



**ESTADO DE SANTA CATARINA
TRIBUNAL DE JUSTIÇA**

APELAÇÃO / REMESSA NECESSÁRIA Nº 5008762-41.2019.8.24.0023/SC

RELATOR: DESEMBARGADOR RENATO LUIZ CARVALHO ROBERGE

APELANTE: MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SANTA CATARINA (AUTOR)

APELANTE: LOJAS AMERICANAS S.A. (RÉU)

APELADO: OS MESMOS

VOTO DIVERGENTE

1. O Ministério Público de Santa Catarina e as Lojas Americanas S.A. interpuseram recursos de apelação (evento 84, APELAÇÃO01 e evento 89, APELAÇÃO01) em face da sentença que promoveu, nos autos da *Ação Civil Pública* originária, o julgamento de parcial procedência dos pleitos da parte ativa (evento 79, SENT1).

Para evitar tautologia, sirvo-me do relatório das pretensões recursais lançado pelo Exmo. Relator, Desembargador substituto Renato Luiz Carvalho Roberge:

Trata-se de Apelação Cível interposta por Ministério Público do Estado de Santa Catarina contra sentença proferida nos autos da Ação Civil Pública, na qual foi julgado procedente, em parte, o pedido formulado na exordial [...].

Aduziu que em razão da divulgação de propaganda enganosa que não informou aos consumidores todas as substâncias que compunham os fitoterápicos comercializados, deve a ré ser condenada ao pagamento de indenização por danos morais coletivos, no valor de R\$ 50.000.000,00.

Na sequência, Americanas S/A interpôs Apelação Cível, arguindo, em preliminar, carência de ação tanto por ausência de interesse processual quanto por ilegitimidade passiva ad causam. No mais, disse ser inaplicáveis as disposições do Código de Defesa do Consumidor. Bradou que não detém obrigação legal de monitorar e excluir toda e qualquer publicação que expuser à venda os produtos "Original Ervas", "Royal Slim", "Bio Slim", "NaturalDieta", "Yellow Black" e "Natuplus", sem a prévia identificação das URLs. Destacou que milhares de produtos, serviços e informações são inseridas a cada segundo na rede mundial de computadores e, por isso, há a necessidade de notificação prévia da operadora do marketplace para, com a informação da URL respectiva, retirar do ar anúncio de eventual produto em desconformidade com a lei. Por fim, disse que o valor da multa diária arbitrada pelo magistrado a quo é desproporcional.

Os reclamos foram levados à sessão de julgamento realizada na data de 18/12/2023 (evento 33, EXTRATOATA1), oportunidade em que o Exmo. Relator prolatou voto no seguinte sentido:

Ante o exposto, voto por conhecer os recursos interpostos para desprover o apresentado pelo Ministério Público do Estado de Santa Catarina e, por outro lado, prover, em parte, o manejado por Americanas S/A., para afastar a cominação de que a ré fique obrigada a implementar ferramentas para identificação da exposição à venda dos produtos "Original Ervas", "Royal Slim", "Bio Slim", "Natural Dieta", "Yellow Black" e "Natuplus", como também para condicionar que a obrigação dela de remover qualquer conteúdo de publicidade e oferta de venda dos produtos supracitados das plataformas digitais por si administradas dê-se somente quando expressamente for cientificada da URL do anúncio, caso em que a desobediência de cumprir a ordem em até 24h ensejará a pena de multa de R\$ 100.000,00 para cada anúncio.

Constou da ementa do voto apresentado na oportunidade:

PROCESSUAL CIVIL. CARÊNCIA DE AÇÃO POR AUSÊNCIA DE INTERESSE PROCESSUAL E POR ILEGITIMIDADE PASSIVA AD CAUSAM. PRETENSÃO RESISTIDA QUE COMPROVA A NECESSIDADE/UTILIDADE DA TUTELA JURISDICIONAL. RÉ QUE INTEGRA MESMO GRUPO ECONÔMICO DAQUELA QUE DIZ DETER O DOMÍNIO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO. FUSÃO DAS PESSOAS JURÍDICAS, QUE PASSARAM A COMPOR UMA ÚNICA EMPRESA. PRELIMINARES RECHAÇADAS

Havendo pretensão resistida e tendo o autor manejado a via processual adequada, não se há falar em carência de ação por ausência de interesse processual.

Porque ambas as pessoas jurídicas (Americanas S/A e B2W Companhia Digital) localizam-se no mesmo endereço e não há qualquer informação que aponte que o domínio da página virtual pertença exclusivamente a B2W até porque, no decorrer deste processo, houve a fusão das duas pessoa jurídicas, que agora valem-se da mesma nomenclatura (Americanas S/A), a ré é parte legítima para figurar no polo passivo deste processo.

CIVIL E CONSUMIDOR. PROVEDOR DE APLICAÇÕES DE INTERNET. VEICULAÇÃO DE ANÚNCIO DE FITOTERÁPICOS QUE CONTINHAM COMPOSIÇÃO DIVERSA DAQUELA DESCRITA NOS RÓTULOS. DETERMINAÇÃO JUDICIAL PARA QUE A RÉ IMPLEMENTE FERRAMENTA DE BUSCA PARA IMPEDIR NOVAS PUBLICAÇÕES DOS PRODUTOS. VERIFICAÇÃO PRÉVIA E DE OFÍCIO DO CONTEÚDO POSTADO POR USUÁRIOS QUE NÃO CONSISTE EM ATIVIDADE INTRÍNSECA DA RÉ. OBRIGAÇÃO DE REMOÇÃO DO MATERIAL, EM 24 HORAS, DESDE QUE HAJA INDICAÇÃO EXPRESSA DA URL. CABIMENTO DA COMINAÇÃO DE ASTREINTE, INCLUSIVE EM PERIODICIDADE DIÁRIA, PARA DAR EFETIVIDADE A COMANDO JUDICIAL. DANO MORAL COLETIVO NÃO EVIDENCIADO. RISCO NÃO INERENTE AO NEGÓCIO E INEXISTÊNCIA DE CIÊNCIA DA PROVIDORA ACERCA DA ILICITUDE DO PRODUTO OFERTADO EM SUA

PLATAFORMA VIRTUAL. RÉ QUE, ASSIM QUE INFORMADA DA URL, REMOVEU O MATERIAL INFRINGENTE, CUMPRINDO A ORDEM QUE LHE FOI DESTINADA – RECURSO DO MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE SANTA CATARINA DESPROVIDO E PROVIDO, EM PARTE, O MANEJADO PELA RÉ

Por atuar na condição de provedora de aplicações de internet, a ré encarrega-se de disponibilizar aos usuários "conjunto de funcionalidades que podem ser acessadas por meio de um terminal conectado à internet" (Lei nº 12.965/2014, art. 5º, inc. VII). Por não exercer qualquer controle prévio sobre o que fica disponível on line, a responsabilidade deverá incidir apenas na hipótese de descumprimento de ordem judicial de remoção do conteúdo (Lei nº 12.965/2014, art. 19).

A imposição de medida judicial genérica, abstrata ou que impeça a localização inequívoca do material é passível de nulidade por afronta à Lei nº 12.965/14. A necessidade de indicação específica do conteúdo a ser removido, por meio da Universal Resource Locator, serve como refreio para que o provedor de aplicações não pratique censura prévia ao conteúdo que será veiculado, em obediência aos primados da liberdade de expressão e de informação (CF, art. 5º, inc. IV, IX e XIV). A exigência de que a ré, por meio de filtros exclua, automaticamente, determinado anúncio apenas com base em "expressão" – que, no caso, é o nome comercial dos falsos fitoterápicos – poderá, sem sombra de dúvidas, interferir em postagens que nada tem de ilícita até porque "a verificação de ofício do conteúdo das imagens postadas por cada usuário não constitui atividade intrínseca ao serviço prestado pelos provedores de compartilhamento de vídeos, de modo que não se pode reputar defeituoso, nos termos do art. 14 do CDC, o site que não exerce esse controle" (STJ, Recurso Especial nº 1.403.749/GO, Terceira Turma, rel. Ministra Nancy Andrighi, julgado em 22.10.2013).

Em relação ao valor da multa, esta deve ser estipulada em numerário adequado à finalidade a que se destina, ou seja, constranger a parte a cumprir a determinação judicial. Seu valor, por isso, deve ser suficiente para que a obrigação imposta, de fato, seja eficaz.

Averiguar a qualidade e a composição do material que é incluído em seu marketplace não consiste na atividade intrínseca desenvolvida pelos provedores de aplicações, os quais se restringem a disponibilizar aos seus usuários espaço destinado a viabilizar o comércio eletrônico. Inexistindo, portanto, nexos de causalidade entre a veiculação do anúncio e a impropriedade do produto ofertado, não se há falar em indenização por danos morais coletivos, ainda mais quando a ré, assim que instada a fazê-lo, removeu os conteúdos infringentes.

No mesmo ato, apresentei pedido de vista para melhor avaliação da controvérsia posta pelas partes. E, *data venia* aos argumentos lançados pelo Exmo. Relator, ousou divergir pontualmente do entendimento sufragado, pelas razões que passo a discorrer.

2. Compulsando os autos de origem, vejo que o Ministério Público do Estado de Santa Catarina ajuizou a *Ação Civil Pública* em face de Lojas Americanas S.A. com o objetivo de remover a publicidade e venda ilegal em sua plataforma digital dos produtos “Original Ervas”, “Royal Slim”, “Bio Slim”, “Natural Dieta”, “Yellow Black” e “Natuplus”, considerados falsos fitoterápicos e impróprios para consumo, por gerarem risco à saúde e à vida de inúmeros consumidores (evento 1, INIC1).

Após o devido trâmite processual, o Exmo. Magistrado singular, Yuri Lorentz Violante Frade, prolatou exemplar sentença, na qual constou o seguinte dispositivo:

Ante o exposto, com fulcro no art. 487, I, do Código de Processo Civil e modificando parcialmente a tutela de urgência deferida anteriormente, julgo PARCIALMENTE PROCEDENTES os pedidos deduzidos pelo MINISTÉRIO PÚBLICO DE SANTA CATARINA para o fim de CONDENAR a parte requerida LOJAS AMERICANAS S.A. à:

a) obrigação de implementar ferramentas para identificar de imediato a exposição à venda dos produtos "Original Ervas", "Royal Slim", "Bio Slim", "Natural Dieta", "Yellow Black" e "Natuplus" em 30 dias, sob pena de multa diária de R\$ 100.000,00;

b) obrigação de remoção de qualquer conteúdo de publicidade e oferta de venda, atual e futura, dos produtos "Original Ervas", "Royal Slim", "Bio Slim", "Natural Dieta", "Yellow Black" e "Natuplus" de todas as plataformas digitais por si administradas, em até 24h após serem submetidos à sua análise pelo usuário anunciante, sob pena de multa diária de R\$ 100.000,00 para cada anúncio.

À parte requerida para que publique a sentença na rede mundial de computadores (REsp n. 1.821.688/RS, relatora Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, julgado em 24/9/2019, DJe de 3/10/2019).

Sem custas e honorários de sucumbência, nos termos do art. 18 da Lei de Ação Civil Pública aplicado por simetria e isonomia, eis que ausente má-fé (como exemplo, REsp n. 1.974.436/RJ, relatora Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, julgado em 22/3/2022, DJe de 25/3/2022).

Sucumbente em parte o Ministério Público, encaminhem-se em remessa necessária após preclusas as vias recursais (art. 19 da Lei n. 4.717/1965).

Não obstante os recursos interpostos por ambas as partes face ao conteúdo do julgamento singular, compreendo que deve permanecer incólume a sentença, diante das robustas e bem ponderadas razões de decidir, que bem souberam sopesar as normas constantes do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90) e do Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014) - prestigiando, ao mesmo tempo, os princípios da liberdade econômica e de expressão com os valores jurídicos de proteção e defesa do consumidor e de salvaguarda da saúde pública.

Pois bem.

De plano, assim como o fez o Exmo. Desembargador Relator, acompanho os termos da sentença, pela negativa de provimento ao recurso manejado pelo Ministério Público Estadual, que objetivou a condenação da parte ré "ao pagamento a título de indenização pelos danos morais causados à coletividade de consumidores em favor do Fundo para Reconstituição de Bens Lesados do Estado de Santa Catarina".

No caso, registro a impossibilidade de responsabilização da parte ré (que desenvolve atividade econômica como *marketplace/e-commerce*) pela comercialização de produtos de terceiros cuja composição atente contra a ordem legal (pela presença de substâncias de uso controlado, tais como sibutramina, fluoxetina, clobenzorex, cafeína, bupropiona e diazepam).

Isso porque não era de simples percepção a ilegalidade no conteúdo dos produtos comercializados pelo provedor de aplicação. Aliás, registro que somente após perícia técnica foi possível a constatação da presença - sonogada nos rótulos dos referidos produtos - de substâncias de consumo controlado pela ANVISA, passíveis de uso somente com apresentação de receituário médico.

Ressalto, a propósito, a posição firme do Superior Tribunal de Justiça: "*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.*" (AgInt nos EDcl nos EDcl no REsp n. 1.890.786/DF, rel. Ministro Marco Buzzi, Quarta Turma, julgado em 30/10/2023, DJe de 3/11/2023).

Logo, tenho pela negativa de provimento ao reclamo da autora.

Passo, portanto, à análise do recurso de apelação da parte ré.

De imediato, coaduno com o Exmo. Relator quanto ao afastamento das preliminares arguidas pela requerida (falta de interesse de agir, ilegitimidade passiva e inaplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor), devidamente abordadas pelo Juízo de origem no item 2 da sentença vergastada (evento 79, SENT1), cujas razões adoto em na integralidade, tornando despicienda sua transcrição.

De outro lado, pontos de maior inflexão jurídica dizem respeito aos pedidos da parte autora (e acatados na sentença) de imposição de (i) obrigação de implementação de filtro para identificar a exposição à venda dos produtos "Original Ervas", "Royal Slim", "Bio Slim", "Natural Dieta", "Yellow Black" e "Natuplus"; e (ii) obrigação de retirada dos anúncios referentes aos referidos produtos.

O recurso de apelação da ré ataca justamente esses dois pontos, por compreender que referidos comandos judiciais violam o Marco Civil da Internet (Lei n. 12.965/14) e os princípios da liberdade de expressão e livre comércio (evento 89, APELAÇÃO1).

Todavia, tenho que o comando da sentença merece ser preservado.

Sobre a discussão, convém reproduzir o que dispõe o art. 19, §1º, da Lei nº 12.965/2014, que inaugurou o Marco Civil da Internet:

Art. 19. Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, o provedor de aplicações de internet somente poderá ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros se, após ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente, ressalvadas as disposições legais em contrário.

§ 1º A ordem judicial de que trata o caput deverá conter, sob pena de nulidade, identificação clara e específica do conteúdo apontado como infringente, que permita a localização inequívoca do material.

Saliento que que a aplicação do referido dispositivo legal (art. 19, §1º, da Lei n. 12.965/14) possui o objetivo de regular a responsabilidade dos provedores de acesso à internet pelas postagens de conteúdo em *sites*, nos quais há a necessidade de proteger os direitos à intimidade e à honra quando conflitados com o direito à liberdade de expressão.

E previsão constante do Marco Civil da Internet, a meu ver, resta perfeita e justificada, porquanto é absolutamente inadmissível a prolação de ordem judicial genérica e inespecífica para fins de retirada de conteúdo ofensivo constante de provedor de aplicações de internet, sob pena de violação à liberdade de expressão e prévia censura - daí se exigindo dos pronunciamentos, como regra, a especificação do conteúdo mediante o fornecimento de URL.

Tal situação é corriqueira e resta tranquilamente equacionada pelos precedentes do Superior Tribunal de Justiça (v.g., *publicação ofensiva sobre conduta profissional no Facebook - Resp nº 1.629.255/MG, rel. Min^a Nancy Andrighi; fotos e vídeos contendo nudez explícita oriunda de ensaio fotográfico - Resp nº 1.848.036/SP, rel. Min. Paulo de Tarso Sanseverino; vídeo ridicularizando participante de programa televisivo disponibilizado no Youtube - Resp nº 1.698.647/SP, rel. Min^a Nancy Andrighi*).

Contudo, entendo que o presente caso possui pouca (ou nenhuma) correlação com o direito de liberdade de expressão (ou prévia censura) previsto no art. 19, § 1º, do Marco Civil da Internet, assim como a situação fática não possui identidade com os casos que embasaram os precedentes do Superior Tribunal de Justiça mencionados no r. voto prolatado pelo Exmo. Desembargador Relator (mencionados no parágrafo anterior).

Isso porque as postagens realizadas pela parte requerida objetivam a venda de produtos ilícitos em *site* de comércio eletrônico, não se tratando de postagens em plataforma de relacionamento pessoal ou referente à liberdade de pensamento ou comunicação.

Dito de forma direta: a presente lide não versa sobre o direito às liberdades individuais de manifestação do pensamento ou de expressão, mas, sim, diz respeito à comercialização, pela rede mundial de computadores, de produtos cuja composição pode acarretar sérios riscos à saúde pública (de

cada consumidor), o que atrai comando jurídico diverso daquele tutelado pelo art. 19, § 1º, da Lei nº 12.965/2014. E mais, produtos ilícitos prévia e devidamente identificados pelo MPSC, não havendo dúvidas em relação a quais produtos converge a ação judicial e o respectivo comando judicial.

Esse *distinguishing* entre o caso presente e os precedentes do Superior Tribunal de Justiça fora bem enfatizado pelo Magistrado sentenciante, cujas razões adoto na integralidade, pela absoluta pertinência e clareza de pensamento:

Uma das maiores discussões nos autos diz respeito ao que pode ser considerado "identificação clara e específica do conteúdo apontado como infringente, que permita a localização inequívoca do material".

É sabido que, embora não textualmente previsto, repetidamente o critério jurisprudencial utilizado é o da necessidade de se indicar as URLs em que os conteúdos podem ser localizados, mas o caso em comento comporta a distinção aludida pelo art. 489, VI, do Código de Processo Civil (distinguishing).

Explico a partir da análise dos dois casos concretos representativos no Superior Tribunal de Justiça.

Eis o primeiro deles:

CIVIL E PROCESSUAL CIVIL. RESPONSABILIDADE CIVIL DO PROVEDOR DE APLICAÇÃO. REDE SOCIAL. FACEBOOK. OBRIGAÇÃO DE FAZER. REMOÇÃO DE CONTEÚDO. FORNECIMENTO DE LOCALIZADOR URL. COMANDO JUDICIAL ESPECÍFICO. NECESSIDADE. OBRIGAÇÃO DO REQUERENTE. MULTA DIÁRIA. OBRIGAÇÃO IMPOSSÍVEL. DESCABIMENTO.

1. Ação ajuizada em 08/06/2015. Recurso especial interposto em 29/08/2016 e atribuído a este gabinete em 28/09/2016.

2. Esta Corte fixou entendimento de que "(i) não respondem objetivamente pela inserção no site, por terceiros, de informações ilegais; (ii) não podem ser obrigados a exercer um controle prévio do conteúdo das informações postadas no site por seus usuários; (iii) devem, assim que tiverem conhecimento inequívoco da existência de dados ilegais no site, removê-los imediatamente, sob pena de responderem pelos danos respectivos; (iv) devem manter um sistema minimamente eficaz de identificação de seus usuários, cuja efetividade será avaliada caso a caso.

3. Sobre os provedores de aplicação, incide a tese da responsabilidade subjetiva, segundo a qual o provedor de aplicação torna-se responsável solidariamente com aquele que gerou o conteúdo ofensivo se, ao tomar conhecimento da lesão que determinada informação causa, não tomar as providências necessárias para a sua remoção.

4. Necessidade de indicação clara e específica do localizador URL do conteúdo infringente para a validade de comando judicial que ordene sua remoção da internet. O fornecimento do URL é obrigação do requerente. Precedentes deste STJ.

5. A necessidade de indicação do localizador URL não é apenas uma garantia aos provedores de aplicação, como forma de reduzir eventuais questões relacionadas à liberdade de expressão, mas também é um critério seguro para verificar o cumprimento das decisões judiciais que determinarem a remoção de conteúdo na internet.

6. Em hipóteses com ordens vagas e imprecisas, as discussões sobre o cumprimento de decisão judicial e quanto à aplicação de multa diária serão arrastadas sem necessidade até os Tribunais superiores.

7. O Marco Civil da Internet elenca, entre os requisitos de validade da ordem judicial para a retirada de conteúdo infringente, a "identificação clara e específica do conteúdo", sob pena de nulidade, sendo necessária a indicação do localizador URL.

8. Recurso especial provido (REsp 1.629.255/MG, rel.ª Min.ª Nancy Andrighi, Terceira Turma, j. 22.08.2017). Grifei.

Como se vê pelos destaques feitos, o caso concreto enfrentado pelo Superior Tribunal de Justiça referia-se a uma rede social: Facebook.

Como a preocupação do art. 19 do Marco Civil da Internet é textualmente "assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura", grande parte das controvérsias dizem respeito a redes sociais - também pela importância que essas ferramentas possuem hodiernamente.

É certo que o direito fundamental da liberdade de expressão, de natureza principiológica, possui mais força nas ponderações em casos concretos relativos a manifestações pessoais em redes de relacionamento entre pessoas.

Também nesses casos, pela singularidade de cada publicação (feita por uma pessoa específica, em um contexto único, com um conteúdo próprio), é eficaz que se informe a URL para que a publicação seja desabilitada.

O caso concreto em debate nestes autos, entretanto, não diz respeito a rede social, mas sim a anúncio de venda de produtos potencialmente lesivos a consumidores. Ou mais grave: anúncios, no plural.

Duas constatações são alcançadas por essa premissa: a ponderação indica um peso menor para a liberdade de expressão, já que não se trata de emissão de uma opinião ou difusão de uma informação, mas sim de uma venda com objetivo de lucro.

No mais, diversamente de redes sociais, não importa quem está anunciando ou em que contexto. O problema é com o objeto ilícito em si que está a venda.

O segundo precedente do Superior Tribunal de Justiça base para o distinguishing ora operado restou assim ementado:

RECURSO ESPECIAL. CIVIL E PROCESSUAL CIVIL. AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE FAZER. INTERNET. RETIRADA DE ANÚNCIOS ONLINE. PLATAFORMA DE INTERMEDIÇÃO "MERCADO LIVRE". NECESSIDADE DE IDENTIFICAÇÃO CLARA E PRECISA DO CONTEÚDO DIGITAL A SER REMOVIDO. AUSÊNCIA DE INDICAÇÃO DOS LOCALIZADORES URL. DEMONSTRAÇÃO DA ILEGALIDADE DO CONTEÚDO A SER REMOVIDO. AUSÊNCIA. RECURSO NÃO PROVIDO.

1. Ação ajuizada em 30/04/2013, recurso especial interposto em 23/05/2016.

2. O propósito recursal consiste na determinação da legalidade da ordem de retirada de anúncios de venda na plataforma de vendas on-line mantida pela recorrente.

3. Para a remoção de conteúdo digital na internet, deve haver a indicação pelo requerente do respectivo localizador URL do conteúdo apontado como infringente. Precedentes.

4. Há uma certa dualidade - entre o material e o digital - que não pode ser ignorada neste julgamento, que está de maneira implícita em todos os precedentes mencionados, antes e após a publicação do Marco Civil da Internet. Nos autos, está a se remover um conteúdo digital - um conjunto mais ou menos extenso de bits que formam uma informação acessível via internet - e não os produtos propriamente ditos, fisicamente considerados, da plataforma mantida pela recorrente.

5. Na hipótese, o Tribunal de origem aceitou a mera afirmação da recorrida, sem possibilidade de contraditório ou admissão de prova em contrário, segundo a qual haveria ilegalidade na colocação de seus produtos em venda na plataforma mantida pela recorrente.

6. Sem possibilidade de contradição e instrução probatória, na hipótese em julgamento, é impossível extrair a ilicitude dos anúncios feitos por terceiros na plataforma mantida pela recorrente.

7. Recurso especial conhecido e provido.

(REsp n. 1.654.221/SP, relator Ministro Paulo de Tarso Sanseverino, relatora para acórdão Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, julgado em 22/10/2019, DJe de 28/10/2019.)

Contextualizo: o relator do recurso especial acima referido havia entendido, no caso concreto, pela desnecessidade de indicação de URLs naquele contexto fático, já que os produtos estariam devidamente individualizados nos autos e seriam de comercialização ilícita.

Seu voto não foi vencedor, e a conclusão alcançada consta do acórdão acima. Mais importante do que a necessidade de indicação de URL: partiu-se da premissa de que a ilicitude dos anúncios não estava suficientemente demonstrada nos autos, como se vê do trecho acima destacado.

A distinção com o caso concreto destes autos, portanto, é patente: como já demonstrado acima, não há qualquer dúvida quanto à ilicitude dos produtos "Original Ervas", "Royal Slim", "Bio Slim", "Natural Dieta", "Yellow Black" e "Natuplus".

Percebo, então, que os precedentes referidos quando do apontamento da necessidade de indicação de URLs possuem contexto fático diverso do aqui discutido. Afinal, ora referem-se a redes sociais, ora referem-se a produtos que não possuem ilicitude comprovada (e a retirada dos anúncios, portanto, poderia ser questão mercadológica ofensiva à livre-concorrência).

O caso do caderno processual, por outro lado, diz respeito não a rede social, mas a plataforma criada unicamente para abrigar anúncios em massa, e possui produtos indiscutivelmente ilícitos bem determinados.

Então, como já comprovado pela prova preponderante nestes autos (conforme explicação acima), o controle por meio de indicação de URLs é ineficaz por força dos múltiplos endereços automaticamente gerados para os mesmos anúncios, que podem se repetir e ser replicados ad infinitum, por milhares de usuários distintos, conforme a atual tecnologia.

Na prática e especificamente para o caso concreto em debate, a obrigação de indicar essa URLs representaria transferência do ônus empresarial de manejo e fiscalização da plataforma ao Ministério Público e ao Judiciário, ainda que quem aufera lucros com a atividade seja o provedor. Isso porque a fiscalização teria de ocorrer a todo tempo pelo polo ativo para que as novas URLs fossem identificadas e pudessem gerar obrigação de retirada dos anúncios ilícitos.

Sucedo que acompanhar diariamente a plataforma é ônus do polo passivo (e fato gerador de seu lucro), e não do Ministério Público, que possui outras tantas atribuições constitucionais (art. 129 da Constituição)

Se as URLs podem tecnicamente ser identificadas por meio do filtro a ser criado pelo provedor (explicação no tópico acima), e se o produto ilícito está suficientemente delimitado nestes autos ("Original Ervas", "Royal Slim", "Bio Slim", "Natural Dieta", "Yellow Black" e "Natuplus"), não há razão técnica e jurídica para transferir esse ônus para o processo, sob pena de inviabilizar por completo a eficácia do comando jurisdicional.

E, diante da sentença, não convencem os argumentos de defesa.

A uma, porque não se está a criar qualquer ofensa à liberdade de expressão ou censura prévia, mas vedar a comercialização de produtos ilegais, de grande risco à saúde pública. A duas, porque é evidente que os marketplaces possuem condições técnicas para criação de filtros para a não comercialização de produtos proibidos por lei. A três, porque tais provedores de aplicação auferem vultosas quantias com a comercialização online de bens e serviços, o que não é em absoluto ilegal, mas reforça a existência de responsabilidade subjetiva na comercialização de bens e serviços sabidamente defeituosos ou ilegais. A quatro, porque os produtos estão devidamente identificados e especificados (produtos "fitoterápicos" denominados "Original Ervas", "Royal Slim", "Bio Slim", "Natural Dieta", "Yellow Black" e "Natuplus"), **inexistindo qualquer dúvida sobre o alcance do comando da sentença.**

Nesse contexto, questiono: poderia a parte ré comercializar livremente em sua plataforma virtual determinado armamento de uso exclusivo das forças armadas? Ou animais silvestres? Quem sabe cigarros de maconha? A resposta parece óbvia. Então, porque poderiam comercializar os produtos "Original Ervas", "Royal Slim", "Bio Slim", "Natural Dieta", "Yellow Black" e "Natuplus", devidamente especificados e identificados? Em qualquer desses cenários, é dever do marketplace adotar medidas proativas (filtros/controles) para respeito à legislação vigente no país.

Trata-se de conciliar as normas consumeristas (e civilistas) com o Marco Civil da Internet, posto que no campo da rede mundial de computadores também devem vigorar os preceitos jurídicos mais elementares, a exemplo da proteção à saúde pública. Reforça-se, o caso concreto em nada se identifica com os precedentes do Superior Tribunal de Justiça mencionados pela defesa e constantes no r. voto prolatado pelo e. Desembargador relator, na medida em que no caso concreto está-se diante de produtos previamente identificados e especificados, cujo consumo poderá acarretar graves problemas à integridade física e psíquica do consumidor diante da comprovada presença de substâncias de uso controlado em sua composição.

A pretensão da apelante de impor o controle de comercialização desses produtos após seu anúncio, mediante canais de denúncia, denota a completa ausência de compromisso com o bem-estar e saúde dos consumidores potencialmente adquirentes de produtos ilícitos e comprovadamente prejudiciais à saúde. Caso mantida a pretensão da parte ré, quantas pessoas terão comercializado referidos produtos sabidamente danosos à saúde do consumidor? Deverá o Ministério Público diariamente pesquisar em cada provedor de *e-commerce* na busca de novos links (URL's) para ingresso de medida judicial? Por evidente que os princípios da prevenção e precaução (emprestados do Direito Ambiental) aplicam-se ao caso presente, a referendar parte da pretensão ministerial.

Aliás, *mutatis mutandi*, já decidiu o Superior Tribunal de Justiça que "O provedor de pesquisas tem controle ativo das palavras-chaves que está comercializando, sendo tecnicamente possível evitar a violação de propriedade intelectual. Tal entendimento não enseja monitoramento em massa nem restrição de liberdade de expressão, somente maior diligência no momento de ofertar serviços de publicidade digital." (REsp n. 2.012.895/SP, relatora Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, julgado em 8/8/2023, DJe de 15/8/2023).

Igual pensamento pode ser adotado para o caso presente, pois os *marketplaces* (verdadeiros *shoppings centers* virtuais) devem exercer a atividade econômica em consonância com o ordenamento jurídico, com a adoção de diligências e controles necessários para que produtos ilegais (e extremamente perigosos) não sejam objeto de comercialização.

A questão certamente merece ser amplamente debatida pelo Poder Judiciário e demais Poderes. Trata-se de tema de grande relevância para a sociedade, pois debate a liberdade econômica (art. 170 da CF) e a proteção ao consumidor (arts. 5º, inc. XXXII; 170, inc. V; e 196, todos da CF), ambas igualmente tuteladas pela Carta Política de 1988.

Sobre o tema, cito as considerações de João Paulo Capelotti e Jonathan Palhares em estudo sobre os desdobramentos jurídicos do § 1º do art. 19 do Marco Civil da Internet, a partir de precedentes judiciais em análise:

No Caso II, os fundamentos adotados em desfavor do Mercado Livre voltam-se ao interesse público em uma regulação rigorosa da comercialização de produtos altamente perigosos como são os agrotóxicos. O interesse maior em barrar o anúncio e a venda de defensivos agrícolas no site suplantaria os outros interesses concorrentes, inclusive o do site em se limitar a ser uma espécie de vitrine de vendas, e a de remover apenas conteúdo demarcado por indicação prévia de URL.

Esse cenário de tornar a plataforma uma espécie de xerife do conteúdo que é livremente inserido nela por seus usuários guarda semelhanças com a nova Diretiva da União Europeia sobre direitos autorais, aprovada recentemente. Ela prevê obrigações semelhantes às discutidas aqui para sites como o YouTube, por exemplo. Se antes o entendimento era de que as plataformas deveriam apenas excluir conteúdo se fossem notificadas a respeito, pela nova diretiva elas passam a ter a obrigação de impedir o upload de conteúdo que viole direitos autorais, por meio do desenvolvimento de filtros capazes de identificar material não licenciado.

Embora aqui não se fale na obrigação de implementação de tais filtros, pelo Mercado Livre, mas em busca na plataforma por palavras-chave, a ser empreendida por humanos, o efeito prático almejado pelas decisões é o mesmo: a fiscalização permanente em busca de conteúdo ilícito ou irregular. Mas não seria surpresa que, caso esses precedentes (por enquanto isolados) se transformem em efetiva jurisprudência, as plataformas de comércio se vejam forçadas a adotar tecnologia semelhante para bloquear certos anúncios no momento da inserção dos dados, antes mesmo que eles fiquem visíveis para outros usuários do site.

Cumprir destacar que os termos e condições gerais de uso do Mercado Livre advertem os anunciantes da plataforma para que não publiquem anúncios de produtos expressamente proibidos pela legislação vigente ou pelas condições gerais de uso do site, que não possuam a devida autorização específica de órgãos reguladores competentes, ou que violem direitos de terceiros. Contudo, aparentemente, não há fiscalização ostensiva sobre o conteúdo publicado.

Já está se alastrando essa aparente tendência de aumentar os ônus – especialmente o dever de fiscalização – de plataformas cujo modelo de negócio depende de conteúdo inserido pelo usuário²⁵. Veja-se, no Brasil, por exemplo, o projeto de lei que obriga provedores de aplicações na internet com mais de 10 mil usuários a monitorar ativamente “publicações de seus usuários que impliquem atos preparatórios ou ameaças de crimes hediondos ou de terrorismo” (PL 2.418/2019, de autoria do deputado José Medeiros, do PODE/MT).

Com implicações mais imediatas, é preciso citar nota técnica da Secretaria Nacional do Consumidor, vinculada ao Ministério da Justiça e Segurança Pública, que intima plataformas de comércio eletrônico para apresentar “políticas empresariais ou qualquer outro regramento que visa inibir a comercialização de produtos falsificados e ilegais em seus ambientes”.

A SENACON considerou que produtos ilegais e falsificados são proibidos de serem comercializados, inclusive em plataformas de comércio eletrônico, e que recai aos provedores a obrigação de adotar meios que coibam a comercialização desses tipos de produtos. E ainda, que os marketplaces concebidos para compra, intermediação de venda de bens em ambientes virtuais não podem se furtar da responsabilidade de comercializarem estes tipos de produto, alegando impossibilidade de retirada dos anúncios em respeito à liberdade de expressão, pois disso não se trata, mas sim do exercício da liberdade econômica, tendo em vista que atuam na corriqueira tarefa de fornecedores em uma cadeia de bens e serviços e como tal devem tomar todos os cuidados exigidos pela legislação de consumo, especialmente o CDC e o Decreto n. 7.962, de 15 de março de 2013 de comércio eletrônico.

Contudo, é preciso cautela. É preciso delimitar bem o potencial e os perigos da escolha por essa orientação, e acima de tudo distinguir as circunstâncias em que excepcionar a regra geral do MCI se mostra adequado e necessário nas ocasiões em que isso pode trazer mais males do que bens. Vale dizer: não se pretende que a orientação dos dois casos, que se mostra exceção a um comando legal e à jurisprudência consolidada, transforme-se em regra de uma hora para a outra, em desprestígio do MCI e do delicado equilíbrio de interesses sobre o qual ele se construiu.

As decisões dos Casos I e II, aqui comentados, ao cobrar uma postura do Mercado Livre de buscar, ativamente,

conteúdo que venda produtos irregulares ou ilícitos, fundamentam-se na proteção de valores maiores, em situações consideradas graves e sob pena de risco de ineficácia total dos próprios comandos judiciais.

Não se vislumbra, porém, a possibilidade de que essas decisões sirvam como precedentes para situações envolvendo veículos de comunicação, por exemplo. São muito diferentes as posições do Mercado Livre, um site que tem sua receita vinculada aos produtos que anuncia e cuja venda intermedia, de um jornal que publica notícias.

Parece salutar, portanto, a distinção feita pelo juiz federal Flávio Antônio da Cruz na decisão do mandado de segurança do Caso II. Faz muito mais sentido falar em defesa da liberdade de expressão em redes sociais (e, por extensão, em sites de notícias, blogs, fóruns e afins) do que em marketplaces em que a liberdade de expressão está instrumentalizada para a compra e venda de produtos e serviços. Não que, por óbvio, essa liberdade de expressão para os negócios não mereça ser preservada, mas que, por contribuir de maneira menos significativa para o debate público (ou o "livre mercado de ideias", para ficar na célebre expressão de John Stuart Mill), ela pode ceder mais facilmente diante de outros valores em competição, como a defesa da concorrência ou do meio ambiente e da saúde, como nos casos concretos, a ponto de justificar a remoção de conteúdo sem indicação de URL.

Noutras palavras: notícias, artigos de opinião, comentários em fóruns e outras formas assemelhadas de manifestação do pensamento parecem ser o que o legislador tinha como escopo preservar ao defender de modo tão incisivo a liberdade de expressão no MCI. São, em maior ou menor grau, espaços de discussão política, econômica, cultural, social, artística, entre outras, cuja eliminação demanda identificação clara e precisa via URL. (CAPELOTTI, João Paulo; PALHARES, Jonathan. **Remoção de conteúdo da Internet sem indicação de URL: perspectivas sobre o art. 19, § 1º, do MCI.** In: LUCON, Paulo Henrique dos Santos (coord.). *Direito, processo e tecnologia.* São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020. p. 393-418; In: LUCON, Paulo Henrique dos Santos (coord.). *Direito, processo e tecnologia.* São Paulo: Revista dos Tribunais, 2021. p. 399-424.)

Destaco que o saudoso Desembargador Marcus Tulio Sartorato tratou da matéria envolvendo os mesmos falsos fitoterápicos, ao julgar o *Agravo de Instrumento nº 5008240-83.2019.8.24.0000*, equacionando a lide de forma exauriente. Por oportuno, transcrevo e adoto como razões de decidir seus embasamentos:

[...] Não se trata aqui de postagem em site de relacionamento pessoal, cujo conteúdo esteja a ofender determinada pessoa e precise ser retirado da plataforma mediante determinação judicial expressamente direcionada. A matéria em liça é um tanto mais delicada e grave, na medida em que se discute a venda de produtos ilícitos em site de comércio eletrônico cujo uso pelos consumidores desavisados pode lhes causar sérios problemas à saúde, acarretando-lhes inclusive risco à vida.

Em que pese a aplicação do art. 19, § 1º do Marco Civil da Internet já tenha sido autorizada pelo Superior Tribunal de Justiça em caso semelhante, no qual se discutia a venda de produtos cosméticos por meio do site Mercado Livre (REsp 1.654.221/SP), há que se traçar uma diferenciação entre aquele precedente e o presente processo. Naquele caso, a relatora Ministra Nancy Andriighi considerou que não haviam provas do dano supostamente causado pelo produto anunciado, e entendeu que a pretendida remoção da oferta do site se tratava de uma questão de mera estratégia comercial da empresa autora. Já no caso em comento, há prova inequívoca dos potenciais danos que os produtos vendidos no site da agravada podem causar aos consumidores (Evento 1, Laudos 2 a 6).

Assim, possui razão o ente ministerial quando afirma que a implementação de ferramentas de controle prévio de postagem de conteúdos nas plataformas da empresa agravada não viola a liberdade de expressão.

Isto porque, um site de comércio eletrônico, por não veicular pensamentos, opiniões ou manifestações de caráter pessoal e limitar-se a ser um mero canal de venda de produtos, não necessita da proteção à liberdade de expressão.

Portanto, entende-se que existem razões suficientes para afastar a aplicação do art. 19, § 1º, do Marco Civil da Internet no presente caso.

Ademais, como bem ressaltou o parquet, a implementação do referido filtro não só é possível e viável, como já é amplamente utilizada por todos os sites de comércio eletrônico, na medida em que não se vê em suas plataformas a oferta e publicidade de drogas ilícitas e/ou animais silvestres. Não há razões para que tal "peneira" não seja aplicada também no que toca a falsos fitoterápicos capazes de causar risco à vida e à saúde dos consumidores.

Desta forma, entende-se necessária a reforma da interlocutório combatido, para determinar que a agravada implemente, no prazo de 72 (setenta e duas) horas, ferramentas de controle prévio para detectar a exposição à venda dos produtos "Original Ervas", "Royal Slim", "Bio Slim", "Natural Dieta", "Yellow Black" e "Natuplus" no âmbito das suas plataformas de comércio eletrônico.

Afasta-se também a determinação do magistrado a quo que condicionou o cumprimento da ordem de retirada do conteúdo em questão ao fornecimento pelo MP das URL's em que fossem identificadas oferta e publicidade dos produtos acima referidos. Isto porque, os produtos ilícitos cujas ofertas precisam ser retiradas do site já restaram expressa e especificamente denominados na inicial, sendo desnecessário o fornecimento das URL's. Além disso, como elucidado pelo CAT do MPSC (Evento 1, doc. 2), tal medida é improdutiva e potencialmente inútil. [...] (TJSC, Agravo de Instrumento n. 5008240-83.2019.8.24.0000, do Tribunal de Justiça de Santa Catarina, rel. Marcus Tulio Sartorato, Terceira Câmara de Direito Civil, j. 29-09-2020).

Não suficiente, quanto à desnecessidade de fornecer as URL's, a Procuradoria-Geral de Justiça imprimiu igual compreensão à matéria, da qual, por sua correção, destaco excerto (evento 9, PROMOÇÃO1):

In casu, entende-se que independentemente da indicação de URL, há clareza no pedido exordial (devidamente claro e específico), razão pela qual foi o pedido acatado na sentença, devendo ser mantida a remoção do conteúdo, pois desnecessária a listagem de URLs.

Além de demonstrada a especificidade necessária, também cumpre frisar que o posicionamento do Superior Tribunal de Justiça ao julgar o REsp n. 165422110, no sentido da exigência da indicação de URL, não se ajusta ao presente caso, pois envolvia questão fática que se distancia da presente.

Este recurso especial já foi apontado como um verdadeiro paradigma ao presente caso, mas sua realidade fática em nada se assemelha com a gravidade da questão ora posta sob análise.

Neste recurso especial, o Superior Tribunal de Justiça analisou a venda de produtos que, na tese da empresa fabricante (recorrida), estariam sendo vendidos diretamente ao consumidor final a partir do Mercado Livre (recorrente), enquanto deveriam ser manuseados apenas por profissionais da estética.

Todavia, extrai-se do voto vencedor, lavrado pela Ministra Nancy Andrighi:

Contudo, com renovadas vênias ao Ministro relator, não entendo que a questão principal resida neste ponto, uma vez que, se o produto cosmético produzido pela recorrida é assim tão potencialmente lesivo, sequer deveria estar posto à comercialização, mesmo para os profissionais da estética. [...] Nessas circunstâncias, a recorrida poderia pretender proibir unilateralmente que terceiros façam a revenda de seus produtos. Isto é, seria apenas uma questão contratual para a distribuição de seus cosméticos, e não de verdadeira proteção ao consumidor. Em outras palavras, uma vez vendidas para seus distribuidores, a recorrida não tem o poder legal de impedir o mercado secundário de seus cosméticos. Na pior das hipóteses, poderia ser um ilícito contratual, do qual a recorrente certamente não faz parte. (REsp 1654221/SP, Rel. Ministro PAULO DE TARSO SANSEVERINO, Rel. p/ Acórdão Ministra NANCY ANDRIGHI, TERCEIRA TURMA, julgado em 22/10/2019, DJe 28/10/2019)

Assim, infere-se que o caso destacado pôs em discussão produto que não tinha um verdadeiro potencial lesivo, que não colocava em risco a vida ou a saúde dos consumidores (profissionais ou não). No presente, por outro lado busca-se fazer cessar publicidade/oferta de produtos que são lesivos, e já resultaram em morte – como devidamente demonstrado nos autos.

Vale reiterar: a lide trata da proteção à saúde pública e defesa do consumidor, direito de primeira ordem e especial garantia constitucional, situação que precisa ser ponderada no julgamento do caso concreto. Não se trata de ofensa ou desprestígio à liberdade econômica, mas, antes, do seu pleno exercício com responsabilidade e observância das garantias básicas do consumidor, a exemplo da proteção à integridade física e psíquica na comercialização de produtos (previamente especificados e identificados) comprovadamente ilegais e danosos à saúde (art. 170, inc. V, da CF).

Reforça-se uma vez mais: não se está a julgar um comentário ofensivo nas redes sociais, ou uma matéria jornalística que desborda os limites de imprensa (ADPF 130/DF). O caso concreto trata da possibilidade do consumidor adquirir e consumir, inadvertidamente, produto ilícito com alto risco à sua saúde, disponibilizado no site das Lojas Americanas.

A prova constante dos autos (e esse ponto não é objeto de recurso ou discussão nos autos) demonstra que referidos produtos "fitoterápicos" contêm substâncias de uso controlado pela ANVISA, capazes de produzir graves efeitos colaterais e prejuízos à saúde. Colho, por derradeiro, do Laudo Pericial, realizado pelo Instituto Geral de Perícias de Santa Catarina, relacionado ao produto "Bio Slim" (evento 1, LAUDO2):



Estado de Santa Catarina
Secretaria de Estado da Segurança Pública
Instituto Geral de Perícias
Gerência Mesorregional de Perícias de Joinville
Setor de Análises Forenses



LAUDO PERICIAL Nº 9201.19.01986

IV EXAMES REALIZADOS

O material foi submetido a processos extrativos, realizando-se a seguinte análise de identificação:

Cromatografia gasosa acoplada com espectrometria de massas:

Cromatógrafo:	GC System 7890A Agilent
Detector:	Espectrômetro de Massas 5975C
Fase Móvel:	Hélio 1,0 mL/min
Fase Estacionária:	Coluna HP-5MS – 30metros x 0,25 i.d. x 0,25 µm filme
Temperaturas:	Injetor 280°C; Coluna 100°C (2 min) → 300°C (15°C/min) (8min)

V CONCLUSÃO

Diante dos exames realizados e anteriormente descritos, conclui-se que:

1. os exames efetuados e bibliotecas analíticas pesquisadas¹ indicam que o material periciado, descrito no item 1, contém na sua composição substâncias químicas compatíveis com **clobenzorex**.
2. os exames efetuados e bibliotecas analíticas pesquisadas¹ indicam que o material periciado, descrito no item 2, contém na sua composição substâncias químicas compatíveis com **sibutramina, bupropiona e diazepam**;

VI RESPOSTAS AOS QUESITOS FORMULADOS

1. Não. Vide conclusão.
2. Sim.
 - 2.1 **Clobenzorex**: É uma substância psicotrópica, que pode causar dependência física ou psíquica, enquadrada na lista A3 (Lista das Substâncias Psicotrópicas – Sujeitas a Notificação da Receita A) da Portaria nº 344/98 da Anvisa.
 - 2.2 **Sibutramina**: Está enquadrada na lista B2 (substâncias psicotrópicas anorexígenas) da Portaria n.º 344/98 da Anvisa e necessita da Notificação de Receita B2 para ser comercializada. É um medicamento anorexígeno e estudos científicos demonstram que há baixo potencial de abuso no uso da sibutramina^{2,3}.
 - 2.3 **Bupropiona**: Está enquadrada na lista C1 (lista das outras substâncias sujeitas a controle especial) a Portaria n.º 344/98 da Anvisa e necessita da Receita de Controle Especial em duas vias para ser comercializada. É um medicamento antidepressivo utilizado em quadros de depressão e ansiedade.
 - 2.4 **Diazepam**: Está enquadrado na lista B1 (substâncias psicotrópicas) da Portaria n.º 344/98 da Anvisa e necessita da Notificação de Receita B para ser comercializado. É um medicamento benzodiazepínico utilizado em transtornos da ansiedade e seu uso pode levar ao desenvolvimento de dependência física ou psíquica.
3. Não. Foram identificadas substâncias não descritas no rótulo.
4. Não. Vide conclusão.
5. Nada a acrescentar.

Com ainda maior gravidade, destaco que há fortes indicativos de que o consumo de um desses falsos fitoterápicos ("Bio Slim") deu causa ao óbito de uma pessoa no município de Lages/SC, conforme narrado pelo Ministério Público e constante do Laudo Pericial de Exame Cadavérico nº 9416.2019.1808 (evento 1, LAUDO6).

Desta feita, nos termos dos arts. 8º e 10 do Código de Defesa do Consumidor (ilegalidade da comercialização de produtos nocivos à saúde e segurança), alinhado à previsão de que "*São direitos básicos do consumidor: I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos*" (art. 6º, inc. I, do CDC), não há outro caminho que referendar as razões lançadas na sentença, que bem sopesaram direitos e deveres.

Portanto, considerando a proteção dos direitos e interesses difusos, coletivos e individuais homogêneos dos consumidores, bem como a potencial extensão do dano em decorrência do uso destes produtos, necessária a manutenção da sentença em todos os seus termos.

3. Deixo de fixar honorários recursais diante da inexistência de arbitramento de honorários na origem.

4. Ante o exposto, voto no sentido de **conhecer e negar provimento** aos recursos interpostos pelas partes.

Documento eletrônico assinado por **MARCOS FEY PROBST, Desembargador**, na forma do artigo 1º, inciso III, da Lei 11.419, de 19 de dezembro de 2006. A conferência da **autenticidade do documento** está disponível no endereço eletrônico <https://eproc2g.tjsc.jus.br/eproc/verifica.php>, mediante o preenchimento do código verificador **5046910v2** e do código CRC **b8c47cb3**.

Informações adicionais da assinatura:
Signatário (a): MARCOS FEY PROBST
Data e Hora: 12/7/2024, às 17:24:55

5008762-41.2019.8.24.0023

5046910 .V2