina, de forma fundamentada, a questão submetida à apreciação judicial e na medida necessária para o deslinde da controvérsia, ainda que em sentido contrário à pretensão da parte.

4. O responsável pela plataforma de comércio eletrônico, ao veicular ofertas de produtos, disponibilizando sua infraestrutura tecnológica, assume a posição de fornecedor de serviços. O serviço fornecido consiste na disponibilização do espaço virtual a fim de facilitar a compra e venda de produtos, bem como de contribuir para a contratação de serviços.

5. Jurisprudência desta Corte no sentido de que o site de classificados não se responsabiliza pela prévia fiscalização da origem dos produtos anunciados, pelo descumprimento do contrato eletrônico firmado entre seus usuários ou por eventual fraude cometida, pelos prejuízos causados a consumidores por

vício do produto ou defeito na prestação dos serviços anunciados, e tampouco pelo inadimplemento contratual.

6. Nada obstante, sob a ótica da diligência média que se espera do provedor, é razoável exigir (I) 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*; e (II) que, após cientificado acerca de violação das normas consumeristas, relacionadas à forma de divulgação do anúncio ou ao seu conteúdo, adote medidas para saná-la.

7. A ausência de responsabilidade por eventuais vícios ou defeitos no produto ou serviço anunciado pelo site de classificados não pode permitir que este divulgue informações em absoluto desacordo com o Código de Defesa do Consumidor. O provedor de conteúdo é também fornecedor e, portanto, deve obediência às normas sobre as práticas comerciais, entre as quais se destaca o dever de prestar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados (art. 31 do CDC) e a vedação à publicidade enganosa, que, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, seja capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços (art. 37, § 1º, do CDC).

8. Recurso especial conhecido e provido para reformar o acórdão estadual e determinar que o recorrido adequue as informações disponibilizadas em sua plataforma às normas consumeristas no prazo de 60 (sessenta) dias, inserindo dados sobre valores, à vista e parcelado, e sobre encargos da compra e venda de veículos de maneira clara e ostensiva.

RELATÓRIO

MINISTRA NANCY ANDRIGHI:

Cuida-se de recurso especial interposto por MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE GOIÁS, fundamentado exclusivamente na alínea “a” do permissivo constitucional, contra acórdão do TJGO.

Recurso especial interposto em: 25/11/2022.

Concluso ao gabinete em: 16/10/2023.

Ação: civil pública, ajuizada por MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE GOIÁS em face de WEBMOTOR S.A, por meio do qual pretende (1) “seja a Ré condenada a obrigação de fazer: (i) para que indique, logo na primeira página de pesquisa de preços de produtos relacionados a compra e venda de veículos no site www.webmotors.com.br, o preço à vista, e informações sobre a incidência dos

demais encargos que impliquem no valor final do produto; (ii) nos anúncios do site www.webmotors.com.br, sempre haja a divulgação do preço à vista, isto é, ao lado do preço do produto ofertado, deverá constar, expressamente, os dizeres 'preço à vista'; (iii) informar no site www.webmotors.com.br que, caso o produto adquirido apresente valor divergente no momento em que for realizada a conclusão da compra, deverá prevalecer o menor preço; (iv) cumprir de forma precisa a publicidade veiculada em seu site www.webmotors.com.br, acerca dos produtos ofertados"; e (2) "seja a Ré condenada a reparar os danos materiais e morais causados aos consumidores, considerados em sentido coletivo, no valor mínimo de R\$100.000,00 (cem mil reais), corrigidos e acrescidos de juros" (e-STJ fls. 2-29).

Sentença: o Juízo de primeiro grau julgou procedente a pretensão autoral para determinar: "a) que a requerida indique, logo na primeira página de pesquisa de preços de produtos relacionados a compra e venda de veículos no site www.webmotors.com.br, o preço à vista, e informações sobre a incidência dos demais encargos que impliquem no valor final do produto; b) que haja a divulgação do preço à vista, isto é, ao lado do preço do produto ofertado, deverá constar, expressamente, os dizeres "preço à vista" nos anúncios do site www.webmotors.com.br; c) que a requerida informe no site www.webmotors.com.br que, caso o produto adquirido apresente valor divergente no momento em que for realizada a conclusão da compra, deverá prevalecer o menor preço"; e d) para condenar a requerida ao pagamento de dano moral coletivo no valor de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), devidamente corrigido, revertido para o Fundo de Defesa do Consumidor (e-STJ fl. 403).

Acórdão: o TJGO deu provimento à apelação interposta por WEBMOTOR S.A. a fim de reformar a sentença e julgar improcedentes os pedidos da petição inicial, nos termos da seguinte ementa:

APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. DIVULGAÇÃO DE ANÚNCIOS EM PLATAFORMA VIRTUAL. COMPRA E VENDA DE VEÍCULOS. PUBLICIDADE ENGANOSA. CARÊNCIA DE AÇÃO (ILEGITIMIDADE DO MINISTÉRIO PÚBLICO). PRELIMINAR AFASTADA. RESPONSABILIDADE DO SITE DE ANÚNCIO AFASTADA.

1. Para fins de tutela jurisdicional coletiva, os interesses individuais homogêneos se

classificam como subespécies dos interesses coletivos, previstos no art. 129, inciso III, da Constituição Federal. Precedentes do Supremo Tribunal Federal. Por sua vez, a lei complementar 75/93 (art. 6.º, VII, “a”) e a lei 8.625/93 (art. 25, IV, “a”) legitimam o Ministério Público à propositura de ação civil pública para a defesa de interesses individuais homogêneos, sociais e coletivos.

2. O serviço prestado pela apelante se consubstancia num mecanismo de anúncios disponibilizados em um espaço virtual, semelhante a um serviço de classificados, sem realizar qualquer intermediação entre comprador e vendedor.

3. Não comprovada a responsabilização da empresa apelante pelo conteúdo dos anúncios contidos em sua plataforma virtual e existente o termo de uso com as devidas orientações aos usuários, impõe-se a improcedência dos pedidos contidos na ação civil pública.

4. O Ministério Público não está sujeito ao adiantamento das despesas, nem à condenação destas e das custas se restar vencido na demanda, como ocorreu no caso em tela, tampouco na condenação em honorários advocatícios, ressalvada, apenas, quando demonstrada a má-fé, hipótese não evidenciada na espécie.

APELAÇÃO CÍVEL CONHECIDA E PROVIDA. (e-STJ fls. 479-487).

Embargos de declaração: opostos por MINISTÉRIO PÚBLICO, foram rejeitados.

Recurso especial: aponta violação ao art. 1.022, II, do CPC e arts. 3º, caput e § 2º, e 14 do CDC.

Além da negativa de prestação jurisdicional, sustenta que incide a proteção consumerista à hipótese, uma vez que o recorrido atua como fornecedor ao disponibilizar serviço de intermediação entre consumidor e vendedor, via sítio eletrônico específico.

Refere que os intermediadores, muito embora não atuem de forma imediata nas avenças celebradas entre os usuários, agem mediatamente, aproximando o potencial adquirente daquele que tem um produto a ser alienado e, por consequência, tornam possível a integralização da compra e venda. Inclusive, sustenta que o recorrido, responsável pela página eletrônica, auferir lucro pelas transações realizadas em seu domínio, uma vez que somente disponibiliza os anúncios dos vendedores mediante pagamento de valores de pacotes, além do valor de comissão a ser pago pelo comprador.

Menciona que diversos anúncios são veiculados no site da recorrida em desatenção ao direito básico do consumidor de ter acesso às informações completas sobre o automóvel ofertado, incluindo o exato preço que

potencialmente terá de desembolsar.

Requer o conhecimento e provimento do presente recurso a fim de reformar o acórdão recorrido, obrigando o recorrido a conferir e prestar as informações indicadas da petição inicial de maneira adequada.

Juízo prévio de admissibilidade: o TJ/GO inadmitiu o recurso, dando azo à interposição do ARESp 2.331.212/GO, provido para determinar a conversão em especial (e-STJ fl. 780).

Parecer do MPF: pelo provimento do recurso especial a fim de responsabilizar a recorrida “pelo formato inadequado do anúncio, feito de forma a dificultar a compreensão do consumidor sobre os encargos incidentes na negociação e/ou o preço final do produto comercializado via site” (e-STJ fl. 749).

É o relatório.

VOTO

MINISTRA NANCY ANDRIGHI:

O propósito recursal consiste em decidir se a empresa que disponibiliza plataforma **online** de anúncios publicitários (I) deve ser considerada fornecedora de serviços; (II) responde por danos aos consumidores decorrentes de defeito ou vício nas transações realizadas; e (III) tem o dever de adequar os anúncios às normas consumeristas após identificadas irregularidades.

1. DA AUSÊNCIA DE NEGATIVA DE PRESTAÇÃO JURISDICIONAL

1. É firme a jurisprudência do STJ no sentido de que não há ofensa ao art. 1.022 do CPC quando o Tribunal de origem, aplicando o direito que entende cabível à hipótese, soluciona integralmente a controvérsia submetida à sua apreciação, ainda que de forma diversa daquela pretendida pela parte. A propósito, confira-se: AgInt nos EDcl no ARESp 1.094.857/SC, Terceira Turma, DJe de 2/2/2018 e AgInt no ARESp 1.089.677/AM, Quarta Turma, DJe de 16/2/2018.

2. Na hipótese, o acórdão recorrido decidiu, fundamentada e

expressamente, acerca das questões que lhe foram submetidas, de maneira que os embargos de declaração opostos pelo recorrente, de fato, não comportavam acolhimento. Assim, ausente omissão, contradição, obscuridade ou erro material no acórdão recorrido, não se verifica a alegada violação do art. 1.022 do CPC.

3. Ademais, devidamente analisadas e discutidas as questões de mérito, e fundamentado suficientemente o acórdão recorrido, de modo a esgotar a prestação jurisdicional, não há que se falar em violação do art. 489, § 1º, do CPC.

2. DAS MODALIDADES DE SITES DE COMÉRCIO ELETRÔNICO

4. O comércio eletrônico é utilizado em larga escala pelos consumidores e, ante a proliferação dos dispositivos móveis, se tornou, para muitos, o principal meio de aquisição de bens e serviços. Nesse cenário, os sites de intermediação ou de aproximação têm especial relevância, já que facilitam o contato entre vendedores e compradores em ambiente virtual.

5. Essas modalidades negociais são comumente denominadas de consumo colaborativo e mercado de plataformas pares. Tais vocábulos são empregados “para descrever uma vasta gama de novos modelos de produção e consumo que envolve o intercâmbio comercial de bens e serviços entre pares através de plataformas de internet” (CARVALHO, Diógenes Faria de; CARDOSO, Alysson Godoy. *Protegendo os consumidores em mercados de plataformas de pares-OECD*. Revista de Direito do Consumidor. v. 114/2017, nov.-dez./2017, p. 234).

6. As relações que se formam nas plataformas colaborativas têm caráter triangular. De um lado, há a relação convencionada entre o ofertante e o site de comércio eletrônico; de outro, encontra-se o vínculo formado entre o adquirente do produto ou serviço e o intermediador ou aproximador; há, ainda, a relação entabulada entre o ofertante e o adquirente.

7. Para o Marco Civil da Internet, os sites de **e-commerce** enquadram-se na categoria dos **provedores de conteúdo**, os quais são **responsáveis por**

disponibilizar na rede as informações criadas ou desenvolvidas pelos provedores de informação.

8. Com efeito, 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” (NERY JUNIOR, Nelson. *Plataforma Eletrônica de Vendas. Natureza Jurídica de Prestação de Serviços*. v. 6/2014, pp. 653-704, set./2014, p. 13).

9. Sob essa ótica, decidiu-se que: “a relação da pessoa com o provedor de busca de mercadorias à venda na internet sujeita-se aos ditames do Código de Defesa do Consumidor, ainda que o serviço prestado seja gratuito, por se tratar de nítida relação de consumo, com lucro, direto ou indireto, do fornecedor” (REsp 1.836.349/SP, Terceira Turma, DJe 24/6/2022). No mesmo sentido: REsp 1.836.349/SP, Terceira Turma, julgado em 21/6/2022, DJe 24/6/2022; REsp 2.067.181/PR, Terceira Turma, julgado em 8/8/2023, DJe 15/8/2023; e REsp 1.193.764/SP, Terceira Turma, julgado em 14/12/2010, DJe 8/8/2011.

10. Embora inequívoca a sua qualidade de fornecedores, são diversas as modalidades de sites de comércio eletrônico operantes no mercado de consumo virtual, os quais podem ser assim classificados:

(i) lojas virtuais: o fornecedor utiliza a internet para comercializar seus produtos ou serviços de forma exclusiva ou complementar. Ou seja, o titular do site é o próprio fornecedor;

(ii) compras coletivas: são anunciadas promoções de fornecedores, com a disponibilização de cupons para aquisição, que são trocados por produtos ou serviços junto ao fornecedor anunciante. Como exemplo, pode-se mencionar: www.peixeurbano.com.br.

(iii) **classificados: consiste em um portal no qual os usuários podem anunciar produtos e serviços, mediante a realização de um cadastro prévio, que podem ser adquiridos on-line.** Os sites classificados não comparam preços, apenas **enumeram os anúncios conforme a categoria eleita pelo internauta.** Como exemplo de sites classificados, cita-se: www.estantevirtual.com.br;

(iv) comparadores de preços: buscam na internet as ofertas que estão sendo realizadas em outros sites de e-commerce e listam-nas ao internauta de forma comparativa. O usuário, por meio de link, é direcionado o estabelecimento

virtual do vendedor, por isso o negócio é concretizado fora da plataforma do comparador de preços;

(v) intermediários: comercializam bens de terceiros, que se cadastram previamente em sua base de dados. Os sites intermediários interferem diretamente na negociação entre anunciante e adquirente. Tal interferência pode ser parcial, se o negócio tem início na plataforma eletrônica e termina fora dela, ou total, quando realizado integralmente em seu site. São exemplos de sites intermediadores: www.mercadolivre.com.br. (TEIXEIRA, Tarcísio. Comércio Eletrônico - conforme o marco civil da internet e a regulamentação do e-commerce no Brasil. 1. Ed. Editora Saraiva, 2015, pp. 138-149; SANTOS, Manoel J. Pereira. *Responsabilidade civil dos provedores de conteúdo pelas transações comerciais eletrônicas*. In: *Responsabilidade Civil na Internet e nos demais meios de comunicação*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2012, pp. 146-166) (grifou-se)

11. A modalidade de comércio eletrônico de maior relevância para o deslinde da presente controvérsia corresponde ao **site de classificados**, os quais **se assemelham “aos classificados de jornais e revistas impressas**, televisão e rádio, **pois os negócios são concretizados sem a sua intermediação (fora de sua plataforma)**, uma vez que fornecem os dados do vendedor para o comprador entrar em contato diretamente com o fim de negociarem e concluírem a compra e venda, ou mesmo a troca de bens”

(TEIXEIRA, Tarcísio. *op. cit.*, p. 141).

12. Inclusive, os sites de classificados, em regra, auferem receita somente por meio de anúncios publicitários, não cobrando comissão pelos negócios celebrados (PINHEIRO, Patricia Peck. *Direito digital*. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2021, p. 286).

13. Desse modo, o sistema de responsabilização dos fornecedores que atuam como classificados deve levar em consideração essa peculiaridade, uma vez que sua atividade corresponde à **disponibilização da plataforma** para que os interessados ofertem produtos e serviços por meio de anúncios e negociem os termos que lhes convierem.

3. DA AUSÊNCIA DE RESPONSABILIDADE POR DEFEITOS E VÍCIOS NAS TRANSAÇÕES REALIZADAS FORA DA PLATAFORMA

14. A responsabilidade por eventuais danos exige a comprovação do nexo de causalidade entre a conduta do fornecedor e o evento danoso ao

consumidor. Considerando que os sites de classificados não realizam a intermediação da compra – mas apenas disponibilizam anúncios cujo conteúdo é escolhido por terceiro – não é possível responsabilizá-los por danos decorrentes da transação operada fora da plataforma.

15. Esta Corte já apreciou a temática e decidiu que o **site de classificados não se responsabiliza** (I) **pela prévia fiscalização da origem dos produtos anunciados** (REsp 2.067.181/PR, Terceira Turma, DJe 15/8/2023); (II) **pelo descumprimento do contrato eletrônico firmado entre seus usuários ou por eventual fraude cometida** (REsp 1.836.349/SP, Terceira Turma, DJe 24/6/2022 e AgRg nos EDcl no Ag 1.360.058/RS, Terceira Turma, DJe 27/4/2011); (III) **pelos prejuízos causados a consumidores por vício do produto ou defeito na prestação dos serviços anunciados** (REsp 1.427.314/RS, Terceira Turma, DJe 11/10/2018); (IV) **pelo teor das informações postadas na web por cada usuário** (REsp 1.193.764/SP, relatora Terceira Turma, DJe 8/8/2011.); e tampouco (V) **pelo inadimplemento contratual** (AgInt no AREsp 1.819.064/SP, Quarta Turma, DJe 1/7/2021 e AgInt no AREsp 1.876.861/SP, Terceira Turma, DJe de 23/9/2021).

16. Nada obstante, sob a ótica da diligência média que se espera do provedor, é razoável exigir (I) que mantenha 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 1.383.354/SP, Terceira Turma, DJe 26/9/2013); e (II) que, **após cientificado de violação específica das normas consumeristas, o site de comércio eletrônico adote medidas para saná-la**, conforme se passa a expor.

4. DO DEVER DE INFORMAÇÃO E DE CORREÇÃO DAS INFORMAÇÕES VEICULADAS NOS ANÚNCIOS DISPONIBILIZADOS NAS PLATAFORMAS VIRTUAIS

17. Por certo, a ausência de responsabilidade por eventuais vícios ou defeitos no produto ou serviço anunciado pelo site de classificados não pode

permitir que este divulgue informações em absoluto desacordo com as normativas do Código de Defesa do Consumidor.

18. Recorde-se que o provedor de conteúdo é também fornecedor, nos termos do art. 3º do CDC e, portanto, deve obediência às normas sobre as práticas comerciais, entre as quais se destaca o dever de prestar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados (art. 31 do CDC). Do mesmo modo, lhe é vedada a publicidade enganosa, isto é, aquela que, por qualquer modo, mesmo por omissão, seja capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços (art. 37, § 1º, do CDC).

19. Inclusive, o art. 2º do Decreto 7.962/2013, que regulamenta a contratação no comércio eletrônico, dispõe o seguinte:

Art. 2º Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para oferta ou conclusão de contrato de consumo devem disponibilizar, **em local de destaque e de fácil visualização, as seguintes informações:**

I - nome empresarial e número de inscrição do fornecedor, quando houver, no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda;

II - endereço físico e eletrônico, e demais informações necessárias para sua localização e contato;

III - características essenciais do produto ou do serviço, incluídos os riscos à saúde e à segurança dos consumidores;

IV - **discriminação, no preço, de quaisquer despesas adicionais ou acessórias, tais como as de entrega ou seguros;**

V - **condições integrais da oferta, incluídas modalidades de pagamento, disponibilidade, forma e prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto;** e

VI - **informações claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições à fruição da oferta.**

20. Não se olvide que o direito do consumidor à informação e o correlato dever do fornecedor de informá-lo decorrem do **princípio da boa-fé objetiva** (MARTINS-COSTA, Judith. *A boa-fé no direito privado. Sistema e tópica no processo obrigacional*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 1999, p. 381).

21. Por oportuno, confira-se a lição de Bruno Miragem sobre o tema:

“[...] não basta para atendimento do dever de informar pelo fornecedor que as informações consideradas relevantes sobre o produto ou serviço, sejam transmitidas ao consumidor. É necessário que esta informação seja transmitida de modo adequado, eficiente, ou seja, de modo que seja percebida ou pelo menos perceptível ao consumidor. A eficácia do direito à informação do consumidor não se satisfaz com o cumprimento formal do dever de indicar dados e demais elementos informativos, sem o cuidado ou a preocupação de que estejam sendo devidamente entendidos pelos destinatários destas informações. Incide neste aspecto, de modo combinado ao dever de informar, outros deveres anexos decorrentes da boa-fé objetiva, como o dever de colaboração e de respeito à contraparte. Trata-se, neste sentido, de um dever de informar com veracidade, como projeção sobre as relações de consumo do direito fundamental de acesso à informação (artigo 5º, XIV, da Constituição), que pode se considerar mesmo como fundamento de um direito difuso à informação verdadeira. Isto implicará, igualmente, o dever de abstenção do fornecedor em dar causa a obstáculos que impeçam ou dificultem o acesso à informação, tais como a exigência de submissão do consumidor a procedimentos complexos (preenchimento de formulários extensos), excessivamente burocráticos, ou mesmo a cobrança de taxas pelo uso de serviço de informações, cujo conteúdo é inerente à execução do contrato e insere-se no dever de boa-fé do fornecedor. [...] O direito à informação do consumidor, como referimos acima, é, por sua natureza, multifacetado. Isto porque, seu conteúdo e eficácia apresentam-se de diferentes modos, conforme a situação de fato ou de direito sob enfoque. Em todas estas situações, todavia, percebe-se dentre os requisitos da informação transmitida ao consumidor, que a mesma seja adequada e veraz. O significado de adequação remete ao de finalidade. Ou seja, será adequada a informação apta a atingir os fins que se pretende alcançar com a mesma, o que no caso é o esclarecimento do consumidor. Em uma relação contratual, o conteúdo da informação adequada deve abranger essencialmente: a) as condições da contratação; b) as características dos produtos ou serviços objetos da relação de consumo; c) eventuais consequências e riscos da contratação. Na ausência de contrato, o dever de informar assume caráter mais difuso, mas nem por isso menos preciso. É o caso da publicidade, que na medida em que conta também com eficácia vinculativa de natureza contratual (artigo 30 do CDC), deverá oferecer informação precisa, clara e objetiva (artigo 31), assim como apresentar-se ao consumidor com seu caráter promocional e publicitário, em acordo com o princípio da identificação (integra o dever de informar do fornecedor o de identificar uma publicidade como tal, não a disfarçando ou ocultando sob a forma de informação desinteressada). (MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 6. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019).

22. Assim, embora não se responsabilize pelos vícios e defeitos decorrentes da contratação, o provedor de conteúdo precisa garantir que as informações disponibilizadas em seu sítio eletrônico estejam em consonância com o ordenamento jurídico.

23. Para tanto, é importante observar, em um primeiro momento, que a **forma** como veiculado o anúncio deve ser suficientemente clara e precisa. Desse

modo, se o próprio provedor organiza a disposição do conteúdo, fornecido por terceiro, em sua plataforma, deve fazê-lo de modo a respeitar as normativas consumeristas, evitando que informações essenciais sobre o produto ou serviço estejam dispostas em letras menores ou de maneira insuficiente.

24. Por outro lado, é possível que o provedor apenas franqueie o acesso à plataforma, sem ingerência sobre o modo de disposição das informações, que fica a critério exclusivo do anunciante. Nessa situação, o fornecedor também não pode se quedar inerte às violações consumeristas, mas o **dever jurídico de corrigir eventuais irregularidades exsurge quando delas toma ciência**, seja pelos demais usuários da plataforma, seja pelos órgãos de controle e defesa dos consumidores.

25. Desse modo, quando ciente de que determinado conteúdo – ou a maneira de disposição desse conteúdo – está em desacordo com o Código de Defesa do Consumidor, **o site de e-commerce tem o dever de corrigi-lo imediatamente, quando possível, ou, no mínimo, impor ao expositor que o corrija, sob pena de retirada do anúncio irregular.**

5. DA HIPÓTESE SOB JULGAMENTO

26. No particular, resta incontroverso que a atividade desenvolvida por WEBMOTORS (recorrido) é **análoga** àquela desempenhada pelo site de classificados (e-STJ fl. 484). Quanto ao dever de informação, o Juízo de origem consignou que o recorrido “permite anúncio de produtos com preços abaixo do valor de mercado com divergência de valores da vinculação da oferta, **induzindo os consumidores a erro**”, *in verbis*:

“No caso em tela, os documentos acostados na inicial demonstram que **a requerida permite anúncio de produtos com preços abaixo do valor de mercado com divergência de valores da vinculação da oferta, induzindo os consumidores a erro.**

Nota-se que no anúncio publicado no site www.webmotors.com.br é divulgado o preço do veículo "Fiat Mobi no valor de R\$ 26.306,00, no entanto, na parte inferior do site, onde são apresentadas "observações do vendedor", em letras bem menores tema informação de que o valor real é o preço anunciado mais R\$ 5.000,00.

A informação correta e clara sobre produtos é elemento obrigatório da

oferta, conforme determinado no artigo 31 do Código de Defesa do Consumidor.” (e-STJ fl. 401)

27. A pretensão do recurso especial do MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE GOIAS é a condenação do recorrido em **obrigação de fazer**, consistente na **cessação “da veiculação de anúncios sem informação correta ao consumidor acerca do verdadeiro preço dos produtos anunciados”** (e-STJ fl. 554). Isto é, requer que o recorrido “indique, logo na primeira página de pesquisa de preços de produtos relacionados a compra e venda de veículos no site www.webmotors.com.br, o preço à vista, e informações sobre a incidência dos demais encargos que impliquem no valor final do produto” e que, “nos anúncios do site www.webmotors.com.br, sempre haja a divulgação do preço à vista, isto é, ao lado do preço do produto ofertado, deverá constar, expressamente, os dizeres ‘preço à vista’ (e-STJ fl. 28).

28. A pretensão, portanto, apenas envolve o dever do recorrido de prestar informações de maneira adequada. Não se discute, frisa-se, qualquer dano decorrente de eventual defeito ou vício na compra, bem como não houve impugnação do trecho da sentença que afastou a condenação por danos morais coletivos.

29. Dito isso, sendo inequívocas **(I)** a existência de irregularidades no modo de divulgação dos anúncios do recorrido, conforme assentado pelas instâncias ordinárias, e **(II)** a ciência do recorrido acerca das violações mencionadas, é dever da plataforma readequá-los, a fim de proporcionar maior transparência ao consumidor.

30. Logo, deve ser provido o recurso especial a fim de determinar que o recorrido ajuste as informações disponibilizadas em sua plataforma às normas consumeristas no prazo de 60 (sessenta) dias, sobretudo a fim de indicar, na página relacionada à compra e venda de veículos no site www.webmotors.com.br, o preço à vista, e informações sobre a incidência dos demais encargos que modifiquem o valor final do produto.

6. DISPOSITIVO

Forte nessas razões, CONHEÇO do recurso especial e DOU-LHE PROVIMENTO para reformar o acórdão estadual e determinar que o recorrido adeque as informações disponibilizadas em sua plataforma às normas consumeristas no prazo de 60 (sessenta) dias, inserindo dados sobre valores, à vista e parcelado, e sobre encargos da compra e venda de veículos de maneira clara e ostensiva.

Deixo de majorar os honorários sucumbenciais, pois incabível na espécie (e-STJ fl. 486).

**CERTIDÃO DE JULGAMENTO
TERCEIRA TURMA**

Número Registro: 2023/0110115-9

PROCESSO ELETRÔNICO REsp 2.102.442 / GO

Números Origem: 565326798 56532679820198090051

PAUTA: 12/12/2023

JULGADO: 12/12/2023

Relatora

Exma. Sra. Ministra **NANCY ANDRIGHI**

Presidente da Sessão

Exmo. Sr. Ministro RICARDO VILLAS BÔAS CUEVA

Subprocuradora-Geral da República

Exma. Sra. Dra. MARIA IRANEIDE OLINDA SANTORO FACCHINI

Secretária

Bela. MARIA AUXILIADORA RAMALHO DA ROCHA

AUTUAÇÃO

RECORRENTE : MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE GOIÁS
RECORRIDO : WEBMOTORS S.A
ADVOGADOS : LUÍS HENRIQUE ALVES SOBREIRA MACHADO - DF028512
LEONARDO RAMOS GONÇALVES - DF028428
MARCOS VON GLEHN HERKENHOFF - DF028437

ASSUNTO: DIREITO DO CONSUMIDOR - Oferta e Publicidade

SUSTENTAÇÃO ORAL

Dr. MARCOS VON GLEHN HERKENHOFF, pela recorrida WEBMOTORS S.A

Dra. MARIA IRANEIDE OLINDA SANTORO FACCHINI, pelo Ministério Público Federal

CERTIDÃO

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

Após o voto da Sra. Ministra Nancy Andrighi, conhecendo do recurso especial e dando-lhe provimento, pediu vista antecipada o Sr. Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva. Aguardam os Srs. Ministros Humberto Martins e Moura Ribeiro. Ausente, justificadamente, o Sr. Ministro Marco Aurélio Bellizze.



SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

RECURSO ESPECIAL Nº 2102442 - GO (2023/0110115-9)

RELATORA : **MINISTRA NANCY ANDRIGHI**
RECORRENTE : MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE GOIÁS
RECORRIDO : WEBMOTORS S.A
ADVOGADOS : LUÍS HENRIQUE ALVES SOBREIRA MACHADO - DF028512
LEONARDO RAMOS GONÇALVES - DF028428
MARCOS VON GLEHN HERKENHOFF - DF028437

VOTO-VISTA

VENCEDOR

RECURSO ESPECIAL. DIREITO PROCESSUAL CIVIL. DIREITO DO CONSUMIDOR. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. ART. 1.022 DO CÓDIGO DE PROCESSO CIVIL. VIOLAÇÃO. NÃO CONFIGURAÇÃO. SERVIÇO DE CLASSIFICADOS. OFERTA À VENDA DE VEÍCULOS AUTOMOTORES. PUBLICAÇÃO NA INTERNET. INEXATIDÃO DOS PREÇOS INDICADOS. RESPONSABILIDADE DOS TERCEIROS ANUNCIANTES. PROVEDOR DE CONTEÚDO. CADEIA DE FORNECIMENTO DOS VEÍCULOS ANUNCIADOS. NÃO INCLUSÃO.

1. Ação civil pública que veicula a pretensão de impor ao provedor de conteúdo responsável pela administração de página eletrônica de serviço de classificados regramento próprio para a publicação de anúncios de venda de veículos automotores, contratados por terceiros, com a indicação precisa de preços e condições de pagamento dos bens ali ofertados.
2. Recurso especial interposto contra acórdão que concluiu pela improcedência dos pedidos veiculados pelo órgão ministerial.
3. Ao publicar anúncios por meio de site especializado no serviço de classificados o provedor de conteúdo atua como mero divulgador de ofertas elaboradas por terceiros, não assumindo, por isso, a condição de fornecedor dos produtos (no caso, automóveis novos e usados) anunciados ao público em geral.
4. O provedor de conteúdo responsável pela publicação de página eletrônica de classificados na internet não responde por eventual inexatidão na indicação - promovida por terceiros anunciantes, contratantes de seus serviços - de preços e condições de pagamento dos bens ali ofertados, sendo descabido transferir-lhe, em casos tais, o dever de informação a que se refere o Código de Defesa do Consumidor.
5. Recurso especial não provido.

O EXMO. SR. MINISTRO RICARDO VILLAS BÔAS CUEVA: Pedi vista dos autos para melhor compreensão da controvérsia.

Trata-se de recurso especial interposto pelo MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE GOIÁS (e-STJ fls. 542/558), com fulcro no art. 105, inciso III, alínea "a", da Constituição Federal, contra o acórdão prolatado pelo Tribunal de Justiça do Estado de Goiás nos autos de ação civil pública promovida pela ora recorrente em

desfavor de WEBMOTORS S.A.

Consta dos autos que, em novembro de 2019, o Ministério Público estadual ora recorrente ajuizou ação a civil pública que deu origem aos presentes autos, com o propósito de defender direitos do público consumidor da suposta prática, pela empresa ora requerida, de publicação de publicidade enganosa.

Na inicial, restou alegado, em síntese, que a empresa então demandada permitiria que fossem publicados em seu site (*www.webmotors.com.br*), por terceiros usuários, anúncios de veículos automotores com a indicação, na página inicial, de preços inferiores aqueles que, no corpo do texto e em "*letras miúdas*", seriam os realmente praticados.

Ao final, o ora recorrente formulou pedido para que:

"(...) seja a Ré condenada a obrigação de fazer:

(i) para que indique, logo na primeira página de pesquisa de preços de produtos relacionados a compra e venda de veículos no site www.webmotors.com.br, o preço à vista, e informações sobre a incidência dos demais encargos que impliquem no valor final do produto;

(ii) nos anúncios do site www.webmotors.com.br, sempre haja a divulgação do preço à vista, isto é, ao lado do preço do produto ofertado, deverá constar, expressamente, os dizeres 'preço à vista';

(iii) informar no site www.webmotors.com.br que, caso o produto adquirido apresente valor divergente no momento em que for realizada a conclusão de compra, deverá prevalecer o menor preço;

(iv) cumprir de forma precisa a publicidade veiculada em seu site www.webmotors.com.br, acerca dos produtos ofertados, nos termos dos artigos 30 e 35 do CDC, sob pena de multa diária de R\$ 10.000,00 (dez mil reais)" (e-STJ fl. 28).

Pugnou, também, pela condenação da ora recorrida a "*reparar os danos materiais e morais causados aos consumidores, considerados em sentido coletivo, no valor mínimo de 100.000,00 (cem mil reais), corrigidos e acrescidos de juros*" (e-STJ fl. 28).

O juízo de primeiro grau julgou procedentes os pedidos formulados na inicial, condenando a parte vencida ao pagamento de indenização, por danos morais coletivos, no valor de R\$ 50.000,00, a ser corrigido monetariamente, acrescido de juros de mora e revertido para o Fundo de Defesa do Consumidor.

Inconformada, a ora recorrida interpôs recurso de apelação (e-STJ fls. 408/427).

O TJ/GO, por unanimidade de votos dos integrantes de sua Primeira Câmara Cível, deu provimento ao apelo para, reformando a sentença, **julgar improcedentes** os pedidos contidos na inicial. Eis a ementa do aresto na oportunidade exarado:

"APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. DIVULGAÇÃO DE ANÚNCIOS EM PLATAFORMA VIRTUAL. COMPRA E VENDA DE VEÍCULOS. PUBLICIDADE ENGANOSA. CARÊNCIA DE AÇÃO (ILEGITIMIDADE DO MINISTÉRIO PÚBLICO). PRELIMINAR AFASTADA. RESPONSABILIDADE DO SITE DE ANÚNCIO AFASTADA.

1. Para fins de tutela jurisdicional coletiva, os interesses individuais

homogêneos se classificam como subespécies dos interesses coletivos, previstos no art. 129, inciso III, da Constituição Federal. Precedentes do Supremo Tribunal Federal. Por sua vez, a lei complementar 75/93 (art. 6.º, VII, “a”) e a lei 8.625/93 (art. 25, IV, “a”) legitimam o Ministério Público à propositura de ação civil pública para a defesa de interesses individuais homogêneos, sociais e coletivos.

2. O serviço prestado pela apelante se consubstancia num mecanismo de anúncios disponibilizados em um espaço virtual, semelhante a um serviço de classificados, sem realizar qualquer intermediação entre comprador e vendedor.

3. Não comprovada a responsabilização da empresa apelante pelo conteúdo dos anúncios contidos em sua plataforma virtual e existente o termo de uso com as devidas orientações aos usuários, impõe-se a improcedência dos pedidos contidos na ação civil pública.

4. O Ministério Público não está sujeito ao adiantamento das despesas, nem à condenação destas e das custas se restar vencido na demanda, como ocorreu no caso em tela, tampouco na condenação em honorários advocatícios, ressalvada, apenas, quando demonstrada a má-fé, hipótese não evidenciada na espécie.

APELAÇÃO CÍVEL CONHECIDA E PROVIDA" (e-STJ fl. 481).

Os embargos de declaração opostos ao referido julgado (e-STJ fls.495/502) foram rejeitados (e-STJ fls. 518/534).

Daí a interposição do recurso especial ora em exame, por meio do qual o Ministério Público do Estado de Goiás aponta a existência de violação do art. 1.022, inciso II, do Código de Processo Civil bem como dos arts. 3º, *caput* e § 2º, e 14 do Código de Defesa do Consumidor.

Assevera o recorrente, nesse particular, que, ao rejeitar seus aclaratórios sem sanear as omissões apontadas em tal via recursal a Corte de origem incorreu em negativa de prestação jurisdicional.

Quanto ao cerne da controvérsia propriamente dito, tenta convencer esta Corte Superior de que: **(i)** ao contrário do que decidiu a Corte estadual, o serviço de intermediação prestado pela empresa ora recorrida implica seu enquadramento no conceito de fornecedor de que trata o artigo 3º, *caput* e § 2º, do CDC, atraindo, por isso, a regulamentação prevista na referida norma protetiva, e **(ii)** seria objetiva a responsabilidade da demandada pela lisura das informações relativas ao preço dos produtos anunciados por terceiros em seu site.

Apresentadas as contrarrazões (e-STJ fls. 669/685), o apelo nobre recebeu crivo negativo em exame prévio de admissibilidade (e-STJ fls. 688/690), ascendendo a esta Corte Superior em virtude do que decidido no julgamento do AREsp nº 2.331.212/GO (e-STJ fl. 708).

Levado o feito a julgamento, pela egrégia Terceira Turma, em 12/12/2023, após a prolação do voto da Relatora, Ministra Nancy Andrighi, conhecendo do recurso especial e **dando-lhe provimento**, pedi vista dos autos e ora apresento meu voto.

É o relatório.

A controvérsia recursal restringe-se a definir **(i)** se restou configurada a aludida ofensa ao art. 1.022 do CPC; **(ii)** se, no desempenho de sua atividade empresarial, a recorrida assume a condição de fornecedora de que trata o art. 14 do

CDC e, por isso, deve responder objetivamente por imprecisões no conteúdo publicado por terceiros e veiculado através de sua plataforma virtual de anúncios com oferta de automóveis à venda (site www.webmotors.com.br).

No voto que apresentou a esta Turma julgadora na sessão de 12/12/2023, a Relatora do feito, Ministra Nancy Andrighi, concluiu **(i)** pela **não ocorrência** da aludida negativa de prestação jurisdicional por parte da Corte local e **(ii)** pela existência do dever da ora recorrida, na condição de **fornecedora** de serviço análogo ao de "classificados" em site de comércio eletrônico, de **veicular informações corretas a respeito do preço dos produtos ali anunciados por terceiros**.

Nessa esteira, concluiu a Relatora pelo provimento do recurso especial do Ministério Público de Goiás para

"(...) reformar o acórdão estadual e determinar que o recorrido adeque as informações disponibilizadas em sua plataforma às normas consumeristas no prazo de 60 (sessenta) dias, inserindo dados sobre valores, à vista e parcelado, e sobre encargos da compra e venda de veículos de maneira clara e ostensiva" (pág. 17 do voto).

Adiro apenas em pequena parte às conclusões da Relatora, visto que também não vislumbro, no caso, a suscitada negativa de prestação jurisdicional.

Peço vênia, todavia, para divergir quanto à questão central da presente controvérsia, por entender ser **manifestamente improcedente o pedido formulado na inicial** e, conseqüentemente, não ser possível responsabilizar o prestador do serviço de divulgação de "classificados" de automóveis em ambiente virtual por eventuais imprecisões ali veiculadas nos anúncios feitos por seus terceiros usuários.

Oportuno esclarecer, de início, que não se pretende aqui infirmar a muito bem lançada conclusão da Relatora no sentido de que *"o responsável pela plataforma de comércio eletrônico, ao veicular ofertas de produtos, disponibilizando sua infraestrutura tecnológica, assume a posição de fornecedor de serviços"* (pág. 9 do voto).

Não se pode perder de vista, porém, que o cerne da controvérsia recursal ora em apreço não reside em definir se é possível atribuir à ora recorrida, em virtude da atividade empresarial por ela desempenhada, a condição de fornecedora a que se refere o art. 14 do CDC.

Em verdade, o fato de se reconhecer a recorrente como fornecedora, nos termos do referido dispositivo legal, não altera em absolutamente nada as conclusões da Corte local de que o serviço por ela prestado *"não inclui participação efetiva na compra e venda de veículos"*, mas *"mera disponibilização do espaço virtual para anúncios"* (e-STJ fl. 484) de terceiros, e de que, por isso, bem como por restar demonstrado nos autos que a recorrida *"toma todas as precauções para evitar anúncios que não espelha a realidade"* (e-STJ fl. 486), não poderia se estender a ela a responsabilidade pelo conteúdo veiculado por ação exclusiva de seus anunciantes.

Com efeito, é incontroverso que, por meio de seu site na internet

(www.webmotors.com.br), que possui abrangência nacional, a ora recorrida oferece ao público consumidor uma espécie de catálogo de "classificados" online voltado à divulgação de anúncios, produzidos por terceiros (pessoas físicas e jurídicas), com oferta de veículos automotores (novos e usados) à venda.

Ocorre que, o que cumpre a esta Corte nesta via recursal é investigar se resta configurada falha na prestação desse serviço de "classificados" oferecido pela recorrida, quando constatado que um terceiro anunciante, contratante de seus serviços, tenha deixado de incluir (no conteúdo do reclame por ele exclusivamente elaborado) informações precisas a respeito do bem ali anunciado, especialmente no que diz respeito ao seu real preço de venda.

Nesse aspecto, tenho que nenhum reparo merece o acórdão recorrido, sendo certo que, **não há falar, no caso em apreço, em ofensa aos arts. 3º, caput e § 2º, e 14 do CDC**. Isso porque, constitui verdadeiro equívoco presumir que, pelo simples fato de a ora recorrida prestar o serviço de publicação de "classificados", seria ela considerada integrante da própria cadeia de fornecimento dos produtos que, através de seu site, seriam por terceiros usuários anunciados.

Impõe-se anotar, que esta Corte Superior já reconheceu que **o administrador de página eletrônica de "classificados" não pode ser responsabilizado pelo descumprimento do contrato eletrônico firmado entre seus usuários ou por eventual fraude cometida por um deles**, pois em casos tais, não atua na intermediação dos negócios jurídicos efetivamente celebrados, que são concluídos a partir da negociação direta havida entre o fornecedor (do bem anunciado) e o consumidor.

Nessa esteira:

*"RECURSO ESPECIAL. AÇÃO DE RESTITUIÇÃO DE QUANTIA PAGA C.C. REPARAÇÃO POR DANOS MORAIS E MATERIAIS. COMPRA E VENDA DE VEÍCULO NA PLATAFORMA "OLX". **FRAUDE COMETIDA PELO SUPOSTO FORNECEDOR. SOCIEDADE EMPRESARIAL QUE ATUOU COMO MERO SITE DE CLASSIFICADOS, DISPONIBILIZANDO A BUSCA DE MERCADORIAS E SERVIÇOS NA INTERNET, SEM QUALQUER INTERMEDIÇÃO NOS NEGÓCIOS JURÍDICOS CELEBRADOS. AUSÊNCIA DE RESPONSABILIDADE. CULPA EXCLUSIVA DA VÍTIMA E DE TERCEIROS CARACTERIZADA. ACÓRDÃO RECORRIDO MANTIDO. RECURSO ESPECIAL DESPROVIDO.***

1. A controvérsia posta nos autos cinge-se em saber se a sociedade empresarial que disponibiliza espaço para anúncios virtuais de mercadorias e serviços (no caso, a plataforma "OLX") faz parte da cadeia de consumo e, portanto, deverá ser responsabilizada por eventuais fraudes cometidas pelos usuários.

2. A relação da pessoa com o provedor de busca de mercadorias à venda na internet sujeita-se aos ditames do Código de Defesa do Consumidor, ainda que o serviço prestado seja gratuito, por se tratar de nítida relação de consumo, com lucro, direto ou indireto, do fornecedor.

*3. Não obstante a evidente relação de consumo existente, **a sociedade recorrida responsável pela plataforma de anúncios "OLX", no presente caso, atuou como mera página eletrônica de "classificados", não podendo, portanto, ser responsabilizada pelo descumprimento do contrato eletrônico firmado entre seus usuários ou por eventual***

fraude cometida, pois não realizou qualquer intermediação dos negócios jurídicos celebrados na respectiva plataforma, visto que as contratações de produtos ou serviços foram realizadas diretamente entre o fornecedor e o consumidor.

4. Ademais, na hipótese, os autores, a pretexto de adquirirem um veículo "0 km", por meio da plataforma online "OLX", efetuaram o depósito de parte do valor na conta de pessoa física desconhecida, sem diligenciar junto à respectiva concessionária acerca da veracidade da transação, circunstância que caracteriza nítida culpa exclusiva da vítima e de terceiros, apta a afastar eventual responsabilidade do fornecedor.

5. Recurso especial desprovido."

(REsp nº 1.836.349/SP, relator Ministro Marco Aurélio Bellizze, Terceira Turma, julgado em 21/6/2022, DJe de 24/6/2022 - grifou-se).

Frise-se, também, que o serviço em tela não difere, pelo menos quanto a sua essência, do tradicional serviço de publicação de anúncios em cadernos de classificados constantes de periódicos jornalísticos impressos, e sobre essa modalidade de serviço a Terceira Turma também já teve a oportunidade de decidir:

"RECURSO ESPECIAL. DIREITO DO CONSUMIDOR. DIREITO PROCESSUAL CIVIL. ART. 535 DO CPC/1973. VIOLAÇÃO. NÃO OCORRÊNCIA. JULGAMENTO CITRA PETITA. NÃO CONFIGURAÇÃO. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. PRETENSÃO DE NATUREZA INIBITÓRIA. JORNAL. ANÚNCIOS EM SEÇÃO DE CLASSIFICADOS. COTAS CONTEMPLADAS DE CONSÓRCIO. OFERTA. CONDIÇÕES EDITORIAIS. IMPOSIÇÃO. NÃO CABIMENTO. AUSÊNCIA DE PREVISÃO LEGAL. CONTEÚDO DOS ANÚNCIOS. RESPONSABILIDADE EXCLUSIVA DO ANUNCIANTE.

1. Recurso especial interpostos contra acórdão publicado na vigência do Código de Processo Civil de 1973 (Enunciados Administrativos nºs 2 e 3/STJ).

2. Ação civil pública que veicula a pretensão de impor à editora jornalística regramento próprio para a publicação de anúncios, contratados por terceiros, com a oferta de cotas de consórcio supostamente contempladas na seção de classificados de seus jornais.

3. Ao publicar anúncios em caderno de classificados, a empresa jornalística atua como mera divulgadora de ofertas elaboradas por terceiros, não assumindo, por isso, a condição de fornecedora dos produtos e/ou serviços que ali são efetivamente oferecidos por seus anunciantes.

4. A editora responsável pela publicação de jornais não responde objetivamente pela reparação de eventuais prejuízos causados a consumidores por vício do produto ou defeito na prestação de serviços anunciados na seção de classificados dos referidos periódicos, sendo completamente descabido pretender inseri-la na cadeia de fornecimento de seus anunciantes.

5. O comércio de cotas de consórcio contempladas é lícito e passível de ser levado a efeito tanto pelas próprias administradoras de consórcio (que devem possuir autorização do Banco Central para expedir cartas de crédito) quanto pelos particulares titulares das respectivas cotas.

6. No caso, os anúncios questionados pelo Parquet e que justificariam a imposição ao veículo de comunicação de condições não previstas em lei para sua publicação são, de fato, redigidos de forma simples e vaga, remetendo o leitor ao contato telefônico direto com o eventual anunciante. Tais características, todavia, são próprias desse tipo de informe publicitário, não revelando nenhuma ilicitude merecedora da intervenção pretendida na inicial.

7. Recurso especial provido."

(REsp nº 1.427.314/RS, relatora Ministra Nancy Andrigli, relator para acórdão Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva, Terceira Turma, julgado em

O fato de a divulgação dos anúncios de terceiros, na espécie, se dar em ambiente virtual não infirma em absolutamente nada os fundamentos pelos quais este órgão colegiado julgador esposou a orientação de que não se pode inserir a "editora" ou, no caso, a provedora de conteúdo que administra site de "classificados", na cadeia de fornecimento dos serviços prestados por seus anunciantes.

Ora, **se é certo que a recorrida, nessa situação, não responde objetivamente pela reparação de eventuais prejuízos causados a consumidores por eventual vício do produto ou defeito na prestação de serviços anunciados em sua plataforma eletrônica de "classificados", com muito mais razão é de se reconhecer o equívoco de se transferir para ela obrigações decorrentes do dever de informação. Afinal, obrigações dessa natureza são de responsabilidade exclusiva dos terceiros anunciantes que contratam seus serviços e que, além disso, também estejam sujeitos à incidência do CDC.**

Esta última consideração se fez necessária, porque pelo que se pode extrair dos autos, os anúncios veiculados pela ora recorrida são, em sua maioria, contratados por pessoas físicas imbuídas do propósito de vender, por contratos de venda e compra de natureza meramente civil, veículos automotores usados de sua propriedade. Situação que, por óbvio, não esta sujeita à incidência das normas protetivas do consumidor.

Por fim, tenho que a inusitada pretensão articulada pelo Ministério Público estadual - de impor à recorrida a obrigação de fazer constar com precisão e de forma vinculante, na página inicial de seu site, os preços (à vista e à prazo) dos bens ali anunciados por terceiros - revela-se completamente descabida, tanto **por inexistir previsão legal nesse sentido**, quanto pelo fato de tal medida se revelar dissociada da realidade que envolve a prática negocial em questão, em que a eventual venda do bem não está vinculada de forma imperativa ao preço apostado no anúncio, sendo este definitivamente ajustado, em verdade, apenas após a realização das sucessivas tratativas que se estabelecem a partir do contato havido entre o potencial comprador e o anunciante do veículo.

Ante o exposto, divergindo da Relatora, nego provimento ao recurso especial.

É o voto.



SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

RECURSO ESPECIAL Nº 2102442 - GO (2023/0110115-9)

RELATORA : MINISTRA NANCY ANDRIGHI
RECORRENTE : MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE GOIÁS
RECORRIDO : WEBMOTORS S.A
ADVOGADOS : LUÍS HENRIQUE ALVES SOBREIRA MACHADO - DF028512
LEONARDO RAMOS GONÇALVES - DF028428
MARCOS VON GLEHN HERKENHOFF - DF028437

ADITAMENTO AO VOTO

MINISTRA NANCY ANDRIGHI:

Considerando as reflexões suscitadas pelo e. Min. Villas Bôas Cueva em seu voto-vista, considereei prudente elaborar o presente aditamento a fim de ratificar o exposto na sessão de julgamento de 12/12/2023.

1. DA CONTROVÉRSIA JURÍDICA

1. De início, recorda-se que o propósito recursal do especial interposto pelo MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE GOIÁS consiste em decidir, entre outras questões, se a empresa que disponibiliza plataforma **online** de anúncios publicitários tem o dever de adequar os anúncios às normas consumeristas após cientificada de irregularidades.

2. No voto apresentado em 12/12/2023, por esta Relatora, afastou-se a negativa de prestação jurisdicional e deu-se provimento ao especial para reformar o acórdão estadual e determinar que o recorrido adequasse as informações disponibilizadas em sua plataforma às normas consumeristas no prazo de 60 (sessenta) dias, inserindo dados sobre valores, à vista e parcelado, e sobre encargos da compra e venda de veículos de maneira clara e ostensiva.

3. Em seu voto-vista, o e. Min. Cueva também afasta a negativa de

prestação jurisdicional; porém, negou provimento ao recurso, com amparo nos seguintes fundamentos: **(1)** “não é possível responsabilizar o prestador do serviço de divulgação de ‘classificados’ de automóveis em ambiente virtual por eventuais imprecisões ali veiculadas nos anúncios feitos por seus terceiros usuários”, pois a responsabilidade pelo conteúdo veiculado é exclusiva de seus anunciantes, sendo ausente a falha na prestação do serviço de classificados; **(2)** “impor à recorrida a obrigação de fazer constar com precisão e de forma vinculante, na página inicial de seu site, os preços (à vista e à prazo) dos bens ali anunciados por terceiros - revela-se completamente descabida”, **(2.1)** seja por “inexistir previsão legal nesse sentido”, **(2.2)** seja porque “tal medida se revela dissociada da realidade que envolve a prática negocial em questão, em que a eventual venda do bem não está vinculada de forma imperativa ao preço apostado no anúncio, sendo este definitivamente ajustado, em verdade, apenas após a realização das sucessivas tratativas que se estabelecem a partir do contato havido entre o potencial comprador e o anunciante do veículo”.

2. DAS CONSIDERAÇÕES ADICIONAIS

4. Antes de mais nada, não se afasta a jurisprudência desta Corte no sentido que o site de classificados **não** se responsabiliza pelo descumprimento contratual, pelo teor das informações postadas ou pelos prejuízos causados aos consumidores pelos anunciantes das plataformas, conforme mencionado no parágrafo 15 do voto desta Relatora.

5. Todavia, a questão controvertida nos autos é decidir se os **classificados têm o dever de obediência às normas consumeristas** que dispõe sobre **transparência na publicidade, adequando seus anúncios quando cientificados de eventuais irregularidades**. Isto é, há uma distinção com os precedentes mencionados anteriormente, porquanto se trata de obrigação de fazer na qual o MINISTÉRIO PÚBLICO requereu que sejam **disponibilizadas informações sobre valores, à vista e parcelado, e sobre encargos da compra e venda de veículos de maneira**

transparente e ostensiva.

6. Veja-se que a ausência de responsabilidade por eventuais vícios ou defeitos no produto ou serviço anunciado pelo site de classificados **não pode permitir** que este divulgue informações em absoluto desacordo com o Código de Defesa do Consumidor. Ou seja, mesmo os classificados, com todas as suas peculiaridades, devem obediência às normas sobre as práticas comerciais, entre as quais se destaca o dever de prestar **informações corretas, precisas, ostensivas** e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade e **preço** dos produtos ou serviços (art. 31 do CDC), bem como a vedação à publicidade enganosa, que seja capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, **preço** e quaisquer outros dados sobre os produtos e serviços anunciados (art. 37, § 1º, do CDC).

7. Acrescente-se, ainda, a previsão no art. 83 do CDC, a qual estabelece que “para a defesa dos direitos e interesses protegidos por este código são admissíveis **todas as espécies de ações** capazes de propiciar sua adequada e efetiva tutela”, bem como os dispositivos legais que estabelecem o dever de prestar informações claras ao consumidor, *in verbis*:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor: [...]

III - a **informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços**, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços; [...]

XIII - a **informação acerca dos preços dos produtos por unidade de medida, tal como por quilo, por litro, por metro ou por outra unidade**, conforme o caso. (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar **informações corretas, claras, precisas, ostensivas** e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, **por qualquer outro modo**, mesmo por omissão, **capaz de induzir em erro o consumidor** a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, **preço** e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

8. Nesse contexto, recorde-se da ponderação realizada por esta Relatora nos parágrafos 23-25 do voto apresentado, no sentido de que o provedor de conteúdo também é fornecedor e, portanto, deve atentar para a **forma** como é veiculado o anúncio, observando se esta é suficientemente clara e precisa.

9. Assim, pode-se imaginar duas situações distintas: **(1)** se o próprio provedor **organiza a disposição** do conteúdo, fornecido por terceiro, em sua plataforma, deve fazê-lo de modo a respeitar as normativas consumeristas, evitando que informações essenciais sobre o produto ou serviço estejam dispostas em letras menores ou de maneira “camuflada”; **(2)** se o provedor **apenas franqueia acesso à plataforma**, sem ingerência sobre o modo de disposição das informações, que fica a critério exclusivo do anunciante, deve – após ser cientificado das irregularidades – **impor ao expositor que as corrija**, sob pena de retirada do anúncio irregular.

10. Frisa-se que não se pretende responsabilizar o site de comércio por atos de terceiros (anunciantes), e tampouco se discute eventual reparação pecuniária por suposto prejuízo aos consumidores em sede de recurso especial. Cuida-se, **apenas**, de obrigação de fazer consistente no dever do site de classificados de prestar informações de maneira adequada, uma vez que **também é fornecedor** pela ótica do direito consumerista – ainda que com suas peculiaridades.

11. Veja-se que, no recurso sob julgamento, o MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE GOIAS requer a condenação do recorrido em **obrigação de fazer**, consistente na **cessação “da veiculação de anúncios sem informação correta ao consumidor acerca do verdadeiro preço dos produtos anunciados”** (e-STJ fl. 554). Isto é, requer que o recorrido “indique, logo na primeira página de pesquisa de preços de produtos relacionados a compra e venda

de veículos no site www.webmotors.com.br, o preço à vista, e informações sobre a incidência dos demais encargos que impliquem no valor final do produto” e que, “nos anúncios do site www.webmotors.com.br, sempre haja a divulgação do preço à vista, isto é, ao lado do preço do produto ofertado, deverá constar, expressamente, os dizeres ‘preço à vista’ (e-STJ fl. 28).

12. No particular, conclui-se que, sendo inequívocas **(I)** a existência de irregularidades no modo de divulgação dos anúncios do recorrido, consoante assentado pelas instâncias ordinárias, e **(II)** a ciência do recorrido acerca das violações mencionadas, é dever da plataforma readequá-los, a fim de proporcionar maior transparência ao consumidor.

13. Acrescente-se, por fim, que a possibilidade de eventual negociação dentro e fora da plataforma não isenta o fornecedor do cumprimento de seus deveres legais.

3. DA CONCLUSÃO

Forte nessas razões, rogando as mais respeitosas vênias às posições em contrário, ratifico, na íntegra, o voto anteriormente proferido, com os acréscimos do presente aditamento, dando provimento ao recurso especial a fim de determinar que o recorrido ajuste as informações disponibilizadas em sua plataforma às normas consumeristas no prazo de 60 (sessenta) dias, sobretudo a fim de indicar, na página relacionada à compra e venda de veículos no site www.webmotors.com.br, o preço à vista, e informações sobre a incidência dos demais encargos que modifiquem o valor final do produto.

**CERTIDÃO DE JULGAMENTO
TERCEIRA TURMA**

Número Registro: 2023/0110115-9

PROCESSO ELETRÔNICO REsp 2.102.442 / GO

Números Origem: 565326798 56532679820198090051

PAUTA: 02/04/2024

JULGADO: 02/04/2024

Relatora

Exma. Sra. Ministra **NANCY ANDRIGHI**

Presidente da Sessão

Exmo. Sr. Ministro HUMBERTO MARTINS

Subprocurador-Geral da República

Exmo. Sr. Dr. EDUARDO KURTZ LORENZONI

Secretária

Bela. MARIA AUXILIADORA RAMALHO DA ROCHA

AUTUAÇÃO

RECORRENTE : MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE GOIÁS
RECORRIDO : WEBMOTORS S.A
ADVOGADOS : LUÍS HENRIQUE ALVES SOBREIRA MACHADO - DF028512
LEONARDO RAMOS GONÇALVES - DF028428
MARCOS VON GLEHN HERKENHOFF - DF028437

ASSUNTO: DIREITO DO CONSUMIDOR - Oferta e Publicidade

CERTIDÃO

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

Prosseguindo no julgamento, após o voto-vista do Sr. Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva, inaugurando a divergência, negando provimento ao recurso especial, no que foi acompanhado pelo Sr. Ministro Moura Ribeiro e o voto do Sr. Ministro Humberto Martins acompanhando a Relatora, dando provimento, verificou-se empate no julgamento. O julgamento está suspenso no aguardo do voto de desempate do Sr. Ministro Marco Aurélio Bellizze.



SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

RECURSO ESPECIAL Nº 2102442 - GO (2023/0110115-9)

RELATORA : **MINISTRA NANCY ANDRIGHI**
RECORRENTE : **MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE GOIÁS**
RECORRIDO : **WEBMOTORS S.A**
ADVOGADOS : **LUÍS HENRIQUE ALVES SOBREIRA MACHADO - DF028512**
: **LEONARDO RAMOS GONÇALVES - DF028428**
: **MARCOS VON GLEHN HERKENHOFF - DF028437**

VOTO-DESEMPATE

O EXMO. SR. MINISTRO MARCO AURÉLIO BELLIZZE:

Depreende-se dos autos que o Ministério Público do Estado de Goiás promoveu ação civil pública em desfavor de Webmotors S.A. postulando a condenação da ré a obrigações de fazer, consubstanciadas na regularização dos anúncios vinculados em seu sítio eletrônico, afastando-se eventuais publicidades enganosas, bem como sua condenação ao pagamento de indenização por danos materiais e morais coletivos, no montante de R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

O Juízo de primeiro grau julgou procedente o pedido inicial para determinar, sob pena de fixação de multa diária (e-STJ, fl. 403):

- a) que a requerida indique, logo na primeira página de pesquisa de preços de produtos relacionados a compra e venda de veículos no site www.webmotors.com.br, o preço à vista, e informações sobre a incidência dos demais encargos que impliquem no valor final do produto;
- b) que haja a divulgação do preço à vista, isto é, ao lado do preço do produto ofertado, deverá constar, expressamente, os dizeres "preço à vista" nos anúncios do site www.webmotors.com.br;
- c) que a requerida informe no site www.webmotors.com.br que, caso o produto adquirido apresente valor divergente no momento em que for realizada a conclusão da compra, deverá prevalecer o menor preço.

Condene a requerida ao pagamento de dano moral coletivo no valor de R\$50.000,00 (cinquenta mil reais), a ser corrigido monetariamente INPC e acrescido de juros de 1% a partir da citação, a ser revertido para o Fundo de Defesa do Consumidor.

Interposta apelação pela demandada, a Primeira Câmara Cível do Tribunal de Justiça de Goiás deu-lhe provimento para julgar improcedentes os pedidos, estando o acórdão assim ementado (e-STJ, fl. 481):

APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. DIVULGAÇÃO DE ANÚNCIOS EM PLATAFORMA VIRTUAL. COMPRA E VENDA DE VEÍCULOS. PUBLICIDADE ENGANOSA. CARÊNCIA DE AÇÃO (ILEGITIMIDADE DO MINISTÉRIO PÚBLICO). PRELIMINAR AFASTADA. RESPONSABILIDADE DO SITE DE ANÚNCIO AFASTADA. 1. Para fins de tutela jurisdicional coletiva, os interesses individuais homogêneos se classificam como subespécies dos interesses coletivos, previstos no art. 129, inciso III, da Constituição Federal. Precedentes do Supremo Tribunal Federal. Por sua vez, a lei complementar 75/93 (art. 6.º, VII, “a”) e a lei 8.625/93 (art. 25, IV, “a”) legitimam o Ministério Público à propositura de ação civil pública para a defesa de interesses individuais homogêneos, sociais e coletivos. 2. O serviço prestado pela apelante se consubstancia num mecanismo de anúncios disponibilizados em um espaço virtual, semelhante a um serviço de classificados, sem realizar qualquer intermediação entre comprador e vendedor. 3. Não comprovada a responsabilização da empresa apelante pelo conteúdo dos anúncios contidos em sua plataforma virtual e existente o termo de uso com as devidas orientações aos usuários, impõe-se a improcedência dos pedidos contidos na ação civil pública. 4. O Ministério Público não está sujeito ao adiantamento das despesas, nem à condenação destas e das custas se restar vencido na demanda, como ocorreu no caso em tela, tampouco na condenação em honorários advocatícios, ressalvada, apenas, quando demonstrada a má-fé, hipótese não evidenciada na espécie. APELAÇÃO CÍVEL CONHECIDA E PROVIDA.

Opostos embargos de declaração, foram rejeitados.

Nas razões do recurso especial, o *Parquet* aponta ofensa aos arts. 1.022, II, do CPC/2015 e 3º, *caput* e § 2º, e 14 do CDC, sustentando, em síntese, ter havido negativa de prestação jurisdicional por parte do Tribunal de origem.

Aduz, ainda, que a ré deve ser enquadrada no conceito de fornecedor, previsto na legislação consumerista, pois presta o serviço de intermediação das vendas de automóveis, atraindo, conseqüentemente, sua responsabilidade objetiva pela veracidade das informações relativas aos preços dos bens anunciados por terceiros em sua plataforma.

Contrarrazões às fls. 669-685 (e-STJ).

No sessão de julgamento da Terceira Turma do STJ, realizada no dia 12/12/2023, a Ministra Relatora, Nancy Andrigli, conheceu do recurso especial para dar-lhe provimento a fim de, afastando a ocorrência da negativa de prestação jurisdicional, determinar que a ora recorrida adeque as informações disponibilizadas em sua plataforma às normas consumeristas no prazo de 60 (sessenta) dias, inserindo dados sobre valores, à vista e parcelado, e sobre encargos da compra e venda de veículos de maneira clara e ostensiva.

Por sua vez, o Min. Ricardo Villas Bôas Cueva pediu vista dos autos e, na sessão de julgamento do dia 2/4/2024, abriu a divergência, negado provimento ao recurso especial, no que foi acompanhado pelo Min. Moura Ribeiro.

De outro lado, o Min. Humberto Martins acompanhou a Ministra Relatora, de modo que se verificou o empate no julgamento, o que implicou a suspensão do julgamento para que seja proferido voto de desempate, oportunizando-se às partes a renovação das sustentações orais realizadas na sessão de julgamento de 12/12/2023, haja vista a ausência justificada deste signatário.

Após essas breves considerações, passa-se ao voto.

Do exame minucioso dos laboriosos votos já proferidos, constata-se ser incontroverso o fato de que o responsável pela plataforma de comércio eletrônico, ao veicular ofertas de produtos por meio de sua infraestrutura tecnológica, é um fornecedor de serviços, não havendo divergência nesse ponto.

Pela clareza e profundidade dos argumentos, mostra-se oportuna a transcrição do seguinte trecho do voto proferido pela Ministra Relatora (grifos no original):

5. Estas modalidades negociais são comumente denominadas de consumo colaborativo e mercado de plataformas pares. Tais vocábulos são empregados "para descrever uma vasta gama de novos modelos de produção e consumo que envolve o intercâmbio comercial de bens e serviços entre pares através de plataformas de internet" (CARVALHO, Diógenes Faria de; CARDOSO, Alysson Godoy. *Protegendo os consumidores em mercados de plataformas de pares-OECD*. Revista de Direito do Consumidor. v. 114/2017, nov.-dez./2017, p. 234).

6. As relações que se formam nas plataformas colaborativas têm caráter triangular. De um lado, há a relação convencionada entre o ofertante e o site de comércio eletrônico; de outro, encontra-se o vínculo formado entre o adquirente do produto ou serviço e o intermediador ou aproximador; há, ainda, a relação entabulada entre o ofertante e o adquirente.

7. Para o Marco Civil da Internet, os sites de *e-commerce* enquadram-se na categoria dos **provedores de conteúdo**, os quais são **responsáveis por disponibilizar na rede as informações criadas ou desenvolvidas pelos provedores de informação**.

8. Com efeito, 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" (NERY JUNIOR, Nelson. *Plataforma Eletrônica de Vendas. Natureza Jurídica de Prestação de Serviços*. v. 6/2014, pp. 653-704, set./2014, p. 13).

9. Sob essa ótica, decidiu-se que: "a relação da pessoa com o provedor de

busca de mercadorias à venda na internet sujeita-se aos ditames do Código de Defesa do Consumidor, ainda que o serviço prestado seja gratuito, por se tratar de nítida relação de consumo, com lucro, direto ou indireto, do fornecedor” (REsp 1.836.349/SP, Terceira Turma, DJe 24/6/2022).

(...)

11. A modalidade de comércio eletrônico de maior relevância para o deslinde da presente controvérsia corresponde ao **site de classificados**, os quais **se assemelham “aos classificados de jornais e revistas impressas, televisão e rádio, pois os negócios são concretizados sem a sua intermediação (fora de sua plataforma)**, uma vez que fornecem os dados do vendedor para o comprador entrar em contato diretamente com o fim de negociarem e concluírem a compra e venda, ou mesmo a troca de bens” (TEIXEIRA, Tarcísio. op. cit., p. 141).

12. Inclusive, os sites de classificados, em regra, auferem receita somente por meio de anúncios publicitários, não cobrando comissão pelos negócios celebrados (PINHEIRO, Patricia Peck. *Direito digital*. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2021, p. 286).

13. Desse modo, o sistema de responsabilização dos fornecedores que atuam como classificados deve levar em consideração essa peculiaridade, uma vez que sua atividade corresponde à **disponibilização da plataforma** para que os interessados ofertem produtos e serviços por meio de anúncios e negociem os termos que lhes convierem.

Assim, conclui que, não obstante os sites de classificados não realizem a intermediação da compra e não possam ser responsabilizados por danos decorrentes de transações operadas fora da plataforma, espera-se do provedor que possa identificar os anunciantes e que, após tomar ciência da violação específica das normas consumeristas, adote medidas para saná-la.

Diante dessas considerações, a Ministra Relatora entendeu que, no caso em análise, o site não prestou informações adequadas acerca do preço final do produto, com a especificação dos encargos eventualmente incidentes, sendo inequívocas a existência de irregularidades nos anúncios e a ciência do fornecedor acerca das violações mencionadas, sendo sua responsabilidade readequá-los.

De outro lado, o voto condutor da divergência adotou o posicionamento de que não houve falha na prestação do serviço pela ora recorrida, sendo inviável presumir que ela seria integrante da própria cadeia de fornecimento dos produtos anunciados por terceiros em decorrência da publicação de classificados.

Aderindo-se a esse posicionamento, pode-se afirmar que, não obstante as plataformas de anúncios de classificados possam atuar como verdadeiras intermediárias nos negócios firmados em seus sítios eletrônicos, hipótese em que deverão ser responsabilizadas, não se aplicará o mesmo raciocínio quando atuar meramente disponibilizando ferramentas de pesquisa de produtos e serviços de terceiros, haja vista a ausência de intermediação dos negócios jurídicos celebrados

diretamente entre o anunciante e o interessado.

Importante acrescentar, ainda, que não ficou demonstrada a inércia da plataforma digital para adequar eventuais irregularidades ou fraudes nos anúncios, tendo o próprio Ministério Público informado em sua exordial que, ao se manifestar administrativamente sobre a questão ora debatida, a plataforma digital informou a existência de um canal de denúncia disponibilizado diretamente na tela do anúncio para que internautas informem caso tenham divergências ou suspeitas, momento em que há a notificação do anunciante para que regularize a veiculação no prazo de 3 (três) dias, sob pena de sua retirada (e-STJ, fl. 3).

Dessa maneira, ao publicar anúncios em seu sítio eletrônico, a plataforma atua unicamente como divulgadora de ofertas elaboradas por terceiros, sem assumir a condição de fornecedora dos serviços ou produtos anunciados, tornando inadmissível sua responsabilização por eventuais vícios do produto ou fraudes perpetradas pelos anunciantes, até mesmo porque a prática comercial por ela fomentada tem por pressuposto uma negociação direta entre o anunciante e o interessado, cabendo a estes estabelecer o preço final do negócio jurídico, o qual, em grande parte das transações, nem sequer é aquele inicialmente anunciado.

Ante o exposto, rogando a mais respeitosa vênia à Ministra Relatora, adiro à divergência para negar provimento ao recurso especial.

É como voto.

CERTIDÃO DE JULGAMENTO
TERCEIRA TURMA

Número Registro: 2023/0110115-9

PROCESSO ELETRÔNICO REsp 2.102.442 / GO

Números Origem: 565326798 56532679820198090051

PAUTA: 14/05/2024

JULGADO: 14/05/2024

Relatora

Exma. Sra. Ministra **NANCY ANDRIGHI**

Relator para Acórdão

Exmo. Sr. Ministro **RICARDO VILLAS BÔAS CUEVA**

Presidente da Sessão

Exmo. Sr. Ministro **HUMBERTO MARTINS**

Subprocuradora-Geral da República

Exma. Sra. Dra. **LINDÔRA MARIA ARAÚJO**

Secretária

Bela. **MARIA AUXILIADORA RAMALHO DA ROCHA**

AUTUAÇÃO

RECORRENTE : MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE GOIÁS
RECORRIDO : WEBMOTORS S.A
ADVOGADOS : LUÍS HENRIQUE ALVES SOBREIRA MACHADO - DF028512
LEONARDO RAMOS GONÇALVES - DF028428
MARCOS VON GLEHN HERKENHOFF - DF028437

ASSUNTO: DIREITO DO CONSUMIDOR - Oferta e Publicidade

SUSTENTAÇÃO ORAL

Dr. **LUÍS HENRIQUE ALVES SOBREIRA MACHADO**, pela parte RECORRIDA:
WEBMOTORS S.A

CERTIDÃO

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

Prosseguindo no julgamento, após a renovação dos votos anteriormente proferidos e o voto-desempate do Sr. Ministro Marco Aurélio Bellizze, a Terceira Turma, por maioria, negou provimento ao recurso especial, nos termos do voto do Sr. Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva, que lavrará o acórdão. Votaram vencidos os Srs. Ministros Nancy Andrigli e Humberto Martins (Presidente). Votaram com o Sr. Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva os Srs. Ministros Marco Aurélio Bellizze e Moura Ribeiro.