

Avaliação negativa de site sem explicar critérios gera indenização

O site que abriga lojas virtuais tem a obrigação de informar aos seus usuários que critérios usa para avaliar o desempenho dos produtos e serviços disponibilizados, de forma inequívoca, clara e objetiva. Com esse entendimento, a 1ª Turma Recursal Cível dos Juizados Especiais Cíveis do Rio Grande do Sul [manteve sentença](#) que condenou o Mercado Livre a pagar dano moral a um pequeno comerciante de Porto Alegre.

Como o empresário provou que era um bom vendedor, com o aval dos próprios compradores no seu perfil, o colegiado entendeu que a baixa reputação que lhe foi atribuída afetou sua imagem, ensejando o dever de indenizar.

No primeiro grau do Juizado Especial Cível, a julgadora leiga condenou o site a inserir reputação positiva ao autor ou retirar a negativa lá inserida. E também a pagar dano moral no valor R\$ 6 mil. Em grau de recurso, este valor foi redimensionado para R\$ 2,5 mil pelo juiz-relator da 1ª Turma Recursal, Pedro Luiz Pozza. O acórdão foi lavrado na sessão do dia 10 de março.

O caso

O autor ajuizou ação reparatória contra os responsáveis pelo site, queixando-se dos efeitos da má-avaliação dos seus produtos — equipamentos e suprimentos de informática. Disse que o declínio de avaliação começou após ter se negado a trocar de categoria, sugerido pelo site, quando migraria de “bronze” para “diamante”. A partir de então, o site passou a qualificar sua reputação como negativa, na cor vermelha, o que acarretou diminuição nas vendas. No “termômetro” das cores, a cor vermelha é a pior avaliação, e a verde, a melhor.

No 5º Juizado Especial Cível, do Foro Central de Porto Alegre, o empresário pediu que o site fosse compelido a corrigir sua reputação para positiva ou se abster de considerá-la negativa, bem como fosse proibido de linear a recomendação de outros vendedores concorrentes. Requereu a confirmação definitiva da tutela e a condenação da ré ao pagamento de danos morais em valor a ser arbitrado pelo juízo.

A juíza leiga Marúcia Didier Nogueira Nascimento disse estranhar o fato de o autor ter mais de 200 qualificações positivas, com comentários elogiosos sobre seu trabalho, nenhuma negativa e, ainda assim, ostentar a reputação avaliada na cor vermelha. Ela também criticou, no *lay-out* do site, a mensagem que aparece abaixo do “termômetro”: *“O que isso significa? Este vendedor não tem boa reputação no site”*.

A seu ver, não há necessidade de tal explicação. Além disso, a mensagem é ofensiva e discriminatória. “Qual usuário iria querer negociar com um vendedor onde consta a informação de que ele não tem boa reputação? Com certeza, este tipo de mensagem gera um prejuízo material e moral ao vendedor. Material, porque os usuários não irão querer negociar com um vendedor de reputação ruim e, conseqüentemente, afetará as vendas deste vendedor. Moral, porque é a imagem da pessoa afetada”, escreveu na sentença.

Ela também derrubou o argumento da empresa de que são os usuários os responsáveis pelas avaliações,

tentando se eximir de responsabilidade. Para a juíza leiga, a Mercado Livre não trouxe aos autos as qualificações negativas dos usuários e, conseqüentemente, os seus comentários, para que pudessem embasar a reputação tão ruim atribuída autor, o que é exigido pelo artigo 333, inciso II, do Código de Processo Civil.

Clique [aqui](#) para ler a sentença.

Clique [aqui](#) para ler o acórdão.

Date Created

16/03/2015