

## **A RESPONSABILIDADE DOS SITES INTERMEDIADORES DA RELAÇÃO DE CONSUMO**

Luiz Fernando de Freitas Biazin<sup>1</sup>  
Prof. Esp. Norman Prochet Neto<sup>2</sup>

O presente artigo tem como tema as relações de consumo, que ocorrem por meio da internet, sendo evidente que tais relações tem aumentado gradativamente tornando-se mais presente em nosso cotidiano, seja pelo atrativo da praticidade ou pela amplitude de escolha, porém pelo fato de não haver a existência de uma legislação específica que ampare tais relações, muitos sites tentam eximir-se da responsabilidade a eles pertencente, fazendo com que alguns direitos dos consumidores passem despercebidos e ocasionalmente os prejudicando. Dessa forma, o presente estudo tem como objetivo demonstrar a responsabilidade dos sites intermediadores da relação de consumo, que apresentam o produto mas não são seu real fornecedor. Será realizado com base no método científico dedutivo e em técnicas de pesquisas bibliográficas sobre o tema. Os referentes sites conhecidos como, sites de anuncio, possibilita que qualquer pessoa ou empresa possa anunciar seus produtos à venda, e através dele o consumidor efetua sua compra, de livre escolha, assim sendo, a principal questão a ser enfrentada é demonstrar a responsabilidade dos sites intermediadores dessa relação, que ao expor o produto, já estabelece um vínculo com o consumidor, assumindo assim, o risco quanto ao produto, pois ao abrir possibilidade tanto para o fornecedor quanto para o consumidor, este também deverá ser responsabilizado por decorrência de algum vício ou defeito no produto que está sendo fornecido.

**Palavras-chaves:** Site; Consumo; Responsabilidade; Intermediação.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no VII Encontro de Iniciação Científica e de Extensão da FACNOPAR .

<sup>2</sup> Acadêmico do 8º Período do Curso de Direito da FACNOPPAR. E-mail:  
luiz.fernando\_freitas@hotmail.com