

VIII ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

**DIREITO, GOVERNANÇA E NOVAS TECNOLOGIAS
IV**

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini - FMU - São Paulo

Diretor Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

Representante Discente: Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFERSA - Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Fernando Passos - UNIARA - São Paulo

Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal

Comunicação:

Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Relações Internacionais para o Continente Americano:

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM - São Paulo

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI - Santa Catarina

Educação Jurídica

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - PR

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - SP

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - MS

Eventos:

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - FDF - São Paulo

Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina

Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

Comissão Especial

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UFRJ - RJ

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - PB

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - MG

Prof. Dr. Rogério Borba - UNIFACVEST - SC

D597

Direito, governança e novas tecnologias IV [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Eudes Vitor Bezerra; Jean Carlos Dias; Reginaldo de Souza Vieira. – Florianópolis: CONPEDI, 2025.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-158-5

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Direito Governança e Políticas de Inclusão

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito. 3. Governança e novas tecnologias. VIII Encontro Virtual do CONPEDI (2; 2025; Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



VIII ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO, GOVERNANÇA E NOVAS TECNOLOGIAS IV

Apresentação

O conjunto de pesquisas que são apresentadas neste livro faz parte do Grupo de Trabalho de “DIREITO, GOVERNANÇA E NOVAS TECNOLOGIAS IV”, ocorrido no âmbito do VIII ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI, realizado entre os dias 24, 25, 26, 27 e 28 de junho de 2025, promovido pelo Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito – CONPEDI e que teve como temática central “Direito Governança e Políticas de Inclusão”.

Os trabalhos expostos e debatidos abordaram de forma geral distintas temáticas atinentes DIREITO, GOVERNANÇA E NOVAS TECNOLOGIAS, especialmente relacionadas aos principais desafios que permeiam a tecnologias jurídica, passando pela inteligência artificial, demais meios digitais, também apontando para problemas emergentes e propostas de soluções advindas de pesquisas em nível de pós-graduação, especialmente, Mestrado e Doutorado.

Os artigos apresentados trouxeram discussões sobre: Tecnologias aplicáveis aos tribunais, Governança digital e governo digital, Exclusão digital derivando tanto para exclusão social quanto para acesso à justiça, desinformação e deepfake, cidades e TICs. Não poderiam faltar artigos sobre privacidade e proteção de dados pessoais, com atenção aos dados sensíveis, consentimento e LGPD, liberdade de expressão, censura em redes sociais, discriminação, uso de sistemas de IA no Poder Judiciário, IA Generativa, violação aos Direitos Humanos e Herança Digital, dentre outro.

Para além das apresentações dos artigos, as discussões durante o GT foram profícuas com troca de experiências e estudos futuros. Metodologicamente, os artigos buscaram observar

A expectativa é de que esta obra possa contribuir com a compreensão dos problemas do cenário contemporâneo, com o a esperança de que as leituras dessas pesquisas ajudem na reflexão do atual caminhar do DIREITO, GOVERNANÇA E NOVAS TECNOLOGIAS.

Prof. Dr. Eudes Vitor Bezerra (PPGDIR – UFMA)

Prof. Dr. Jean Carlos Dias (CENTRO UNIVERSITÁRIO DO PARÁ)

Prof. Dr. Reginaldo de Souza Vieira (Universidade do Extremo Sul Catarinense)

A RESPONSABILIDADE DOS MARKETPLACES E O ART. 19 DO MARCO CIVIL DA INTERNET

THE LIABILITY OF MARKETPLACES AND ARTICLE 19 OF THE BRAZILIAN INTERNET BILL OF RIGHTS

Victor Epiácio Cravo Teixeira

Resumo

O artigo examina a responsabilidade dos marketplaces por vícios em produtos oferecidos por terceiros, com foco nos direitos estadunidense, europeu e brasileiro. A metodologia utilizada é uma análise qualitativa da jurisprudência relevante, com base nos trabalhos de Busch (2021) e Citron & Wittes (2018). O artigo contextualiza a prática jurídica atual sobre a responsabilidade dos marketplaces nos EUA e na União Europeia. Nos EUA, a jurisprudência varia conforme a legislação estadual, com tribunais adotando diferentes abordagens para determinar se os marketplaces são "vendedores" ou "facilitadores" do comércio. Casos como *Bolger v. Amazon* destacam a tendência de responsabilizar os marketplaces quando exercem controle substancial sobre a transação. Na União Europeia, a Diretiva 2000/31/CE oferece isenção de responsabilidade para provedores de armazenagem, condicionada ao desconhecimento de atividades ilegais. O caso *L'Oréal v. eBay* ilustra a necessidade de uma posição neutra dos marketplaces para se beneficiarem dessa isenção. Ainda, o artigo aborda a prática jurídica brasileira, destacando a inaplicabilidade do art. 19 do Marco Civil da Internet (MCI) aos casos de responsabilização dos marketplaces. Decisões recentes questionam a interpretação tradicional do MCI, argumentando que as atividades dos marketplaces não podem ser confundidas com o simples exercício da liberdade de expressão e que eles integram efetivamente a cadeia de fornecimento de produtos. Os tribunais brasileiros têm reconhecido a responsabilidade objetiva dos marketplaces, alinhando-se com a tendência internacional de maior responsabilização.

Palavras-chave: Plataformas, Marketplaces, Responsabilidade, Marco civil da internet, Direitos do consumidor

substantial control over transactions. In the European Union, Directive 2000/31/EC provides a liability exemption for hosting providers, conditioned on the provider's lack of knowledge of illegal activities. The case of L'Oréal v. eBay illustrates the necessity for marketplaces to maintain a neutral position in order to benefit from this exemption. Additionally, the article addresses Brazilian legal practice, emphasizing the inapplicability of Article 19 of the Brazilian Internet Bill of Rights (Marco Civil da Internet — MCI) to cases involving marketplace liability. Recent court decisions have questioned the traditional interpretation of the MCI, arguing that the activities of marketplaces cannot be equated with the mere exercise of freedom of expression and that these platforms effectively integrate into the supply chain. Brazilian courts have increasingly recognized the strict (objective) liability of marketplaces, aligning with the international trend toward greater accountability.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Marketplaces, Liability, Brazilian internet bill of rights, Consumer rights

Introdução.

Há 20 anos O'Reilly (2005) cunhava o termo Web2.0 ao descrever a revolução por que passava a economia digital. O software perdia o lugar como produto central dessa economia, cedendo espaço para a plataforma, experimentada pelo usuário como um serviço. O usuário não precisaria mais comprar licenças para o usar o software ou suas novas versões. Poderia apenas fruir de seus serviços, pelos quais pagaria direta ou indiretamente.

De lá para cá, as plataformas dominaram de tal modo a economia digital que não apenas reconfiguraram a arquitetura das redes e dos modelos de negócios no ciberespaço, mas passaram a influenciar, e mesmo moldar, os contornos das interações econômicas, sociais e políticas mantidas no mundo real, aquele que existe na frente das telas dos smartphones. Plataformas de mobilidade urbana surgiram como fator disruptivo do sistema de transporte de passageiros; os marketplaces, enquanto plataformas de intermediação na comercialização de produtos na internet, modificaram as cadeias de distribuição de variados produtos ao consumidor; plataformas de redes sociais revolucionaram a maneira como os indivíduos recebem e compartilham informação. Embora proporcionem as balizas virtuais que passaram a determinar a vida das pessoas em numerosos domínios da vida real, as plataformas frequentemente se apresentam como intermediadores neutros das relações de seus usuários. Essa é a leitura tradicionalmente dada ao art. 19 da Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, o Marco Civil da Internet (MCI) (BRASIL, 2014).

O presente artigo, ao revés, objetiva pôr em xeque a tradicional interpretação jurídica do referido art. 19 do MCI, ao apontar para a necessidade de investigar as relações empíricas vivenciadas pelos usuários no ambiente virtual das plataformas digitais, para que, então, seja possível evidenciar a eventual incidência de legislações especiais. Para esse fim, este artigo abordará o caso das plataformas caracterizadas como marketplaces, analisando a responsabilidade por vícios em produtos oferecidos por terceiros, no contexto dos direitos estadunidense, europeu e brasileiro. Ao fim, o trabalho pretende demonstrar a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor aos casos em que não houver comprovação da incontestada neutralidade da plataforma digital de comércio eletrônico.

De modo a atingir os objetivos acima expostos, esta pesquisa analisará qualitativamente a jurisprudência estadunidense, europeia e brasileira sobre o tema da responsabilidade civil dos marketplaces. Além disso, são utilizados como marcos teóricos os trabalhos de Busch (2021) e Citron & Wittes (2018).

1. BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO DA PRÁTICA JURÍDICA ATUAL SOBRE A RESPONSABILIDADE DOS MARKETPLACES NOS EUA E NA UNIÃO EUROPEIA.

Nos EUA, a responsabilidade por vícios em produtos oferecidos por terceiros mediante marketplaces, plataformas virtuais de intermediação de vendas, pode variar em função da legislação estadual aplicável. Entretanto, Christoph Busch (2021) resumiu a controvérsia jurídica por meio da seguinte pergunta essencial: ao permitirem que terceiros vendam seus produtos em sua plataforma, os marketplaces podem ser considerados como "vendedores" que colocam produtos em circulação no comércio ou seriam meros "facilitadores" desse comércio? No primeiro caso, os marketplaces seriam civilmente responsáveis pelos vícios dos produtos; no último, estariam isentos de responsabilização.

Como não possuem legislação específica a respeito do tema, os tribunais estadunidenses adotaram diferentes caminhos para responder à pergunta posta acima. Busch (2021) explicou que, em alguns casos, a corte utilizou uma abordagem mais formalista, levando em consideração que o marketplace não poderia ser considerado "vendedor" em razão de nunca ter obtido a propriedade do produto (*Eberhart v. Amazon*, 2018). Em outros, de acordo com o autor, a questão relevante examinada pelos tribunais foi a eventual existência de "suficiente controle" dos marketplaces sobre a transação. Em *Stiner v. Amazon* (2019), a Suprema Corte de Ohio entendeu que a Amazon Marketplace, apesar de ter exercido "algum controle" sobre a venda despachada diretamente por terceiro-vendedor, não era capaz de exercer "suficiente controle" sobre o produto vendido. Já em *Oberdorf v. Amazon* (2020), a Corte de Apelação do Terceiro Circuito julgou em favor do consumidor, fisicamente lesionado por um produto defeituoso, também despachado diretamente por terceiro-vendedor. Nesse caso, a Corte considerou que a Amazon exercia "controle substancial sobre os terceiros-vendedores". Ainda com relação à análise do exercício do "suficiente controle", Busch salientou que a realização do despacho do produto mediante centros de distribuição do próprio marketplace é igualmente um fator que pode ser levado em conta pelos tribunais americanos.

Entre os julgados estadunidenses recentes, Busch(2021) deu destaque para *Bolger v. Amazon* (2020). Em agosto de 2020, a Corte de Apelação da Califórnia reverteu o julgamento de 1ª instância, que havia exonerado a Amazon de responsabilidade sobre venda de uma bateria de celular defeituosa, armazenada e despachada por um centro de distribuição da plataforma, a qual veio a explodir e a causar danos físicos à consumidora. Ao apreciar o recurso, o tribunal afastou a argumentação de que a Amazon seria mera facilitadora do comércio eletrônico, deixando patente, ao revés, que o marketplace seria "parte integral da cadeia empresarial de

produção e marketing", capaz, portanto, de ser responsabilizada pelo produtos comercializados em sua plataforma. No acórdão, ficou demonstrado que a Amazon é "um elo direto na cadeia de distribuição, agindo como um poderoso intermediador entre terceiros-vendedores e consumidor". A Corte entendeu que a Amazon: (i) frequentemente é o único elo da cadeia de comércio ao alcance do consumidor lesado; (ii) representa um substancial papel na garantia de que os produtos listados para venda sejam seguros, ao exercer pressão sobre os elos posicionados acima na cadeia de fornecimento para o aprimoramento da segurança dos produtos; (iii) possui a capacidade de ajustar o custo da responsabilidade pelos produtos entre si mesma e os terceiros-vendedores. Nessa perspectiva, o acórdão alcançaria o máximo de proteção ao consumidor, sem causar injustiça ao marketplace. De acordo com o Busch(2021), esse julgado paradigmático marcou uma virada na tendência dos tribunais estadunidenses, agora mais inclinados a atribuir responsabilidade aos marketplaces pelas vendas efetuadas por terceiros-vendedores, ainda que esses venham a despachar os produtos vendidos.

Ao exemplificar tal mudança de direção na jurisprudência estadunidense, o autor citou a crescente rejeição das cortes aos argumentos baseados na Seção 230 do Communications Decency Act (CDA), por meio do qual os marketplaces sustentavam, com sucesso, ser imunes de responsabilidade pelo conteúdo publicado em suas plataformas por terceiros-vendedores (1996). Tal dispositivo legal, segundo explicaram Danielle Citron e Benjamin Wittes (CITRON; WITTES, 2018), surgiu há mais de uma década com o objetivo de lidar com os problemas derivados da pornografia online. Pretendia, em especial, garantir a decência dos conteúdos acessíveis por crianças e adolescentes. A aprovação do CDA (1996) introduziu dispositivos ao Telecommunications Act, em 1996, com o fim de: (i) maximizar a possibilidade de fornecer controle aos usuários de serviços de telecomunicações e de informações sobre os conteúdos acessados por indivíduos, famílias e escolas; (ii) remover desincentivos para a adoção de novas tecnologias de bloqueio e filtragem de conteúdos ofensivos que permitam aos pais restringir os conteúdos impróprios acessados por crianças; (iii) garantir o cumprimento da legislação criminal federal para impedir e punir o cometimento de obscenidades, importunação por perseguições e abusos morais mediante o uso do computador. Nesse cenário, a Seção 230 incluiu a alínea "c", intitulada "Proteção ao bloqueio e à filtragem de material ofensivo pelo 'Bom Samaritano' ", com o propósito de incentivar a autorregulação dos provedores de conteúdo por meio de tecnologias de bloqueio e filtragem, sem que arcassem com excessiva responsabilização civil:

(C) Proteção ao bloqueio e à filtragem de material ofensivo pelo "Bom Samaritano" (1) Tratamento do editor ou autor:

Nenhum provedor ou usuário de um serviço interativo de computador ["interactive computer service"] deverá ser tratado como o editor ou autor de qualquer informação provida por outro provedor de conteúdo.

(2) Responsabilidade civil:

Nenhum provedor ou usuário de um serviço interativo de computador ["interactive computer service"] deverá ser responsabilizado civilmente em decorrência:

qualquer ação voluntariamente praticada em boa-fé para restringir o acesso ou a disponibilidade de material que o provedor ou o usuário considere obsceno, indecente, lascivo, abjeto, excessivamente violento, abusivo ou de qualquer maneira questionável, seja esse material constitucionalmente protegido ou não; ou

qualquer ação praticada para permitir ou disponibilizar para os provedores de conteúdo ou a terceiros os meios técnicos para restringir o material descrito no parágrafo (1).

O parágrafo (1), acima citado, destinou-se a isentar de responsabilidade os provedores de conteúdo que agissem exclusivamente como veículo para a publicação de manifestações de terceiros ("under-screening"). Já o parágrafo (2), de acordo com Citron e Wittes, visou proteger o excesso de zelo ("over-screening") na execução do bloqueio ou da filtragem de conteúdo, desde que praticado com boa-fé. Os autores destacaram que a Seção 230 visou criar um robusto marco protetivo para o exercício da liberdade de expressão online, sem que, para tanto, fossem acobertadas de responsabilidade as plataformas projetadas para armazenar conteúdos ilegais. Vale advertir, inclusive, que a comentada Seção 230 não se aplica para domínios alheios ao campo liberdade de expressão, sendo expressamente vedada a sua incidência sobre casos envolvendo propriedade intelectual, crimes federais, entre outros (Seção 230, alínea "e"). Por essa razão, a imunidade conferida pela Seção 230 do CDA foi recusada pela Corte de Apelação da Califórnia, em *Bolger v. Amazon* (2020), uma vez que o referido marketplace não se apresenta como uma plataforma especializada em veicular manifestações de pensamento, agindo na seara da liberdade de expressão; ao contrário, atua como participante ativo na colocação e na manutenção do produto na circulação do comércio. Nas palavras do acórdão: "a CDA não protege a Amazon de responsabilidade solidária objetiva [strict liability] pois tal responsabilidade decorreu de sua própria conduta, e não do conteúdo produzido pelo terceiro-vendedor em sua listagem de ofertas". Ainda sobre a imunidade prevista na Seção 230 do CDA, importa chamar atenção para o fato de que a Amazon expressamente admitiu a sua inaplicabilidade para as situações em que o marketplace é chamado a responder por fatos

decorrentes do produto cuja comercialização intermediou, conforme reconheceu a mesma Corte de Apelação da Califórnia, em *Loomis v. Amazon* (2021).

Nesse recente julgado (SECOND APPELLATE DISTRICT OF CALIFORNIA, 2021), a Amazon intermediou a venda de um hoverboard despachado pelo próprio terceiro-vendedor, tendo o produto, posteriormente, causado incêndio e danos físicos ao consumidor. Em outras palavras, o terceiro-vendedor forneceu o produto, estabeleceu o preço e manteve a propriedade e a posse do bem durante toda a comercialização. Entretanto, a Corte de Apelação da Califórnia reconheceu que o marketplace é hoje um elo indispensável na cadeia vertical de distribuição, na medida em que consumidores recorrem a tais plataformas ao desejarem comprar produtos, ao invés de buscar o fabricante. Na referida decisão, foi constatado que a Amazon: (i) interagiu com o consumidor; (ii) recebeu a ordem de compra; (iii) processou a ordem de compra para o terceiro-vendedor; (iv) processou o correspondente pagamento; (v) transferiu o preço ao terceiro-vendedor já descontadas as taxas cobradas pela intermediação; (vi) controlou o fluxo de pagamentos dos produtos vendidos pelo terceiro-vendedor, com a possibilidade de sobrestar transferências unilateralmente em razão de disputas com consumidores, arbitradas pela própria plataforma; (vii) exigiu que todas as comunicações entre terceiro-vendedor e consumidor ocorressem por meio da plataforma; (viii) reservou a si o direito de, unilateral e discricionariamente, determinar, modificar, remover ou restringir o conteúdo, a aparência, o design e a funcionalidade dos sítios fornecidos ao terceiro-vendedor, além do direito de recusar ou cancelar o processamento de qualquer transação intermediada; (ix) exigiu dos terceiros-vendedores a garantia de que as ofertas e os produtos obedeciam às leis aplicáveis; e (x) impôs aos terceiros-vendedores o dever de indenizar a plataforma por quaisquer responsabilidades decorrentes dos produtos vendidos. Na verdade, o Tribunal concluiu que o modelo de negócio dos marketplaces passa longe da metáfora com que costumam se apresentar. Não são shoppings online que fornecem um simples serviço de "vitrine virtual", na medida em que os donos de shoppings não servem de intermediário para o pagamento e a comunicação entre vendedores e consumidores.

Por último, vale mencionar que a Corte de Apelação da Califórnia, em *Loomis v. Amazon* (SECOND APPELLATE DISTRICT OF CALIFORNIA, 2021), considerou que a atividade empresarial desenvolvida pelo marketplace compreenderia tanto um serviço, na forma do oferecimento da listagem de produtos em sua plataforma, quanto uma participação efetiva e instrumental na venda do produto, ao colocar-se de maneira inegável entre o terceiro-vendedor e o consumidor. O fato de que o marketplace jamais deteve a posse ou a propriedade do produto

não pode ser entendido como o suficiente para o eximir da responsabilidade solidária objetiva (strict liability), complementou a Corte.

Já no contexto do direito comunitário europeu, Busch (BUSCH, 2021) explicou que o art. 14 da Diretiva nº 2000/31/CE(2000), sobre o Comércio Eletrônico, oferece uma isenção de responsabilidade para os provedores de armazenagem que hospedem em suas plataformas informações de terceiros. Esse dispositivo se assemelha à Seção 230 do CDA, acima comentada. Todavia, a Diretiva nº 2000/31/CE visou tratar especificamente do então nascente comércio eletrônico, enquanto a citada legislação estadunidense abordou o exercício da liberdade de expressão online. Além disso, o referido art. 14 não contempla uma imunidade irrestrita aos provedores de armazenagem (de conteúdo). Diferentemente, a isenção de responsabilidade desses provedores, incluídos os marketplaces, é condicionada ao efetivo desconhecimento da atividade ou informação ilegal armazenada, ou dos fatos e das circunstâncias eventualmente causadoras de danos a terceiros (art. 14, 1, "a"). De acordo com Busch, a interpretação da aplicação desse dispositivo a casos concretos tem avançado lentamente nos tribunais europeus, em comparação com a jurisprudência estadunidense. Apesar disso, relatou que o Tribunal de Justiça da União Europeia, no processo C-324/09, L'Óreal v. eBay (L'Óreal v. eBay. 2011), estabeleceu jurisprudência segundo a qual a isenção de responsabilidade somente se aplicaria aos marketplaces que assumissem "*posição neutra*" na intermediação das vendas, exercendo um papel estritamente passivo, de maneira apenas técnica e mecânica. Por outro lado, agiriam de modo ativo na hipótese de prestar "*assistência para otimizar ou promover a apresentação das propostas de venda*", ou ainda no caso de deter o "*conhecimento ou o controle dos dados relativos a essa proposta*".

A determinação do que seria uma "posição neutra" na atividade cotidiana dos marketplaces ainda não conta com parâmetros seguros de aferição. Ao analisar o processo C-567/18, Coty v. Amazon, (2020), o Advogado-Geral junto ao Tribunal de Justiça da União Europeia, considerou em seu parecer que os marketplaces não exercem um papel de intermediador neutro, capaz de gozar da isenção disposta no art. 14, 1, da Diretiva nº 2000/31/CE. Mesmo tendo analisado um caso concreto no qual o marketplace chegou a armazenar os produtos cuja violação de direitos autorais foi alegada, o Advogado-Geral destacou que as diversas características da atividade típica dos marketplaces devem ser interpretadas conjuntamente, pois somente assim seria possível discernir o papel essencial e ativo que exercem na cadeia de distribuição de produtos, ainda que não detenham a posse ou a propriedade do produto, segundo trecho abaixo transcrito ("Conclusões do Advogado-Geral no Processo C-567/18", 2019):

Esta participação ativa e coordenada das empresas da Amazon na comercialização dos produtos implica a assunção de uma boa parte das tarefas próprias do vendedor, para quem a Amazon «faz o trabalho pesado», como resulta da página Internet da Amazon. Na referida página pode ler-se, como incentivo ao vendedor para que subscreva o programa «Envio através da Amazon», a seguinte frase: «Envia-nos os teus produtos e nós encarregamo-nos do resto». Nestas condições, as empresas da Amazon exercem «um comportamento ativo e um domínio, direto ou indireto, do ato que constitui o uso [da marca]» .

Se, no caso dos autos, se se confirmasse que as empresas da Amazon prestaram esses serviços (ou, pelo menos, os mais relevantes) no âmbito do programa «Envio através da Amazon», haveria que considerar que, quer como operador de um sítio de comércio eletrónico quer como armazenista, desempenham funções na colocação do produto no mercado que vão além da mera criação de condições técnicas para o uso do sinal. Por conseguinte, perante um produto que viola os direitos do titular dessa marca, a reação deste último poderia legitimamente consistir em proibir o uso do sinal.

O papel relevante das empresas da Amazon no processo de comercialização não pode ser diluído pela análise separada da atividade individual de cada uma delas. Seria contrário à realidade económica e ao princípio da igualdade tratar o armazenamento, a gestão dos pedidos e os demais serviços que prestam da mesma forma que os serviços prestados por um simples transportador ou armazenista independente, num modelo de negócio independente de qualquer outra operação da cadeia de distribuição.

Também não é um obstáculo ao exposto até agora que as empresas do grupo Amazon afirmem agir enquanto intermediários por conta do vendedor. Por um lado, essa pretensa intermediação tem as características de um envolvimento ativo na colocação no mercado, que já foram salientadas. Por outro lado, para o Tribunal de Justiça «não tem importância [...] que este uso seja feito pelo terceiro, no quadro da comercialização de produtos por conta de outro operador que é o único proprietário desses produtos».

Embora a referida opinião do Advogado-Geral não tenha sido diretamente analisada pelo Tribunal no processo nº C-567/18 (*Coty v. Amazon*), os argumentos por ele expostos foram debatidos e deixados em aberto para a apreciação em casos futuros.

Ao fim desta Seção, importa concluir que ambas as praxes jurídicas analisadas vêm caminhando em direção a uma maior responsabilização dos marketplaces em função da crescente importância de sua participação na colocação de produtos na cadeia vertical de comércio, conforme apontam Fairgrieve et al. (FAIRGRIEVE et al., 2024). Entre EUA e União Europeia, a prática jurídica pertinente ao tema tem variado em função dos diferentes marcos legislativos em vigor, estando todos igualmente defasados em relação aos usos comerciais contemporâneos, cada vez mais permeados por plataformas online. E, enquanto novos desenhos regulatórios tardam em ser aprovados, a prática judicial é pressionada a decidir casos concretos

que repetidamente desafiam os precedentes consolidados, exigindo julgamentos criativos e dinâmicos, tais quais as decisões acima resenhadas.

2. A ATUAL PRÁTICA JURÍDICA BRASILEIRA SOBRE A RESPONSABILIDADE DOS MARKETPLACES.

Antes mesmo da sanção do Marco Civil da Internet (MCI), em abril de 2014 (BRASIL, 2014), a prática jurídica brasileira vinha aplicando raciocínio semelhante àquele introduzido pela Seção 230 do CDA à legislação estadunidense (acima analisada) como parâmetro para disciplinar a atividade empresarial desenvolvida pelos marketplaces. Nesse sentido, pode ser citado o paradigmático julgado proferido pela Min. Nancy Angrighi ainda em 2013, no REsp n. 1383354 (BRASIL, 2013), em que enfatizou

"O serviço de intermediação virtual de venda e compra de produtos caracteriza uma espécie do gênero provedoria de conteúdo, pois não há edição, organização ou qualquer outra forma de gerenciamento das informações relativas às mercadorias inseridas pelos usuários. Não se pode impor aos sites de intermediação de venda e compra a prévia fiscalização sobre a origem de todos os produtos anunciados, na medida em que não constitui atividade intrínseca ao serviço prestado." (RESP - RECURSO ESPECIAL - 1383354 2013.00.74298-9, NANCY ANDRIGHI, STJ TERCEIRA TURMA, DJE DATA:26/09/2013 RSTJ VOL.:00232 PG:00264 RT VOL.:00957 PG:00345 ..DTPB:.)

Após a aprovação do MCI, o correspondente art. 19 passou a ser recorrentemente invocado por essas plataformas de intermediação como escudo invencível contra qualquer tipo de responsabilização decorrente dos produtos ofertados pelos terceiros vendedores. Como é possível depreender da análise formulada acima, o art. 19 veio a reproduzir, no contexto nacional, a mesma isenção de responsabilidade por conteúdo produzido por terceiros criada pela Seção 230 do CDA. Em acréscimo, o art. 19, abaixo transcrito limitou a responsabilidade dos provedores de conteúdo ao momento seguinte ao conhecimento do fato danoso mediante ordem judicial específica, condicionada à negligência do provedor, de forma análoga ao art. 14 da Diretiva nº 2000/31/CE.

Ainda que a invocação do art. 19 do MCI como imunidade contra responsabilidade civil dos marketplaces possua um forte enraizamento em alguns tribunais brasileiros, é preciso chamar atenção para o fato, hoje claramente perceptível, de que a atividade das plataformas de intermediação de vendas: (i) não podem ser confundidas com o simples exercício da liberdade

de expressão; e (ii) não mais se amoldam à metáfora das "vitrines virtuais", uma vez que passaram a integrar efetivamente a cadeia vertical de fornecimento de produtos.

2.1. AS ATIVIDADES DOS MARKETPLACES NÃO PODEM SER CONFUNDIDAS COM O SIMPLES EXERCÍCIO DA LIBERDADE DE EXPRESSÃO (INAPLICABILIDADE DO ART. 19 DO MCI);

Quando ao primeiro fato elencado, é preciso recordar que o MCI não disciplinou, e jamais teve a intenção de disciplinar o regime jurídico aplicável ao comércio eletrônico. Na Mensagem Presidencial que encaminhou o Projeto de Lei nº 2.126 à Câmara dos Deputados (BRASIL, 2011a), os Ministros de Estado subscritores salientaram o propósito de fornecer uma "proposta legislativa transversal e convergente" para a disciplina do uso da Internet no Brasil, a qual não poderia deixar de ser complementada por "um posicionamento futuro mais adequado sobre outros importantes temas relacionados à internet que ainda carecem de harmonização, como a proteção de dados pessoais, o comércio eletrônico, os crimes cibernéticos, o direito autoral, a governança da internet e a regulação da atividade dos centros públicos de acesso à internet, entre outros ". Além de ter delimitado o escopo do Marco Civil da Internet, deixando de fora a regulação das variadas modalidades do comércio eletrônico, a Mensagem também esclareceu que disposições relacionadas à limitação de responsabilidade por danos decorrentes de conteúdos gerados por terceiros se destinavam a preservar a liberdade de expressão:

16. No terceiro capítulo, ao tratar da provisão de conexão e de aplicações de internet, o anteprojeto versa sobre as questões como: o tráfego de dados, a guarda de registros de conexão à Internet, a guarda de registro de acesso a aplicações na rede, a responsabilidade por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros e a requisição judicial de registros. As opções adotadas privilegiam a responsabilização subjetiva, como forma de preservar as conquistas para a liberdade de expressão decorrentes da chamada Web 2.0, que se caracteriza pela ampla liberdade de produção de conteúdo pelos próprios usuários, sem a necessidade de aprovação prévia pelos intermediários. A norma mira os usos legítimos, protegendo a privacidade dos usuários e a liberdade de expressão, adotando como pressuposto o princípio da presunção de inocência, tratando os abusos como eventos excepcionais.

O próprio início do caput do art. 19 do MCI atesta o argumento sustentado neste Parecer, ao manifestar que seu intuito é "assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura ". Diante da farta evidência de que o art. 19 do MCI não é aplicável à atividade de intermediação de vendas online, é oportuno destacar que a Seção 230 do CDA não mais é considerada

aplicável às atividades de marketplace pela recente jurisprudência estadunidense, em função da mesma razão: as plataformas de intermediação de vendas online não fazem jus às proteções legais estipuladas em defesa da liberdade de expressão na internet. Acompanhando a jurisprudência dos EUA, é provável que os tribunais brasileiros aprofundem a tendência de deixar de aplicar o art. 19 do MCI como excludente de responsabilidade dos marketplaces.

De fato, é possível notar que também no Brasil a tendência em direção à maior responsabilização dos marketplaces já começou. Em 2019, a Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), do Ministério da Justiça e Segurança Pública, aprovou a Nota Técnica n.º 610/2019/CCSS/CGCTSA/DPDC/Senacon/MJ (BRASIL, 2019a), por meio da qual deu início à reversão de entendimentos anteriores, ao afastar a incidência do art. 19 do MCI aos casos de responsabilização dos marketplaces pelos produtos vendidos ao consumidor:

5.9.Outro direito fundamental é o de livre iniciativa, que significa o direito dos agentes econômicos de, dentro de limites legais, entrar, permanecer e sair do mercado, entendido esse como um espaço público de negociação de bens e serviços entre consumidores e fornecedores. O mercado, do ponto de vista jurídico e econômico, significa, portanto, tanto um espaço físico (como um shopping, uma feira) como eletrônico (como um marketplace). Esse direito fundamental econômico nada tem a ver com um direito de liberdade de expressão, que afeta a liberdade de pensamento religioso, filosófico, político e mesmo econômico. Naturalmente, a liberdade de pensamento antecede qualquer direito econômico, posto que o agir no mercado pressupõe a liberdade de pensar e se expressar. Mas são direitos que não se confundem, tanto que certos países tidos como capitalistas de estado, garantem-se certos direitos econômicos sem a garantia de liberdade de pensamento. 5.10.Justamente o comércio eletrônico liderado pelas grandes empresas de tecnologia e pelos marketplaces surge em virtude desse direito fundamental à livre iniciativa (não de liberdade de expressão) e se consolida após a aprovação do MCI. (...)

5.13. Ademais, não se pode confundir um provedor de conteúdo de internet concebido para garantir a liberdade de expressão com marketplaces concebidos para comprar e vender bens em ambientes virtuais. Dessa forma, empresas que intermediam [sic] operações de mercado não podem escudar-se, portanto, em dispositivos concebidos para garantir a liberdade de expressão e serem utilizados por fornecedores que atuam na cadeia de fornecimento de bens e serviços no mercado. (Grifos do parecerista)

A rejeição do art. 19 do MCI enquanto excludente de responsabilidade dos marketplaces também pode ser constatada em recentes julgados de Tribunais de Justiça, a exemplo do Acórdão proferido na Apelação Cível n.º 101956674.2020.8.26.0564 (BRASIL, 2021a), julgada pela 26ª Câmara do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, que afastou a alegação do Mercado Livre de que seria parte ilegítima para figurar no polo passivo, uma vez

que a responsabilidade seria "exclusiva daquele que efetuou a venda e recebeu o valor pago pelo Apelado". Ainda nesse caso, o Mercado Livre não deixou de argumentar que “ os prestadores de serviço de internet, na categoria de provedores de aplicações na internet, não respondem pelo conteúdo veiculado por terceiros na web, salvo se após ordem judicial específica não tomarem providências para tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente” (fl. 416), insistindo, por fim, na inexistência de danos materiais e morais". Desconsiderando tais alegações, o tribunal manteve a sentença que condenou a Ré a indenizar o consumidor lesado em sua compra.

2.2. AS ATIVIDADES DOS MARKETPLACES NÃO MAIS SE AMOLDAM À METÁFORA DAS "VITRINES VIRTUAIS", UMA VEZ QUE PASSARAM A INTEGRAR EFETIVAMENTE A CADEIA VERTICAL DE FORNECIMENTO DE PRODUTOS (ENQUADRAMENTO DOS MARKETPLACES COMO FORNECEDORES, NOS TERMOS DO CDC);

Além da inaplicabilidade do art. 19 do MCI, é preciso destacar que a Senacon também passou a caracterizar a relação estabelecida entre o marketplace e o adquirente dos produtos ofertados pelo terceiro-vendedor como uma típica relação de consumo, em que a plataforma é enquadrada como fornecedora, nos termos do art. 3º do Código de Defesa do Consumidor (CDC) (BRASIL, 1990). Ao pretender recomendar aos marketplaces a adoção de medidas de prevenção e de responsabilidade quanto aos produtos comercializados, a Senacon afirmou, em sua Nota Técnica n.º 91/2020/CCSS/CGCTSA/DPDC/Senacon/MJ (BRASIL, 2020) que a recusa em cooperar coloca “em risco desnecessário os usuários dessas plataformas (onde a relação desenvolvida entre usuários e plataformas pode ser caracterizada como relação de consumo nos termos do art. 1º a 3º da Lei 8.078/90) pela omissão em tomar medidas de prevenção acerca de resguardar a sua saúde e a segurança, a depender da situação ”. Para reforçar seu argumento, a Senacon anotou que o STJ já reconheceu a responsabilidade objetiva das plataformas pela “falha de segurança do serviço de intermediação de negócios e pagamentos oferecido ao consumidor” (BRASIL, 2011b), com fundamento no art. 25 do CDC (o qual dispõe que é “vedada a estipulação contratual de cláusula que impossibilite, exonere ou atenua a obrigação de indenizar prevista nesta e nas seções anteriores”).

Posicionamento semelhante é também adotado de maneira ainda mais firme pelo Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, na já mencionada Apelação Cível nº 1019566-74.2020.8.26.0564, julgada pela 26ª Câmara, ao avaliar que o verdadeiro papel exercido pelas

plataformas de intermediação de vendas extrapola a mera apresentação online de produtos (“vitrine virtual”):

“(...) o mercadolibre.com não é apenas um provedor de pesquisa, trata-se na verdade de provedor de intermediação de pesquisa e venda de produtos de via comércio on-line e a circunstância das vendas serem realizadas mediante mecanismos interativos do próprio site inserem a requerida no conceito de fornecedores de serviços. (...) Portanto, não é a requerida simples provedora de pesquisa e sendo assim responde solidariamente pelos danos que os consumidores de seus serviços sofrerem, inclusive por fraude, sendo este entendimento já encontrado na jurisprudência. (...) Além do mais, no caso concreto, o pagamento via cartão de crédito e com parcelamento também é feito pela plataforma; por conseguinte, após o cancelamento da compra via plataforma, competia a esta proceder a devolução do dinheiro ao consumidor, já que não o repassou ao vendedor. Portanto, agiu de má-fé ao se apropriar do valor, impondo assim a devolução da integralidade do valor singelo, não em dobro, da data da compra corrigido e com juros de 1%. Com relação aos danos morais é também devido, conforme consta dos autos, a requerida não devolveu o dinheiro ao consumidor nem pagou ao comerciante, conclui-se que se apropriou do pagamento. Seu comportamento revela má-fé, além disso impôs ao consumidor entrar em juízo para reaver seus direitos o que por evidente lhe causa abalo moral indenizável que arbitro ante a intensidade da má-fé fixo em R\$ 10.000,00” (cf. fls. 402/405).

No mesmo sentido, vale mencionar também as Apelações Cíveis nº 1000372-94.2021.8.26.0292 (BRASIL, 2021b) e nº 101365188.2020.8.26.0032 (BRASIL, 2021c), da 15ª Câmara e da 32ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça de São Paulo, respectivamente. No primeiro julgado referido, o Relator Ramon Mateo Júnior não só aplicou a responsabilidade objetiva do art. 14 do CDC à relação mantida entre o consumidor final e o Mercado Livre, como também destacou que “embora a apelada sustente sua atuação como mera intermediadora entre comprador e vendedor, a análise dos autos revela que houve participação ativa da empresa ré no caso, tendo o autor se valido do seu sistema de pagamento”. Quanto à segunda decisão aludida, o Relator Kioitsi Chicuta reforçou os argumentos da sentença, reconhecendo que:

“a gerenciadora de pagamentos na venda “on line” compõe a cadeia de fornecedores do produto na relação jurídica descrita na inicial, nos termos do art. 3º, § 2º e 7º, parágrafo único do Código de Defesa do Consumidor, não se cuidando de mera intermediadora como se apresentou. Na verdade, a pretexto de se cuidar de mera intermediadora financeira, que proporciona segurança nas transações realizadas por meios eletrônicos, a empresa auferiu lucro quando da utilização de seus serviços, de forma que possui o dever de indenizar eventuais prejuízos causados. Observe-se que, conforme

noticiado pela própria recorrente, os danos reclamados pela autora decorreram de conduta de usuário admitido em sua plataforma.”

Unindo-se à jurisprudência favorável ao reconhecimento da responsabilidade objetiva dos marketplaces, vale, ainda, transcrever algumas decisões exemplares dos Tribunais de Justiça do Estado de Minas Gerais (BRASIL, 2024a) e do Distrito Federal (BRASIL, 2024b):

EMENTA: APELAÇÃO. AÇÃO REDIBITÓRIA. DIREITO DO CONSUMIDOR. RESPONSABILIDADE DO FORNECEDOR. LEGITIMIDADE PASSIVA DA PLATAFORMA MARKETPLACE. VENDA DE PRODUTO FALSIFICADO. RESSARCIMENTO DO VALOR PAGO. INOVAÇÃO RECURSAL. MATÉRIA NÃO SUSCITADA EM DEFESA. NÃO CONHECIMENTO EM PARTE DO RECURSO. INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. REQUISITOS. PRESENÇA. VALOR DEVIDO. CRITÉRIOS.

- O CPC adotou o princípio da eventualidade, sendo ônus do réu apresentar toda a matéria de defesa em contestação, nos termos dos arts. 341 e 342.

- Na responsabilidade por vício do produto ou do serviço, o CDC coloca à disposição do consumidor uma tríplice possibilidade: 1- a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso; 2- a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos; 3- o abatimento proporcional do preço.

- A empresa intermediadora da venda do produto falsificado, conhecida como "marketplace", insere-se no conceito de fornecedora tanto quanto a fabricante do produto. Isso porque participa da cadeia de fornecimento, inspirando confiança no consumidor por ser uma plataforma de vendas on-line conhecida, logo possui responsabilidade pelos danos decorrentes da aquisição de produto com vício.

- É cabível indenização por danos morais em virtude de fabricante de produto e plataforma digital disponibilizarem um produto falsificado, resultando em prejuízo nas atividades diárias e profissionais do comprador.

- Ao arbitrar o valor da indenização por dano moral, o juiz deve levar em consideração os princípios da razoabilidade e da proporcionalidade, além do caráter pedagógico da condenação, no sentido de inibir eventuais e futuros atos danosos. A condenação não deve ser aquém, de forma que não sirva de repreensão para quem tem o dever de pagá-la, nem além, que possa proporcionar o enriquecimento sem causa de quem recebe a indenização, sob pena de desvirtuar o instituto do dano moral. (TJMG - Apelação Cível 1.0000.23.259298-0/001, Relator(a): Des.(a) Marco Aurélio Ferrara Marcolino, 13ª CÂMARA CÍVEL, julgamento em 25/01/2024, publicação da súmula em 30/01/2024)

JUIZADOS ESPECIAIS CÍVEIS. CONSUMIDOR. COMPRA E VENDA REALIZADA PELA INTERNET. PRODUTO NÃO ENTREGUE. FALHA NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO. RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA DO INTERMEDIADOR DO PAGAMENTO. RECURSO CONHECIDO E NÃO PROVIDO.

1. Na origem, o autor narra que adquiriu três aparelhos de ar-condicionado pelo valor de R\$3.149,40, cujo pagamento foi efetivado através da plataforma do recorrido. No entanto, não recebeu os produtos. Sobreveio sentença condenando a ora recorrente a restituir o valor pago.
2. Em suas razões, a recorrente suscita preliminar de ilegitimidade passiva por se tratar de mera plataforma de pagamentos. Pondera que a compra foi feita fora da plataforma MERCADO LIVRE e que não houve falha na prestação do serviço. Pede, assim, a reforma da sentença para que sejam julgados improcedentes os pedidos iniciais. Foram apresentadas contrarrazões, id 63381635.
3. A relação jurídica estabelecida entre as partes é de natureza consumerista, uma vez que as partes se enquadram nos conceitos de fornecedor e de consumidor, atraindo ao caso sob análise as regras de proteção do consumidor, inclusive as pertinentes à responsabilidade objetiva na prestação dos serviços.
5. Restou demonstrado nos autos que o recorrido adquiriu três aparelhos de ar-condicionado pelo valor de R\$3.149,40, cujo pagamento foi feito na plataforma do recorrido, sendo que o produto não foi entregue.
6. Restou assentado o entendimento de que tratando-se de uma relação de consumo, impõe-se a responsabilidade solidária perante o consumidor de todos aqueles que tenham integrado a cadeia de prestação de serviço, em caso de defeito ou vício. (art. 7º, parágrafo único c/c art. 25 § 1º, CDC).
7. Na mesma linha o art. 14 do Código de Defesa do Consumidor dita que "o fornecedor de serviços responde independentemente da existência de culpa, pela reparação de danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e risco".
8. Com efeito, a responsabilidade civil no CDC assenta-se sobre o princípio da qualidade do serviço ou produto, não apresentando o serviço a qualidade que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, dentre as quais se destacam o modo de prestação do seu fornecimento e o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam (art. 14, § 1º, I e II do CDC). A responsabilidade objetiva do fornecedor em tais casos somente será ilidida se ficarem comprovados os fatos que rompem o nexo causal, ou seja, deve o fornecedor provar que, tendo o serviço sido prestado o defeito inexistiu ou o fato exclusivo do consumidor ou de terceiro. A dicção do § 3º do art. 14 do CDC é muito clara ao criar a inversão ope legis do ônus da prova da inexistência do fato do serviço, ao estabelecer que "o fornecedor do serviço só não será responsabilizado quando provar...".
9. Neste caso, o recorrido adquiriu produto pela internet, cujo pagamento se deu através da plataforma do recorrente, de modo que é inequívoco que este, a despeito de ser mero intermediador de pagamento, se insere na cadeia de consumo e, como tal, deve se responsabilizar pelos danos suportados pelo consumidor, notadamente por se tratar de atividade que gera lucro, e que houve falha na prestação do serviço, ficando ressalvada, no entanto, a possibilidade de exercer o direito de regresso contra quem entender de direito.
9. Preliminar rejeitada. Recurso CONHECIDO e NÃO PROVIDO. Sentença mantida.
10. Condenado o recorrente ao pagamento de honorários advocatícios que fixo em 10% sobre o valor da condenação (art. 55 da Lei 9099/95).

11. A súmula de julgamento servirá de acórdão, conforme inteligência dos artigos 2º e 46 da Lei n. 9.099/95.

(Acórdão 1921748, 0704702-21.2024.8.07.0006, Relator(a): MARILIA DE AVILA E SILVA SAMPAIO, SEGUNDA TURMA RECURSAL, data de julgamento: 16/09/2024, publicado no DJe: 26/09/2024.)

O art. 18 do CDC dispõe que os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo. Em seu § 6º, II, incluiu no conceito de produtos impróprios não apenas os produtos falsificados, como, também, aqueles em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação.

A título ilustrativo, convém remeter à Apelação Cível nº 71008558801 (BRASIL, 2019b), julgada pela 2ª Turma Recursal Cível do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, que reconheceu a responsabilidade do marketplace pela comercialização de produtos falsificados (impróprios):

RECURSO INOMINADO. RESPONSABILIDADE CIVIL. MERCADO LIVRE. VENDA DE LIVROS EM PDF. PRÁTICA VEDADA NA POLÍTICA PARA CADASTRAMENTO DE PRODUTOS. DIREITOS AUTORAIS. LEI 9.610/98. ART. 7º, I. VIOLAÇÃO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL. VENDAS DE LIVROS EM PDF PELA INTERNET SEM AUTORIZAÇÃO. LEGITIMIDADE PASSIVA RECONHECIDA. CASO CONCRETO EM QUE O RÉU ASSUMIU RESPONSABILIDADE, MUITO EMBORA SEJA, VIA DE REGRA, MERA PLATAFORMA DIGITAL DE VENDAS. RISCO DO NEGÓCIO. DEVER DE INDENIZAR CONFIGURADO, POR TER PERMITIDO A VEICULAÇÃO EM SUA PLATAFORMA DE VENDAS DE ANÚNCIOS QUE VIOLAVAM A LEI DE DIREITOS AUTORAIS. DANOS MATERIAIS RECONHECIDOS. QUANTUM INDENIZATÓRIO REDUZIDO, PORQUANTO O DANO MATERIAL DEVE REPRESENTAR O EFETIVO PREJUÍZO SOFRIDO PELA PARTE AUTORA, SOB PENA DE ENRIQUECIMENTO ILÍCITO. RECURSO PARCIALMENTE PROVIDO, POR MAIORIA, VENCIDO O DR. ALEXANDRE DE SOUZA COSTA PACHECO, QUE DAVA PROVIMENTO.(Recurso Cível, Nº 71008558801, Segunda Turma Recursal Cível, Turmas Recursais, Relator: Ana Cláudia Cachapuz Silva Raabe, Julgado em: 2606-2019)

A comercialização de produtos ilegais, sejam eles falsificados, não certificados ou de venda proibida, é atualmente uma grande preocupação para as agências reguladoras, como abordou a Procuradoria Federal Especializada junto à Agência Nacional de Telecomunicações, em seu Parecer 00453/2021/PFE-ANATEL/PGF/AGU (BRASIL, 2021d). Na perspectiva do marco regulatório a que tais agências estão submetidas, a comercialização de produtos não

certificados ou proibidos configura infração administrativa, sujeitando o infrator (fabricante, fornecedor, comerciante ou consumidor) às sanções cabíveis. Nesse aspecto, é importante ressaltar que a responsabilidade objetiva dos marketplaces pela comercialização de produtos não certificados foi ratificada pela Presidência do Tribunal Regional Federal da 3ª Região, em sede da Suspensão de Liminar e de Sentença nº 5025280-23.2024.4.03.0000 (BRASIL, 2024c). Ao decidir o caso, o Presidente do Tribunal a ressaltou que a “*discussão não reside em cerceamento da liberdade de expressão dos anunciantes (que não possuem, por óbvio, liberdade de expressão de anunciar produtos irregulares), nem em iniciativa de particulares*”, ao contrário, o referido Desembargador concluiu que o cerne da questão tem o “*objetivo de tutelar interesses coletivos, da sociedade*”.

Conclusão.

Este estudo partiu da percepção da evolução das plataformas digitais e seu impacto na economia e nas interações sociais, políticas e econômicas. Desde a introdução do conceito de Web 2.0 por O'Reilly em 2005, observou-se como as plataformas se tornaram centrais na economia digital, reconfigurando redes e modelos de negócios, e influenciando profundamente a vida cotidiana.

Este artigo buscou examinar a responsabilidade dos marketplaces nos Estados Unidos, na União Europeia e no Brasil. Nos EUA, a jurisprudência tem variado, com tribunais adotando diferentes abordagens para determinar se os marketplaces são "vendedores" ou meros "facilitadores" do comércio. Casos como *Bolger v. Amazon* marcaram uma mudança significativa, com tribunais reconhecendo a responsabilidade dos marketplaces em certas circunstâncias. Na União Europeia, a Diretiva 2000/31/CE oferece isenção de responsabilidade para provedores de armazenagem, mas essa isenção é condicionada ao desconhecimento de atividades ilegais. O caso *L'Oréal v. eBay* destacou a necessidade de uma posição neutra dos marketplaces para se beneficiarem dessa isenção.

No Brasil, a prática jurídica tem seguido um caminho semelhante, com o Marco Civil da Internet (MCI) sendo frequentemente invocado como escudo contra a responsabilização dos marketplaces. No entanto, decisões recentes têm questionado essa interpretação, destacando que as atividades dos marketplaces não podem ser confundidas com o simples exercício da liberdade de expressão e que eles integram efetivamente a cadeia de fornecimento de produtos. A Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon) e tribunais brasileiros têm reconhecido a responsabilidade objetiva dos marketplaces, alinhando-se com a tendência internacional de maior responsabilização.

Em suma, este artigo demonstrou a necessidade de uma reavaliação das legislações aplicáveis às plataformas digitais, considerando seu papel central na economia moderna. A responsabilidade dos marketplaces deve ser analisada à luz de sua participação ativa na cadeia de fornecimento, garantindo assim a proteção dos consumidores e a justiça nas relações comerciais. A evolução contínua das práticas jurídicas e regulatórias é essencial para acompanhar as mudanças rápidas no ambiente digital e assegurar um equilíbrio entre inovação e responsabilidade.

Bibliografia.

BRASIL. Lei no 8.078, de 11 de setembro de 1990. . 1990.

BRASIL. Mensagem Presidencial no326/211. [s.l: s.n.].

BRASIL. RESP No 1.107.024 - DF, Min. Isabel Gallotti. [s.l: s.n.].

BRASIL. RESP no 1383354, 2013-09-26, Min. Nancy Andrighy. [s.l: s.n.].

BRASIL. Lei no 12.965, de 23 de abril de 2014. . 2014.

BRASIL. Nota Técnica n.o 610/2019/CCSS/CGCTSA/DPDC/SENACON/MJ. [s.l: s.n.].

Disponível em:
<https://sei.mj.gov.br/sei/controlador.php?acao=documento_imprimir_web&acao_origem=arvore_visualizar&id_documento=12324161&infra_siste...1/8>.

BRASIL. Apelação Cível no 71008558801. [s.l: s.n.].

BRASIL. Nota Técnica n.o 91/2020/CCSS/CGCTSA/DPDC/Senacon/MJ . [s.l: s.n.].

BRASIL. Apelação Cível No 1019566-74.2020.8.26.0564. [s.l: s.n.].

BRASIL. Apelação Cível no 1000372-94.2021.8.26.0292. [s.l: s.n.].

BRASIL. Apelação Cível no 1013651-88.2020.8.26.0032. [s.l: s.n.].

BRASIL. Parecer no 00453/2021/PFE-ANATEL/PGF/AGU. [s.l: s.n.].

BRASIL. Apelação Cível no 1.0000.23.259298-0/001. [s.l: s.n.].

BRASIL. Apelação Cível no 0704702-21.2024.8.07.0006. [s.l: s.n.].

BRASIL. Suspensão de Liminar e de Sentença no 5025280-23.2024.4.03.0000. [s.l: s.n.].
Disponível em:
<<https://pje2g.trf3.jus.br/pje/ConsultaPublica/DetalheProcessoConsultaPublica/documentoSemLoginHTML.seam?ca=833931d9591868ed467eab>>.

BUSCH, C. Rethinking Product Liability Rules for Online Marketplaces: A Comparative Perspective. 2021.

CITRON, D. K.; WITTES, B. THE PROBLEM ISN'T JUST BACKPAGE: REVISING SECTION 230 IMMUNITY. 2018.

UNIÃO EUROPEIA. Conclusões do Advogado-Geral no Processo C-567/18. [s.l: s.n.].

EUA. Bolger v. Amazon. [s.l: s.n.]. . Acesso em: 27 abr. 2025.

EUA. Section 230. Communications Decency Act. . 1996.

FAIRGRIEVE, D. et al. Product Liability and Online Marketplaces: comparison and reform. *International and Comparative Law Quarterly*, v. 73, n. 2, p. 477–504, 30 abr. 2024.

O'REILLY, T. What is web 2.0. [s.l: s.n.].

EUA. Loomis v. Amazon. [s.l: s.n.].

UNIÃO EUROPEIA. Diretiva 2000/31/CE. . 2000.

UNIÃO EUROPEIA. L'Óreal v. eBay. Acórdão no Processo C-324/09. [s.l: s.n.].

UNIÃO EUROPEIA. Coty v. Amazon. Acórdão no Processo C-567/18. [s.l: s.n.]. Disponível em: <www.amazon.de>.