



**5º JUIZADO ESPECIAL CÍVEL**

**FORO CENTRAL DA COMARCA DE PORTO ALEGRE - ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL**

**Processo:** 001/3.14.0021867-0

**Natureza:** Reparação de Danos

**Parte autora:** JORGE LUIS REIS ABEL

**Parte ré:** MERCADOLIVRE.COM ATIVIDADES DE INTERNET LTDA

**Publicação:** 18/11/2014

**Juíza Leiga:** Marúcia Didier Nogueira Nascimento

---

Vistos e examinados os autos.

**I - RELATÓRIO**

JORGE LUIS REIS ABEL formulou pedido em face de MERCADOLIVRE.COM ATIVIDADES DE INTERNET LTDA.

Narra o autor utilizar a plataforma da ré para comprar e vender produtos. Afirma ser cadastrado como vendedor na categoria bronze na plataforma da ré e que esta vinha insistindo para que o autor mudasse a sua categoria para diamante. Alega ter se recusado a mudar de categoria e após a recusa, a ré passou a qualificar sua reputação como negativa, na cor vermelha. Sustenta que teve sua reputação prejudicada devido à má prestação de serviço da ré, acarretando na diminuição de suas vendas. Pleiteou a concessão de tutela antecipada para determinar que o réu corrija a reputação do autor para positiva ou se abstenha de dar reputação negativa, bem como seja 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 (fls. 04-05). Juntou documentos (fls. 06-10).

Indeferida a tutela antecipada (fl. 11).

Na audiência de conciliação compareceram as partes. Inexitosa a conciliação (fl. 21). Parte ré acostou documentos de representação processual (fls. 22-44).



Na audiência de instrução compareceram as partes. Inexitosa a conciliação (fl. 45-46). Parte autora acostou documentos (fls. 48-59). Parte ré apresentou contestação (fls. 61-76) e juntou documentos (fls. 77-86).

Contesta a ré esclarecendo que o site não se caracteriza como fornecedor dos produtos e dos serviços anunciados e comercializados no site, mas sim como prestador de serviços de plataforma online para aproximar as partes e viabilizar a venda e compra dos itens anunciados no site. Afirma que o processo de reputação encontra-se vigente desde janeiro/2014, onde o autor somente baixa de nível caso deixe de cumprir com alguma das variáveis. Aduz ser importante destacar e melhorar a exposição dos anúncios, pois quanto mais exposição o vendedor dá ao seu anúncio, mais variáveis ele poderá receber dos compradores, mais tempo online ele terá e mais possibilidades de venda e vendas em menos tempo. Esclarece que a posição no termômetro depende de requisitos. Assevera que a reputação do autor melhorará também com a utilização do MercadoPago e MercadoLivre Envios. Diz que o resultado obtido nesses indicadores será comparado com os outros vendedores e usado para estabelecer o posicionamento do autor no termômetro da reputação. Afirma que o autor não contatou a ré solicitando mais informações sobre sua reputação ou fazendo reclamação sobre o tema. Aduz que possui um sistema de reputação alimentado pelos próprios usuários do site, não tendo a ré nenhuma responsabilidade ou capacidade para efetuar uma qualificação, cabendo apenas ao usuário vendedor e usuário comprador. Sustenta que as qualificações negativas ocorreram por culpa exclusiva do autor e inexistência de danos morais. Requereu a improcedência da ação.

É o breve relatório.

Vieram os autos para decisão.

## **II - FUNDAMENTAÇÃO**

Sem preliminares, passa-se à análise do mérito.

Do mérito.

Primeiro vale salientar que o autor faz uso de apelido no site da ré. O seu



apelido é “TRUSTGAMES”, conforme afirmado na audiência de instrução e comprovado pelo documento de fl. 07.

As partes concordam que as qualificações dos vendedores no site são inseridas pelos usuários, sejam eles usuários vendedores ou compradores. As qualificações podem ser positivas, negativas ou neutras.

O ponto controvertido é quanto à reputação, que é medida numa espécie de termômetro indicado por cores. A cor vermelha é a pior e a cor verde é a melhor.

O autor alega que é a ré quem faz a avaliação da reputação. Por outro lado, a ré sustenta que são os usuários que avaliam também a reputação dos vendedores, não tendo a ré nenhuma responsabilidade ou capacidade para efetuar uma qualificação.

No documento de fl. 08 verifica-se que o autor tem 211 qualificações positivas, 25 neutras e 0 (zero) negativas. Praticamente os mesmos números estão confirmados no documento da ré de fl. 70, havendo alteração somente na qualificação neutra para 26.

Como a própria ré explicou, os usuários, ao fazerem a qualificação, podem inserir comentários para justificar sua avaliação. Constatam-se diversos comentários positivos com relação ao autor, tais como: “**Vendedor negociou de forma rápida, correta e precisa. Recomendo à toda comunidade Mercado Livre**”, “**Bom**”, “**Ótimo**”, “**Excelente vendedor!! Muito solícito e rápido!! Recomendo a todos**”, “**Produto Ok, vendedor 100%**”, “**Negociação muito simples, vendedor atencioso e disponível [...]**”, “**tudo certo recebi a TV e goçamos bem, vendedor rápido e bom de negociar**” (fl. 08). Há vários outros comentários positivos sobre o autor nos documentos de fls. 54-57.

É estranho o fato de o autor tem tantas qualificações positivas (211), com comentários elogiosos dos usuários sobre o seu trabalho, bem como não ter nenhuma qualificação negativa e, ainda assim, ter sua reputação avaliada na cor vermelha, ou seja, a mais baixa (fl. 09). A ré afirma que agora a reputação do autor está na cor laranja, consoante documento de fl. 70, confirmado no documento de fl. 58 juntado pelo autor. A cor laranja está logo acima da vermelha, ou seja, ainda é uma avaliação ruim. Note-se que ao lado do termômetro de escala de cores, há o sinal de negativo do lado esquerdo (ao lado da cor vermelha) e sinal de positivo do lado direito (ao lado da cor verde). Estes



sinais são suficientes para os usuários entenderem que a avaliação na cor vermelha é a pior, mais baixa, e a avaliação na cor verde é a melhor, mais alta. Não obstante, abaixo do termômetro aparece a seguinte mensagem explicativa sobre a escala de cores, no caso as cores vermelha e laranja: “**O que isso significa? Este vendedor não tem boa reputação no site**”. Primeiro, entendo que não precisava de tal explicação. Segundo, 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.

A ré se limita a dizer que são os usuários que fazem as avaliações, não tendo ela responsabilidade. No entanto, não carregou aos autos as qualificações negativas dos usuários e conseqüentemente os seus comentários para que pudessem embasar a reputação tão ruim do autor nas cores vermelha e laranja, ônus que lhe incumbia com esteio no art. 333, II, do CPC. Ademais, o preposto da ré afirmou que existe um histórico dos vendedores na empresa e não soube explicar a discrepância entre as qualificações e a reputação. Disse “[...] que **existe histórico dos vendedores na empresa ré, mas não sabe dizer de quanto tempo de armazenamento; que a reputação do autor atualmente está em laranja, mas acredita que antes era entre o laranja e o vermelho; que não sabe explicar como o autor ter qualificação verde dos compradores e a reputação ser laranja ou vermelha [...]**”. Qual a razão do histórico do autor não ter sido trazido aos autos?

Crítérios de avaliação de desempenho têm de ser claros, objetivos, inequívocos. A ré indicou os requisitos observados pertinentes à posição do termômetro e dentre eles, estão: a quantidade de vendas concretizadas, o número de qualificações consideradas como contraditórias, a quantidade de qualificações positivas, o valor total de vendas concretizadas. Portanto, deveria ter trazido as informações sobre os referidos requisitos, o que não fez.



Cabe frisar, outrossim, que a ré alega que o resultado obtido nos requisitos indicadores do processo de reputação é comparado com os outros vendedores e usado para estabelecer o posicionamento do autor no termômetro da reputação. Deveria, então, ter juntado também aos autos a comparação com os outros vendedores como justificativa da posição do autor no termômetro.

Em razão da ausência de provas, deverá a ré inserir reputação positiva ao autor ou retirar do site a reputação negativa do autor lá inserida.

No site da ré há também recomendação de anúncios de melhores vendedores. Tal recomendação igualmente tem de seguir critérios objetivos, sob pena de ser considerada discriminatória. O autor novamente foi prejudicado, porque tem diversas qualificações positivas e não tem anúncios seus recomendados. Se existem, a ré não provou. Ademais, este tipo de recomendação prejudica também os novos vendedores que por estarem iniciando seu trabalho não têm muitas qualificações. A ré recomendando os anúncios dos melhores vendedores, dificulta que o vendedor novo seja procurado pelos usuários, o que poderá futuramente gerar problemas à ré.

O autor postulou que a ré seja proibida de linear recomendação de outros vendedores concorrentes. Não há como deferir tal pleito. Entendo que cabe à ré criar seus próprios critérios. As pessoas prejudicadas têm o direito de discutir tais critérios, como está fazendo o autor com o ajuizamento da presente demanda.

Não resta dúvida do dano causado ao autor. A imagem dele como vendedor foi afetada, pois a mensagem disponibilizada no site sobre sua reputação é extremamente ofensiva. Ao inserir reputação baixa, com mensagem explicativa ofensiva, e não comprovar que a reputação é feita pelos usuários baseada em dados concretos, consoante os requisitos avaliados, a ré é responsável pelo dano causado ao autor. Configurado, pois, o dano moral, ensejando o dever de indenizar.

Na fixação do *quantum* indenizatório deve-se buscar a reparação que represente uma compensação ao ofendido, considerando-se os princípios da proporcionalidade e razoabilidade, bem como levando-se em conta a extensão do dano, as condições econômicas e sociais do ofensor e ofendido e a conduta da empresa. O



valor estabelecido deve, ainda, mostrar-se suficiente para atender o caráter repressivo e pedagógico da indenização. Com base nestes critérios opino pela fixação dos danos morais no valor de R\$ 6.000,00 (seis mil reais).

### III - DISPOSITIVO

Pelo exposto, opino pela parcial procedência do pedido formulado por JORGE LUIS REIS ABEL em face de MERCADOLIVRE.COM ATIVIDADES DE INTERNET LTDA para:

- 1) determinar que a ré, no prazo de 48 horas, insira reputação positiva ao autor ou retire do site a reputação negativa do autor lá inserida.
- 2) condenar a ré ao pagamento de danos morais ao autor no valor de R\$ 6.000,00 (seis mil reais), corrigido monetariamente pelo IGP-M desde o arbitramento da indenização, nos termos da Súmula nº 362 do STJ, e juros moratórios de 01% ao mês, da citação, consoante art. 405 do Código Civil.

Sem custas ou honorários, por força dos arts. 54 e 55 da Lei nº 9.099/95, e sujeita esta decisão à homologação judicial, nos termos do art. 40 do mesmo diploma legal.

Retifique-se a denominação do polo passivo para constar o nome MERCADOLIVRE.COM ATIVIDADES DE INTERNET LTDA, consoante documentos de fls. 28-44.

Publique-se. Registre-se.

Porto Alegre, 13 de novembro de 2014.

Marúcia Didier Nogueira Nascimento  
Juíza Leiga