

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO” - UNESP

Faculdade de Ciências Humanas e Sociais – Franca/SP

GUILHERME PACCOLA SILVA

**A RESPONSABILIDADE CIVIL DOS MARKETPLACES EM VIOLAÇÕES DE
PROPRIEDADE INTELECTUAL:**

Uma Análise das Decisões do TJSP sobre o Bloqueio de Contas e Anúncios

Franca/SP

2024

GUILHERME PACCOLA SILVA

**A RESPONSABILIDADE CIVIL DOS MARKETPLACES EM VIOLAÇÕES DE
PROPRIEDADE INTELECTUAL:**

uma análise das decisões do TJSP sobre o bloqueio de contas e anúncios

Trabalho de Conclusão de curso apresentado à
Universidade Estadual Paulista (UNESP),
Faculdade de Ciências Humanas e Sociais,
Franca, para obtenção do título de Grau
acadêmico de Bacharel em Direito.

Área de Concentração: Ciências Jurídicas

Franca/SP

2024

S586r

Silva, Guilherme Paccola

A responsabilidade civil dos marketplaces em violações de propriedade intelectual : uma análise das decisões do TJ-SP sobre o bloqueio de contas e anúncios / Guilherme Paccola Silva. -- Franca, 2024
67 p. : tabs.

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Direito)
- Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, Franca
Orientador: Luciana Lopes Canavez

1. Propriedade Intelectual. 2. Responsabilidade Civil. 3. Código de Defesa do Consumidor. 4. Marketplace. 5. Bloqueio de Contas. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, Franca. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

GUILHERME PACCOLA SILVA

:

**A RESPONSABILIDADE CIVIL DOS MARKETPLACES EM VIOLAÇÕES DE
PROPRIEDADE INTELECTUAL:**

uma análise das decisões do TJSP sobre o bloqueio de contas e anúncios

Trabalho de Conclusão de curso apresentado à Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, Campus de Franca, para obtenção do título de Grau acadêmico de Bacharel em Direito.

.

Área de Concentração: Ciências Jurídicas

Data da defesa: ____/____/____

Banca Examinadora:

Profa. Dra. Luciana Lopes Canavez

UNESP – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – Faculdade de Ciências Humanas e Sociais - Campus de Franca

Prof. Me. Gianluca Contiero Murari

UNESP – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – Faculdade de Ciências Humanas e Sociais - Campus de Franca

Prof. Dr. David Borges Isaac Marques de Oliveira

UNAERP - Universidade de Ribeirão Preto –
Campus de Ribeirão Preto

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho ao meu falecido avô, Vírgilio Paccola. Médico oftalmologista que faleceu em 16 de fevereiro de 2013 e, infelizmente, não esteve presente para me ver graduando. Gostaria de narrar brevemente sua história e a importância que teve em minha vida. Meu avô nasceu em Lençóis Paulista-SP em 11 de fevereiro de 1932, proveniente de uma família humilde de imigrantes italianos, vindo, em 1953, cursar filosofia na USP de São Paulo e, posteriormente, prestando e passando no vestibular para ingressar no curso de medicina na mesma faculdade, mas em Ribeirão Preto, formando-se como um dos melhores alunos da turma. Casou-se, posteriormente, com minha avó, Vera Lúcia, também falecida, no ano de 1995.

Meu avô tinha um trato especial com cada paciente, sendo o tipo de médico que conversava, contava piadas e estava sempre de bom humor, tendo uma sensibilidade e humanidade invejáveis. Amava a sua profissão e tinha o prazer em ajudar quem necessitava, sendo uma das pessoas mais caridosas que tive o prazer de conviver. Nunca vou esquecer das manhãs, finais de semana e feriados que passei ao seu lado, nem das viagens que fizemos juntos e muito menos do amor que tinha por toda a sua família e amigos. Vovô sempre será um grande exemplo de ser humano para mim, assim como são minha mãe e meu pai.

Minha dedicatória vai, então, para meu querido avô, Vírgilio Paccola, que, além de todo o seu legado na região de Ribeirão Preto, também fica imortalizado no trabalho de conclusão de curso de seu neto.

AGRADECIMENTOS

(“As pessoas felizes lembram o passado com gratidão, alegram-se com o presente e encaram o futuro sem medo” – EPICURO)

Agradeço, primeiramente, ao grande pai celestial, Deus, que está dentro de todos nós. Sem ele não teria forças para continuar nos momentos em que estive mal e pensei em desistir dessa jornada que foi a minha graduação. Também não teria ânimo e disposição para aproveitar os momentos mais felizes da minha vida até o momento, sou grato a todo tempo por ele ter traçado esse plano para mim e ter colocado pessoas incríveis em meu caminho.

Aos meus pais, Leandra Paccola e Fabiano Manoel Silva, por sempre terem me apoiado nesse caminho, e, desde o início, apoiarem a escolha do meu curso; me proporcionarem uma educação de ouro, um privilégio que sei que, infelizmente, não é oportunizado a todos; por sempre me aconselharem em minhas escolhas pessoais e profissionais, me dando, além de apoio pessoal, o apoio financeiro para a minha estadia em Franca. Sem vocês nada disso seria possível!

Aos meus avós, Enedina e Mauro, os quais não poderia deixar de citar nesses agradecimentos. Que sempre demonstraram amor incondicional por mim e, mesmo de longe, torceram para eu obtivesse sucesso em meus planos!

Aos meus irmãos da república King Size e seus agregados, com quem tive o prazer de compartilhar no todo ou em parte esse momento doido e feliz de minha vida. Não tenho palavras para descrever o quão importante todos foram para a minha estadia na Unesp Franca. Tantos momentos que compartilhamos, tantas coisas que superamos juntos e o quanto cada um de vocês me ensinou a ser uma pessoa melhor. Eu realmente não como expressar o que sinto por cada um de vocês, mas posso tentar simbolizar pela palavra grega *Philia* (φιλία), que indica uma ligação mais estreita do que uma simples amizade, indicando respeito mútuo, confiança, afinidade e que se fortalece ao longo do tempo. Muito obrigado a todos vocês por sempre estarem ao meu lado nos melhores e piores momentos, minha lealdade e amizade sempre estará com todos, mesmo que estejamos longe.

Aos meus animais de estimação que tive ao longo da graduação: Koga, Gata Mãe, Botas e Fusquinha. Em muitos momentos vocês foram meu apoio em Franca, meu aconchego e distração das coisas pesadas e ruins do mundo. Os animais são, de fato, os seres mais puros que temos o prazer de conviver.

Aos meus amigos de Ribeirão Preto, Lucas Fiumari e Caio Melo. Apesar de não estarmos tão perto ao longo desses últimos anos após a pandemia do coronavírus, nossa

amizade só se fortaleceu. Vocês dois sempre foram meus confidentes, me acolheram quando eu mais precisava e são exemplos do que é ser amigo de verdade, meu muito obrigado por terem me acompanhado ao longo destes anos em que estive na universidade, espero que me acompanhem durante todos os outros, meus irmãos. Para vocês, posso também estender a palavra *Philia*, nossa amizade nunca titubeou, muito pelo contrário, ela provou ser resistente à distância, ao tempo e outros fatores que poderiam ter nos afastado, mas não fizeram.

Ao escritório de advocacia CCS, que me deu a minha primeira oportunidade de estágio no direito privado, o qual inspirou a redação dessa monografia. Todos com quem convivi foram importantes para que eu aprendesse um pouco mais sobre o direito e realmente gostasse dele!

Aos médicos que sempre me ajudaram a cuidar de minha saúde, especialmente minha endocrinologista, Dra. Patrícia Moreira, com quem tenho o maior carinho do mundo desde novembro de 2016, ano em que fui diagnosticado com Diabetes Mellitus. Desde então, quando estava à beira do precipício, a Dra. Patrícia esteve ao meu lado para me auxiliar no meu tratamento, luta diária que encaro até os dias de hoje.

A todos e todas que cruzaram meu caminho e fizeram parte da minha jornada, vai meu agradecimento especial, mesmo que não citados nominalmente aqui. Cada experiência que tive na universidade foi única para mim, um tremendo aprendizado a todo momento, e, se em algum momento você que está lendo fez parte disso, eu agradeço de coração.

Por último, mas não menos importante, a todos os professores, funcionários e servidores da Unesp de Franca, em especial à minha orientadora, Professora Dra. Luciana Lopes Canavez.

A todos vocês, obrigado, obrigado e obrigado!

“Por vezes sentimos que aquilo que fazemos não é senão uma gota de água no mar. Mas o mar seria menor se lhe faltasse uma gota”.

Madre Teresa de Calcutá

RESUMO

O crescimento do e-commerce levanta questões importantes para a proteção da propriedade intelectual nas plataformas de transações digitais. O objetivo do presente Trabalho de Conclusão de Curso é investigar a responsabilidade civil de mercado dos marketplaces, em relação à violação da propriedade intelectual. O aspecto escolhido do problema inclui decisões do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo tomadas em relação ao bloqueio de contas e anúncios. Mais e mais disputas comerciais e jurídicas não levam apenas ao crescente número de processos em diversos tribunais. Ao mesmo tempo, contribui para a crescente atenção dos tribunais e dos órgãos reguladores à responsabilidade civil dos marketplaces, como agentes intermediários em uma transação comercial. Além disso, o estudo examina as questões de responsabilidade objetiva baseada na teoria do risco e subjetiva em caso de abuso de direito, bem como o papel desempenhado pela aplicação do Código de Defesa do Consumidor. De 2022 a 2024, realizou-se a análise de decisões judiciais, o que permitirá a exibição dos padrões e divergências jurisprudenciais, revelando os desafios para comerciantes que agem com boa-fé e as contramedidas de fiscalização implementadas pelas plataformas. Em geral, a responsabilidade de um intermediário de plataforma deve cumprir princípios de justiça e equilibrar a proteção dos titulares dos direitos e a integridade do comerciante vendedor..

Palavras-chave: responsabilidade civil; comércio eletrônico; proteção e defesa do consumidor legislação; violação de propriedade intelectual.

ABSTRACT

The growth of e-commerce raises important issues regarding the protection of intellectual property on digital transaction platforms. The objective of this Final Course Paper is to investigate the civil liability of marketplaces in relation to intellectual property infringement. The chosen aspect of the problem includes decisions made by the São Paulo State Court of Justice regarding the blocking of accounts and advertisements. Increasing commercial and legal disputes not only lead to a growing number of cases in various courts but also contribute to the heightened attention of courts and regulatory bodies to the civil liability of marketplaces as intermediaries in commercial transactions. Furthermore, the study examines issues of objective liability based on risk theory and subjective liability in cases of abuse of rights, as well as the role played by the application of the Consumer Defense Code. Judicial decisions from 2022 to 2024 were analyzed, allowing for the presentation of jurisprudential patterns and divergences, revealing the challenges faced by good-faith sellers and the monitoring measures implemented by platforms. Overall, the liability of a platform intermediary should adhere to principles of justice and balance the protection of rights holders with the integrity of the merchant.

Keywords: civil liability; e-commerce; consumer protection law and legislation; intellectual property infringement.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Gráfico com dados sobre “desbloqueio de contas” (%)	51
Figura 2 – Gráfico da “Aplicação do CDC” (%)	56
Figura 3 – Gráfico mostrando a posição “Contra a Aplicação do CDC” (%)	60
Figura 4 – Gráfico acerca do “Dever de Indenizar” (%)	66
Figura 5 – Gráfico sobre “lucros cessantes” (%)	67
Figura 6 – Gráfico sobre “danos morais”	72

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Pesquisa Jurisprudencial I	50
Tabela 2 – Pesquisa Jurisprudencial II	50

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANATEL	Agência Nacional de Telecomunicações
BPP	Brand Protection Program
CDC	Código de Defesa do Consumidor
ECELSA	Espírito Santo Centrais Elétricas S/A
INPI	Instituto Nacional de Propriedade Industrial
Magalu	Magazine Luiza
Meli	Mercado Livre
PI	Propriedade Intelectual
PPPI	Programa de Proteção à Propriedade Intelectual
SENACON	Secretaria Nacional do Consumidor
TJ-SP ou TJSP	Tribunal de Justiça de São Paulo

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	15
2. FUNDAMENTOS DA RESPONSABILIDADE CIVIL E DA PROPRIEDADE INTELECTUAL	18
2.1. Responsabilidade Civil.....	20
2.1.1. Responsabilidade Civil Subjetiva	21
2.1.2. Responsabilidade Objetiva e a Aplicação do Código de Defesa do Consumidor.....	22
2.2. Propriedade Intelectual: Princípios e Fundamentos Legais	25
2.2.1. Propriedade Industrial	26
2.2.1.1. Patentes	26
2.2.1.2. Marcas Registradas	27
2.2.1.3. Desenhos Industriais	29
2.2.2. Direitos Autorais	30
2.3. Equilíbrio entre o exercício de direito de fiscalização dos intermediários e o exercício de atividade por comerciantes de boa-fé.	34
3. A PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL NOS MARKETPLACES DE VENDA	34
3.1. Violação de Marcas e Patentes	34
3.2. Direitos Autorais e os Marketplaces	36
3.3. Mecanismos de Proteção e Fiscalização dos Marketplaces	38
3.3.1. Mercado Livre	38
3.3.2. Amazon	40
3.3.3. Shoppe	41
3.3.4. Americanas	41
3.3.5. Magazine Luiza	42
3.4. Desafios e Impactos no E-commerce.....	43
4. ANÁLISE DA JURISPRUDÊNCIA DO TJ-SP SOBRE BLOQUEIO DE CONTAS DOS MARKETPLACES	46
4.1. Metodologia da Pesquisa Jurisprudencial	46
4.1.1. Delimitação da Pesquisa	47
4.1.2. Critérios de Seleção e Composição da Amostra	48
4.1.3. Variáveis da Pesquisa	47

4.2 Responsabilidade Objetiva e Aplicação do CDC	53
4.2.1. <i>Aplicação da Teoria Finalista Mitigada</i>	54
4.2.2 <i>Relações de Insumo</i>	58
4.2.3. <i>Análise das Duas Correntes de Entendimento</i>	63
4.3. Do Dever de Indenizar	65
4.3.1. <i>Danos Materiais</i>	66
4.3.2. <i>Danos Morais</i>	70
4.4. Abusividade da Conduta X Violação dos Termos de Uso	74
4.4.1. <i>Casos Favoráveis ao Desbloqueio</i>	77
4.4.2. <i>Casos Desfavoráveis ao Desbloqueio</i>	80
5. PADRÕES JURISPRUDENCIAIS IDENTIFICADOS E TENDÊNCIAS NO TJ-SP	83
5.1. Divergências Jurisprudenciais	83
5.2. Análise Crítica da Jurisprudência e Perspectivas Futuras	85
6. DESAFIOS E PROPOSTAS PARA O APERFEIÇOAMENTO DO REGIME JURÍDICO	87
CONCLUSÃO	89
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	92

INTRODUÇÃO

Com o avanço da tecnologia e das mídias digitais ao longo dos anos, surgiram novas formas de fazer comércio relacionadas ao uso da internet, transformando as relações comerciais, com ênfase, especialmente, à distribuição de bens e serviços. Com o passar do tempo, mais consumidores e vendedores utilizam-se do *e-commerce*, sendo um meio prático, acessível e moderno para realizar a compra e venda do que necessitam. Uma dessas novas práticas comerciais, os *markteplaces*, cresceram exponencialmente ao longo dos anos. Segundo dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (2023) o *e-commerce* movimentou 450 bilhões de reais entre os anos de 2020 e 2023, esse valor mais do que dobrou com relação ao período de 2016 a 2019, em que foram movimentados 178,06 bilhões de reais. Com tal crescimento, no entanto, surgiram diversos problemas, como, por exemplo, as violações de propriedade intelectual dentro das plataformas.

Grande parte desse montante advém de plataformas como Mercado Livre, Amazon, Americanas e Shoppe, as principais plataformas de *marketplace* atuantes no país, com preços competitivos, entregas rápidas, praticidade e facilidade no acesso. Tais empresas caracterizam-se por *sites* de redes varejistas que funcionam como um espaço de compra e venda virtual, em que os *sellers*, lojistas parceiros, podem vender seus produtos, pagando uma comissão às empresas como Amazon, Mercado Livre e Americanas S.A, sendo similar a um shopping center, porém, de maneira virtual (Redação Olist, 2023).

Esse modelo de negócios não só permitiu o acesso global ao comércio eletrônico, mas também revolucionou a maneira como consumidores e vendedores interagem. Ao se consolidarem como intermediárias, proporcionaram o surgimento de novos empreendedores e dinamizaram o comércio nacional e internacional, ampliando o alcance de produtos de forma nunca antes vista. Com tal crescimento, no entanto, surgiram diversos problemas, como, por exemplo, as violações de propriedade intelectual dentro destes intermediários, ensejando a discussão acerca da responsabilidade civil dessas empresas nos casos postos em análise no judiciário.

A responsabilidade civil é um preceito fundamental para os julgamentos das mais diversas controvérsias envolvendo danos causados pelas ocorrências internas dentro destas plataformas, sendo, nos casos envolvendo o direito do consumidor, objetiva, ou seja, independente de culpa, conforme artigo 927, parágrafo único, do Código Civil (Brasil, 2002) e artigo 18 do CDC (Brasil, 1990). Entretanto, sob o prisma estudado, é necessário avaliar o entendimento do judiciário sobre o assunto, sendo está uma discussão complexa.

As violações à propriedade intelectual (PI) consistem na promoção de anúncios dentro das plataformas de vendas de produtos que violam direitos de marcas, patentes, desenhos industriais e direitos autorais, protegidos pela legislação brasileira e internacional. As leis existentes, entretanto, não tratam especificamente das violações ocorridas no ambiente virtual e sim de uma maneira geral, podendo citar, por exemplo, a aplicação da lei de propriedade industrial (Brasil, 1996) e a lei de direitos autorais (Brasil, 1998), que oferecem os conceitos legais para a proteção destes direitos.

Embora as leis de propriedade industrial e direitos autorais ofereçam uma proteção robusta aos titulares desses direitos, elas foram elaboradas em um contexto anterior ao advento das plataformas de comércio eletrônico. Tal fato pode ser interpretado como uma lacuna legislativa em relação às obrigações dos *marketplaces* quanto à fiscalização dos produtos oferecidos em suas plataformas, abrindo espaço para diferentes interpretações jurisprudenciais sobre o tema.

Nesse caso, as políticas internas e termos de uso das plataformas se mostram essenciais para a fiscalização que a fiscalização da regularidade das vendas. Essa regulação é feita por meio de denúncias dos legítimos detentores de marcas e patentes ou pela própria moderação das plataformas, criando regras de quais produtos podem ser vendidos, como os anúncios podem ser criados e quais sanções seriam aplicadas em caso de tais violações.

A escolha do Tribunal de Justiça de São Paulo se dá, primeiramente, pelo número de ações que existem envolvendo este assunto, sendo responsável por uma série de decisões que moldam o entendimento da responsabilização dessas plataformas em diversos aspectos. Além disso, o estado de São Paulo é dos maiores centros econômicos e tecnológicos do país, tendo, inclusive, na cidade de Osasco a sede da maior empresa de *e-commerce* do Brasil: o Mercado Livre. Apesar do número de julgados, existe uma relevância do entendimento deste tribunal para com o estado de São Paulo, sede da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, onde este Trabalho de Conclusão de Curso será apresentado, sendo, portanto, aspecto interessante para os juristas e comerciantes paulistas que desejam estudar sobre o assunto.

Tais casos envolvem acusações em que os *marketplaces* não realizam a devida fiscalização dos produtos vendidos em suas plataformas, agindo com abuso de direito quanto à aplicação de penalidades, impondo banimentos indevidos, suspensões e derrubadas de anúncios. O abuso de direito, previsto no artigo 187 do Código Civil (Brasil, 2002), ocorre, segundo Maria Helena Diniz, consiste: “No uso de um poder, direito ou coisa além do permitido ou extrapolando as limitações de um direito, lesando alguém, traz como efeito jurídico o dever de indenizar. (2012, p. 605)”. A nobre jurista ainda pontua que o exercício de

direito praticado com uma finalidade contrária a seu objetivo econômico ou social é considerado como um ato abusivo (Diniz, 2012, p.605)

Existe, ademais, uma grande pressão dos legítimos detentores da propriedade intelectual e industrial para que haja mais eficiência nesse controle, na detecção e remoção de conteúdos considerados violadores. Pensando nisso, o presente trabalho busca estudar a responsabilidade civil das empresas de *marketplace* do Brasil nas ocorrências de violação de propriedade intelectual em situações em que os comerciantes fazem alegações de punições injustas pelas empresas, por meio das penalidades já citadas, quando, em parte dos casos, na verdade não violam direitos de propriedades intelectuais ou as normas instituídas pelas plataformas nesse aspecto. Nesse contexto, o tribunal bandeirante desempenha papel fundamental para garantir que não se mantenham sanções injustas e com abuso de poder.

Além disso, a pesquisa será delimitada ao longo do período de 2020 a 2024, de modo a oferecer uma análise mais atual e crítica das decisões recentes, refletindo a complexidade do comércio eletrônico. Neste lapso de tempo, ocorreu, de maneira substancial, o crescimento dessas plataformas, por, entre outros motivos, a pandemia de Covid-19.

Será realizada uma análise temática de quarenta e três acórdãos que incluam a presença de litígios acerca da propriedade intelectual e responsabilidade civil dos *marketplaces*, incluindo a aplicação do Código de Defesa do Consumidor (CDC), o dever de indenizar e a responsabilização pelos bloqueios, de modo a identificar padrões e tendências jurisprudenciais.

A análise busca identificar os principais tópicos mais abordados nos julgados, como, por exemplo, o dever de diligência das plataformas ao fiscalizar, os danos causados, sejam morais ou materiais, e os programas de prevenção das plataformas. Junto a análise jurisprudencial, ocorrerá uma explanação doutrinária sobre responsabilidade civil e propriedade intelectual, especialmente voltada à essa forma de fazer comércio, para compreender melhor os posicionamentos dos tribunais e da academia sobre o tema.

Por fim, espera-se contribuir para a ampliação do entendimento acerca do tema, oferecendo uma análise detalhada e crítica das decisões em questão, mostrando aos juristas e demais interessados em responsabilidade civil e propriedade intelectual o posicionamento do Tribunal de Justiça de São Paulo acerca destes relevantes para o comércio eletrônico brasileiro

2. FUNDAMENTOS DA RESPONSABILIDADE CIVIL E PROPRIEDADE INTELECTUAL.

A relação entre Responsabilidade Civil e Propriedade Intelectual tem se destacado no mundo jurídico, especialmente com o aumento no uso de tecnologias digitais e o progresso do comércio eletrônico. O ponto de intersecção dessas duas áreas do direito se revela de extrema importância, uma vez que as infrações cometidas no campo da propriedade intelectual estão se tornando bastante comuns em plataformas de mercado, com as empresas possuindo mecanismos para a identificação de fraudes cometidas dentro de seus recintos:

Muitas roupas, sapatos, relógios e diversos outros itens são fabricados imitando marcas famosas, utilizando até mesmo um logotipo idêntico ao do produto original. Esse caminho foi mais fácil de início, porque a marca replicada trazia visibilidade, porém é uma prática extremamente arriscada e com muitos prejuízos. Apesar de ser comum nos marketplaces, isso pode ser considerado crime se o vendedor não possuir a autorização da empresa detentora da marca, podendo sofrer diversas sanções. **As plataformas possuem mecanismos para identificar esses anúncios, bloqueando as contas e até mesmo impedindo os vendedores de criar outras lojas, entre outras consequências mais graves** (Kaecher, 2022, p. 38, grifo nosso).

A responsabilidade civil é um dos instrumentos mais antigos da lei, projetado para garantir a compensação dos danos a determinada vítima de ato ilícito. Tradicionalmente, seu papel tem sido visto como aquele projetado para ajustar as relações jurídicas, determinando que aqueles que causam danos a outros devem compensar aqueles que sofreram, seja a perda patrimonial ou extrapatrimonial, reestabelecendo o equilíbrio do sistema jurídico e econômico, de modo a retornar ao prejudicado para a situação anterior à lesão (*statu quo ante*), restituindo-o por meio de uma indenização proporcional à extensão do dano (Cavaliere Filho, 2012, p. 14).

Paralelamente, a propriedade intelectual tem um lugar essencial no mundo globalizado e avançado de hoje, ao fornecer proteção para criações humanas, invenções, marcas registradas e direitos autorais, desenhos industriais etc. As leis brasileiras nesse campo visam encorajar a inovação e garantir que o inventor possa extrair benefícios econômicos de suas criações, salvaguardando, também, a prevenção de atos violadores, de modo a conferir a faculdade do poder público retirar de circulação objetos que utilizem marcas, modelos industriais, patentes ilegalmente, conforme preceitua Denis Borges Barbosa (2003, p.38):

Pelo art. 209 do CPI/96, nos casos de reprodução ou de imitação flagrante de marca registrada, o juiz poderá determinar a apreensão de todas as mercadorias, produtos, objetos, embalagens, etiquetas e outros que contenham a marca falsificada ou imitada. Em tal caso – imitação ou reprodução flagrante

(ou seja, evidente, impressionante à primeira vista, e não somente uma evocação ou aparência discutível em face do produto ou serviço, ou do público a que se destina) a apreensão não se fará apenas como pré-constituição de prova.

Além da faculdade do poder público, as plataformas devem oferecer canais facilitados para os que titulares de direito possam realizar denúncias de tais violações, é a orientação do Guia Boas práticas e orientações às plataformas de comércio eletrônico para implementação de medidas de combate à venda de produtos piratas, contrabandeados ou, de qualquer modo, em violação à propriedade intelectual (Brasil, 2022, p. 9). Ressalta-se que, apesar de não serem todas as empresas de *marketplace* que aderiram às orientações do guia, estas não podem se isentar de sua obrigação em fiscalizar e remover anúncios e vendedores de produtos ilegítimos, devendo estabelecer critérios em seus termos de uso para coibir esse tipo de prática:

6.3. Dessa forma, em respeito ao direito fundamental à vida e ao CDC, as plataformas de comércio eletrônico não podem se furtar da responsabilidade de comercializarem estes tipos de produto, alegando a impossibilidade de retirada dos anúncios em respeito à liberdade de expressão, pois disso não se trata, mas sim do exercício da liberdade econômica, que com ele não se confunde.

6.4. Assim, **devem os provedores estabelecerem critérios claros em seus termos de uso, políticas empresariais ou outros regimentos que coíbam a comercialização de produtos ilegais ou pirateados, resguardando a vida, saúde e segurança dos consumidores de suas plataformas.** (SENACON, 2019, p. 6, grifo nosso)

Nesse cenário, a responsabilidade das plataformas não se restringe apenas à observância das normas jurídicas vigentes, mas também ao desenvolvimento de boas práticas que garantam um ambiente seguro e confiável para consumidores e fornecedores. Por isso, a adoção de medidas preventivas, como a verificação de autenticidade de produtos e a identificação adequada de vendedores, é essencial para equilibrar a proteção de direitos com a promoção de um mercado competitivo e justo.

Pode haver, desse modo, a responsabilização das empresas de *e-commerce* perante o consumidor, sendo intermediários nas transações realizadas dentro de seus sites, conforme pontua Patrícia Vieira Murada (2020, p. 64): “o marketplace poderá ser responsabilizado pela ocorrência de envio de produtos falsificados anunciados como originais, usados ofertados como novos, diferente do que efetivamente pactuado, ou atraso na entrega de bem essencial.”. Os *marketplaces* atuam como efetivos fornecedores perante o destinatário final do bem, sendo que sua responsabilização civil independe de culpa ou dolo, por força da teoria do risco do empreendimento e do artigo 927, parágrafo único, do Código Civil, sendo que, dessa forma, o descumprimento de um dever, nesse caso, de fiscalizar a legitimidade dos produtos vendidos dentro de seus recintos, pode gerar graves consequências jurídicas (Murada, 2020, p.66).

O ponto mais sensível é, no entanto, realizar a ponderação entre o direito e dever das plataformas em agir contra tais violações não atingindo comerciantes inocentes que vendem produtos legítimos e, diante desse fato, surge a importância da atuação correta das plataformas de *marketplace*, uma vez que estes, por meio da prática de facilitar transações comerciais ou a troca de conteúdo entre usuários, assumem uma posição estratégica que muitas vezes pode contribuir para a violação do direito, tanto do consumidor final quanto de seus parceiros comerciais. Com o aumento do número de casos judicializados sobre essa questão (Mattos, 2023) a necessidade de estabelecer critérios claros e objetivos para identificar e combater práticas ilícitas sem comprometer a liberdade de atuação de comerciantes honestos torna-se ainda mais premente.

Este tópico pretende, portanto, expor os principais fundamentos da responsabilidade civil e do direito da propriedade intelectual no Brasil, levando em conta os arcabouços jurídicos e teóricos que regem esses institutos e sua inter-relação dentro do paradigma dos *marketplaces*.

2.1. Responsabilidade Civil

A responsabilidade civil é, dentro do domínio do Direito, essencialmente desenvolvida como um mecanismo para a reparação de danos causados a terceiros em decorrência de atos ou omissões, sejam eles da esfera da legalidade ou da ilegalidade, que tenham prejudicado outros. Ela se qualifica como uma importante ferramenta para o sistema de proteção de interesses e garante que os que lesam interesses de terceiros sejam obrigados a reparar a lesão infligida ou fornecer uma indenização à parte lesada. Nas palavras de Sérgio Cavalieri Filho (2012, p. 4), a responsabilidade civil funciona sob a ótica do ato ilícito e, com ele, surge a obrigação de indenizar como forma de colocar a vítima do evento danoso no *statu quo ante*:

Sempre se disse que o ato ilícito é uma das fontes da obrigação, mas nunca a lei indicou qual seria essa obrigação. Agora o Código diz - aquele que comete ato ilícito fica obrigado a indenizar. A responsabilidade civil opera a partir do ato ilícito, com o nascimento da obrigação de indenizar, que tem por finalidade tornar *indemne* o lesado, colocar a vítima na situação em que estaria sem a ocorrência do fato danoso.

Existem dois tipos de responsabilidade civil: responsabilidade subjetiva e responsabilidade objetiva. A primeira, em que a responsabilidade pode ser imposta somente se a culpa for comprovada; a segunda, imposta sem qualquer exigência de prova de intenção ou negligência, entrando em operação quando a perda decorre de uma atividade que cria riscos por sua própria natureza.

Ambos os conceitos são de extrema importância para o tema estudado, tendo em vista que ainda não há pacificação na jurisprudência bandeirante se existe ou não a necessidade de demonstração de culpa das plataformas no bloqueio indevido de contas e anúncios.

2.1.1. Responsabilidade Civil Subjetiva

A responsabilidade subjetiva é o modelo tradicional de responsabilidade com base na culpa ou dolo, que era amplamente adotada no código civil de 1916 (Brasil, 1916). Nesse caso, a parte lesada deve demonstrar que o causador do dano agiu intencionalmente (para causar dano) ou com culpa (negligência, imprudência ou imperícia), conforme preceitua o artigo 186 do Código Civil (Brasil, 2002).

A maior parte da doutrina, como Sérgio Cavalieri Filho (2012, p. 19, grifo nosso), sustenta que a responsabilidade subjetiva deve ser aplicável em casos de comportamento culposo e doloso do causador do dano por meio de um ato ilícito:

Há primeiramente um elemento formal, que é a violação de um dever jurídico mediante **conduta voluntária; um elemento subjetivo, que pode ser o dolo ou a culpa; e, ainda, um elemento causal-material, que é o da e a respectiva relação de causalidade**. Esses três elementos, apresentados pela doutrina francesa como pressupostos da responsabilidade civil subjetiva, podem ser claramente identificá-los no art. 186 do Código Civil, mediante simples análise do seu texto [...]

Portanto a partir do momento em que alguém, mediante conduta culposa, viola direito de outrem e causa-lhe dano, está-se diante de um ato ilícito, e deste ato deflui o inexorável dever de indenizar, consoante o art. 927 do Código Civil. Por violação de direito deve-se entender todo e qualquer direito subjetivo, não só os relativos, que se fazem mais presentes no campo da responsabilidade contratual, como também e principalmente os absolutos, reais e personalíssimos, nestes incluídos o direito à vida, à saúde, à liberdade, à honra, à intimidade, ao nome e à imagem.

Nesse prisma, então, quem tem seu direito violado teria que tentar demonstrar o nexo causal entre o ato praticado e o dano causado pelo infrator, sendo que, na esfera da responsabilidade das plataformas no estudo proposto, a sua imputação pode se tornar particularmente difícil, tendo em vista que a vítima nem sempre dispõe dos meios para comprovar todos os pressupostos necessários para a responsabilização. Assim sendo, o autor da violação, nesse caso, as plataformas de *marketplace*, é imputado com ato ilícito quando age com culpa ou dolo em suas ações, no entanto, pelos fatores já citados, esse tipo de responsabilidade é frequentemente considerado inadequado à luz da crescente complexidade das relações dentro do meio digital, principalmente em vista da evidente subordinação dos *sellers* aos *marketplaces*, tendo em vista que o autor do dano tem grau hierárquico superior ao da vítima dentro de seu recinto eletrônico. Desse modo, existe, também, o entendimento de

que a culpa deve ser presumida, inclusive com a inversão do ônus da prova, conforme determina o CDC (Assunção, 2022, p.17).

Além disso, o abuso do exercício do direito das plataformas em fiscalizar e aplicar sanções em seus parceiros também parece afastar a aplicação do modelo tradicional de responsabilidade civil. A respeito do abuso de direito, cabe breve citação doutrinária acerca do atual entendimento a luz do Código Civil de 2002:

A nosso viso, em se tratando de responsabilidade civil por abuso do direito, a culpa é meramente accidental para a configuração do dever de indenizar. Por conseguinte, a prova da culpa do agente no exceder dos limites fixados pelo artigo 187 do Código Civil não é ser exigida pelo intérprete, adverte Silvio de Salvo Venosa. O enunciado 37 da 1ª Jornada de Direito Civil promovida pelo Centro de Estudos Judiciários do Conselho de Justiça Federal, realizada em Brasília/DF, no ano de 2002 afirma: “A responsabilidade civil decorrente do abuso do direito independe de culpa, e fundamenta-se somente no critério objetivo-finalístico” (Guerra, 2015, p. 309).

A esse respeito, reitera-se, desde já que há certa divergência jurisprudencial acerca da aplicação do instituto do abuso do direito e aplicação do CDC nestes casos, o que atrairia a aplicação da responsabilidade subjetiva, fato que será delineado e aprofundado mais a frente com a devida análise dos julgados do TJSP. O volume cada vez maior de transações efetuadas por meio de canais digitais deu origem a novos quadros de responsabilidade em que a culpa nem sempre é a condição *sine qua non* para impor uma compensação por danos.

2.1.2. Responsabilidade Objetiva e a Aplicação do Código de Defesa do Consumidor

A responsabilidade objetiva representa um passo adiante dado pelo código civil de 2002, parecendo mais apropriado para atender às novas necessidades das relações jurídicas com o mundo digital, sem haver a necessidade, como a responsabilidade subjetiva, na prova de culpa ou dolo. Requer apenas que o dano decorrente da atividade do agente causador e a perda pela vítima possam ser provados, sendo este é o princípio subjacente à teoria do risco, segundo o qual toda pessoa que se compromete a realizar uma atividade que possa implicar risco para terceiros é chamada a responder pelos danos que possa causar no final, afastando a dificuldade imposta pela responsabilidade subjetiva, sendo considerada insuficiente para tutelar certas atividades:

a responsabilidade objetiva, fundada na teoria do risco, que foi uma das teorias desenvolvidas para justificá-la, não caracterizaria um retorno à ideia de vingança, mas, sim, o entendimento de que a culpa é insuficiente para regular todos os casos de responsabilidade: “o fundamento da teoria objetiva consiste em eliminar a culpa como requisito do dano indenizável, ou seja, em admitir a responsabilidade sem

culpa, e isso porque cada um deve responder pelo risco de seus atos” (Mahuad; Mahuad, 2015, p. 56)

Um exemplo desse sistema é que a responsabilidade recai sobre plataformas como Mercado Livre ou Amazon, na medida em que não são fabricantes nem vendedoras, mas atuam apenas como intermediárias que obtêm lucro facilitando as transações. Assim, mesmo que não sejam as fornecedoras de determinado item, elas absorvem o risco relacionado às atividades comerciais que facilitam, incluindo nas relações que mantém com os *sellers* parceiros. Em outras palavras, encontra-se nesse conceito um princípio importante do sistema jurídico moderno, eliminando a necessidade de provar a culpa específica da plataforma.

Esse fator é motivo de debate dentro da jurisprudência, especialmente em situações de violações de propriedade intelectual, como a venda de produtos falsificados e a distribuição de conteúdo protegido por direitos autorais, fazendo com que as plataformas de comércio eletrônico passassem a assumir os riscos associados às vendas realizadas por terceiros que utilizam suas infraestruturas. Essas empresas podem, da mesma forma, serem responsabilizadas pelos prejuízos causados aos vendedores, mesmo que não tenham culpa, desde que haja boa-fé daqueles em tentar buscar uma solução extrajudicial antes, sendo que tal responsabilização já foi reconhecida pelo STJ no AREsp 1.814.415, como narram Vico Barbosa Cosson e Vinicius Pinheiros Marques (2021, p 192, grifo nosso):

Ainda no que concerne à atividade praticada pelos Marketplaces e até onde as mesmas incidem na responsabilidade civil, no AREsp 1.814.415, também do ano de 2021, cuja relatoria também é do Ministro Humberto Martins, ocorreu situação englobando a conhecida plataforma do Mercado Livre (ML).

Após intensa discussão, ao longo do trajeto processual, acerca da primazia da autonomia privada, da não intervenção e mesmo da liberdade contratual, o STJ, por meio do Relator, revelou sua tendência, novamente, de atestar que o ato de retirada ou alteração de um anúncio pode gerar danos aos usuários.

[...]

Nessa toada, o ML infere que houve manifesta ruptura dos Termos e Condições de uso de seu ambiente virtual, bem como ocorreu infração ante o estipulado entre ele e o usuário vendedor. Todavia, o STJ demonstrou por meio da decisão monocrática que é clarividente o descumprimento por parte da plataforma, tendo a razão o Autor ao verificar que o ML gerou danos ao restringir seu anúncio.

O Superior Tribunal ratificou, ainda, por meio de simples prova, que em uma breve pesquisa no site do ambiente virtual em testilha já era suficiente para averiguar inúmeros outros anúncios com o mesmo objeto, fato que amparava os pontos trazidos à baila pelo Autor (vendedor).

Até o momento, não há pacificação na jurisprudência sobre a forma de responsabilização dos *marketplaces* no bloqueio de contas e anúncios, mas, como será discutido posteriormente, quando ocorrem de forma ilegal e injustificado, estes são responsabilizados pelos danos causados. Nesse contexto, uma vez que se tornam parte do

processo, subsiste a necessidade de garantir que todas as decisões sobre o bloqueio de contas e anúncios sejam baseadas em fatos e que haja uma justificativa válida para isso, destacando o dever em garantir que a integridade e a confiança do comércio digital sejam mantidas:

De outro modo, contudo, são as situações em que o consumo colaborativo pela internet utiliza-se de plataforma digital mantida por alguém que se dispõe a viabilizar espaço ou instrumento de oferta por intermédio de um site ou aplicativo. Quem explora o site ou aplicativo atua não apenas como um facilitador, mas como aquele que toma viável e, por vezes, estrutura um determinado modelo de negócio. **Em outros termos, o site ou aplicativo permite o acesso à internet e atua como guardião deste acesso, um ("guardião do acesso") que assume o dever, ao oferecer o serviço de intermediação ou aproximação, de garantir a segurança do modelo de negócio, despertando a confiança geral ao torná-lo disponível pela internet.** (Miragem, 2016, p. 562, grifo nosso)

A teoria finalista mitigada, referendada pelo Superior Tribunal de Justiça, tem papel primordial nas relações comerciais via meios digitais, possibilitando a aplicação da responsabilidade objetiva e, principalmente na inversão do ônus da prova. Nos casos envolvendo litígios entre as grandes plataformas de venda *online* e comerciantes, a teoria finalista mitigada (ou aprofundada) surge como um desdobramento da leitura literal da teoria tradicional, admitindo que, em alguns casos, mesmo usuários profissionais ou empresariais do produto ou serviço podem ser considerados vulneráveis e ter direito à proteção do CDC. Essa vulnerabilidade não precisa ser apenas econômica, mas pode ser, também, técnica, jurídica ou informacional, havendo, inclusive, o caráter de uma espécie de subordinação entre esses atores:

A responsabilidade civil consiste na efetivação da reparabilidade abstrata do dano em relação a um sujeito passivo da relação jurídica que se forma. [...] Não importa se o fundamento é a culpa, ou se é independente desta. Em qualquer circunstância, onde houver a subordinação de um sujeito passivo à determinação de um dever de ressarcimento, aí estará a responsabilidade civil (Pereira, 2022, p. 31).

O STJ endossou essa visão e aplicou a proteção do CDC em inúmeros casos em que o sujeito, embora não seja o consumidor final habitual, é comparativamente mais desamparado do que o fornecedor. Tem-se, por exemplo, no REsp 1.195.642 o seguinte entendimento:

A jurisprudência do STJ, tomando por base o conceito de consumidor por equiparação previsto no Art. 29 do CDC, tem evoluído para uma aplicação temperada da teoria finalista frente às pessoas jurídicas, num processo que a doutrina vem denominando finalismo aprofundado, consistente em se admitir que, em determinadas hipóteses, a pessoa jurídica adquirente de um produto ou serviço pode ser equiparado à condição de consumidora, por apresentar frente ao fornecedor alguma vulnerabilidade, que constitui o princípio-motor da política nacional das

relações de consumo, premissa expressamente fixada no Art. 4º, I, do CDC, que legitima toda a proteção conferida ao consumidor. (BRASIL, 2012)

Considerando o porte destas plataformas, grandes empresas que fornecem o espaço para a venda de mercadorias para terceiros, a teoria finalista mitigada é intrinsicamente aplicada quando um vendedor em particular, por exemplo, tem sua conta ou produtos bloqueados indevidamente, sem nenhuma justificativa ou direito de defesa, de forma a afastar o preceito de igualdade que, normalmente, seria aplicada pela teoria finalista tradicional (Mascarenhas, 2018, p. 21-22). Mesmo que o comerciante seja uma pessoa jurídica que vende seus produtos e, portanto, teoricamente um fornecedor no mercado, há uma posição relativa vulnerabilidade em relação ao provedor da plataforma, que exerce o poder de suspender suas atividades, realizar restrições de desempenho e até mesmo gerar greves danos à reputação, havendo, portanto, a aplicação da responsabilidade civil objetiva e do Código de Defesa do Consumidor (Mascarenhas, 2018, p. 22).

2.2. Propriedade Intelectual: Princípios e Fundamentos Legais.

A propriedade intelectual é um ramo de direitos que salvaguarda produtos de invenção humana, garantindo especificamente aos detentores o direito exclusivo de usá-los e explorá-los para fins econômicos. Ela pode ser definida, conforme a Organização Mundial da Propriedade Intelectual, como:

[...] a soma dos direitos relativos às obras literárias, artísticas e científicas, às interpretações dos artistas intérpretes e às execuções dos artistas executantes, aos fonogramas e às emissões de radiodifusão, às invenções em todos os domínios da atividade humana, às descobertas científicas, aos desenhos e modelos industriais, às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e denominações comerciais, à proteção contra a concorrência desleal e todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico (Barbosa, 2003, p. 10)

Tem-se, então, um campo do direito que compreende tanto à propriedade industrial quanto aos direitos autorais, não restrito somente às leis nacionais, mas, também, à normas e convenções internacionais, como, por exemplo a Convenção de Berna (1886) e o Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual (1994), mais conhecido como TRIPS (Barbosa, 2003, p. 154). Os tratados em que o Brasil é signatário, desde que devidamente aprovados pelo congresso nacional, apresentam o caráter de lei ordinária:

Como expõe o julgado seminal do Supremo na ADIMC-1480, uma vez aprovados pelo Congresso Nacional, os atos internacionais de caráter normativo passam a ser

constitucionalmente suscetíveis de integração ao sistema legal brasileiro. Caso sejam efetivamente integradas, as normas internacionais se internalizam, adquirindo uma hierarquia equivalente - pelo menos - a lei ordinária (Barbosa, 2003, p. 155).

No âmbito da legislação nacional proteção à propriedade intelectual, encontra-se garantida sob várias disposições legais, entre elas a Constituição Federal de 1988, que em seu artigo 5º, incisos XXVII e XXIX (Brasil, 1988), garante os direitos dos autores sobre suas obras e, além disso, a legislação no campo da propriedade intelectual é dividida entre a lei 9.279/1996 (lei de propriedade industrial) e lei 9.610/1998 (lei dos direitos autorais), ambas garantindo a proteção por dispositivos específicos que salvaguardam diversos tipos de criações e inovações.

2.2.1. Propriedade Industrial

A propriedade industrial é regida pela Lei de Propriedade Industrial sob o nº 9.279/1996, salvaguardando patentes, marcas, desenhos industriais e indicações geográficas, de modo a garantir aos titulares de tais direitos exclusivamente o uso e a exploração de suas criações.

2.2.1.1. Patentes

Tratando, em primeiro lugar, das patentes: Elas são o meio de o Estado conferir, de modo oficial e por força de lei, ao titular um direito exclusivo de fazer uso do objeto da patente, seja um produto, um processo de fabricação ou aperfeiçoamento de produtos ou processos já existentes, objetos patenteados, por um período limitado de tempo, a partir da data da concessão, sendo um estímulo à inovação tecnológica que confere ao inventor, temporariamente, para recuperar o investimento em pesquisa e desenvolvimento (Brasil, 2021, p. 9). Em outras palavras, pode-se aferir que a patente é o reconhecimento formal pelo Estado, por meio de um registro, de que determinado inventor é titular de direito de propriedade intelectual de um produto ou processo, adquirindo o inventor a propriedade de sua invenção (Duarte; Braga, 2018, p.64)

No Brasil, o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) tem o poder estatal de conferir uma patente, havendo todo um processo burocrático que analisa se o objeto possui os requisitos necessários para a concessão- novidade, atividade inventivas e aplicação industrial

– e se o requerente possui legitimidade para tal pedido, ou seja, se de fato é o inventor do produto (Brasil, 2021, p. 17-19).

A patente de invenção, ou seja, aquelas relativas a atos inventivos e novidades e aplicação industrial tem prazo de vigência vinte anos, a contar de seu depósito junto ao INPI, enquanto as patentes de modelo de utilidade, que visam melhorar um processo ou produto, integrando-se a ele, tem validade de 15 anos conforme artigo 40 da lei de propriedade industrial. Ressalta-se que ocorreu discussão acerca da constitucionalidade do parágrafo único deste artigo que previa:

Parágrafo único. O prazo de vigência não será inferior a 10 (dez) anos para a patente de invenção e a 7 (sete) anos para a patente de modelo de utilidade, a contar da data de concessão, ressalvada a hipótese de o INPI estar impedido de proceder ao exame de mérito do pedido, por pendência judicial comprovada ou por motivo de força maior. (Brasil, 1996)

Tal discussão chegou ao Supremo Tribunal Federal em 2016, por meio da ADI 5.529, sendo tal norma declarada inconstitucional em 2021 pela violação do princípio da temporariedade da proteção das patentes, contido no art. 5º, XXIX, da Constituição Federal, tendo em vista que esta norma estendia, ainda mais, a validade de uma patente no país (Brasil, 2021). Posteriormente, inclusive, tal norma foi revogada pela lei 14.195/2021 (Brasil, 2021).

2.1.1.2 Marcas Registradas

Importante frisar, também, a importância das marcas registradas, que, segundo a própria lei 9.279/1996 é o: “sinal distintivo cujas funções principais são identificar a origem e distinguir produtos ou serviços de outros idênticos, semelhantes ou afins de origem diversa” (Brasil, 1996). Em outras palavras, nada mais são do que sinais que distinguem produtos ou serviços no mercado, registrar uma marca confere ao proprietário da marca o direito exclusivo de usá-la em relação aos produtos ou serviços em relação aos quais a marca está registrada (Duarte; Braga, 2018, p.49).

Registrar uma marca protege o seu detentor, para que, então, possa-se tomar medidas legais contra qualquer um que copie ilegalmente sua a marca, podendo requerer a retirada que a reproduzam ou a imitem, além da indenização por perdas e danos:

Art. 209. Fica ressalvado ao prejudicado o direito de haver perdas e danos em ressarcimento de prejuízos causados por atos de violação de direitos de propriedade industrial e atos de concorrência desleal não previstos nesta Lei, tendentes a prejudicar a reputação ou os negócios alheios, a criar confusão entre estabelecimentos comerciais, industriais ou prestadores de serviço, ou entre os produtos e serviços postos no comércio.

§ 2º Nos casos de reprodução ou de imitação flagrante de marca registrada, o juiz poderá determinar a apreensão de todas as mercadorias, produtos, objetos, embalagens, etiquetas e outros que contenham a marca falsificada ou imitada (Brasil, 1996).

É interessante analisar a perspectiva que tal artigo traz, tendo em vista que tais violações atingem o meio digital, em que facilmente são encontrados produtos falsificados, inclusive dentro dos *marketplaces*, o que ensejaria a responsabilização do intermediário e seu parceiro, conforme já abordado. Entretanto, é importante distinguir tais violações do chamado uso justo e abordar o princípio do esgotamento dos direitos no âmbito desse estudo.

O uso justo ou *fair usage* está contido no artigo 132 da lei de propriedade industrial e se caracteriza como um limite do direito de marca:

O CPI/96 estabelece, como uma proposta inédita na nossa história jurídica, alguns limites ao exercício do direito exclusivo: no art. 132, o Código prevê que o titular da marca não poderá impedir que comerciantes ou distribuidores utilizem sinais distintivos que lhes são próprios, juntamente com a marca do produto, na sua promoção e comercialização; nem impedir que fabricantes de acessórios utilizem a marca para indicar a destinação do produto, desde que obedecidas as práticas leais de concorrência; nem, especialmente, impedir a citação da marca em discurso, obra científica ou literária ou qualquer outra publicação, desde que sem conotação comercial e sem prejuízo para seu caráter distintivo (Barbosa, 2003, p. 735).

Mais importante que o uso justo, temos o princípio do esgotamento ou exaustão dos direitos, que estabelece que alguns direitos de propriedade intelectual sofrem esgotamento após a primeira venda (Del Bianco; Furuya; Karakanian, [2023], p. 27), desse modo, o registro de determinada marca não impede que haja a livre circulação de um determinado produto, desde que introduzidos pelo titular ou com a sua autorização (ou abstenção de coibir a venda), ou seja, mesmo que adquiridos no mercado externo, se houver autorização do titular da marca, pode ser vendido legalmente no país (Barbosa, 2003, p. 740).

Tal disposição encontra amparo na legislação brasileira por meio do artigo 132, inciso III, da lei 9.279/1996¹, bem como pelo artigo 13 do Protocolo de Harmonização de Normas sobre Propriedade Intelectual no MERCOSUL:

Artigo 13

Exaustão do Direito

O registro de marca não poderá impedir a livre circulação dos produtos marcados, introduzidos legitimamente no comércio pelo titular ou com a autorização do

¹ Art. 132. O titular da marca não poderá: [...] III - impedir a livre circulação de produto colocado no mercado interno, por si ou por outrem com seu consentimento, ressalvado o disposto nos §§ 3º e 4º do art. 68 (Brasil, 1996).

mesmo. Os Estados Partes comprometem-se a prever em suas legislações medidas que estabeleçam a Exaustão do Direito conferido pelo registro (MERCOSUL, 1995).

Feitas essas considerações, depreende-se que a utilização de algumas marcas pode ser indevida, sendo que seu registro impede a utilização, nas situações especificadas, delas na venda de produtos não originais. Tal prática, prejudica gravemente os consumidores e os detentores destas marcas.

2.2.1.3. *Desenhos industriais*

Tratando, também, dos desenhos industriais: são protetores do aspecto ornamental, seja a forma plástica de um artigo ou a composição ornamental de linhas e cores aplicadas a um produto, dando direito exclusivo ao seu titular por um período de 10 anos prorrogáveis por mais 3 períodos de 5 anos (Barbosa, 2003, p. 501). A proteção de desenhos industriais tem um impacto especial nos setores de moda, design de móveis e produtos de consumo, pois atrai o olhar do consumidor.

Seus requisitos são basicamente dois, a novidade, que, segundo o artigo 96 da LPI: “Art. 96. O desenho industrial é considerado novo quando não compreendido no estado da técnica.” (Brasil, 1996), referindo-se, refere-se, na verdade, a uma novidade relativa, que inove na aplicação de combinações originais de determinado produto (Silveira, 1982, p. 82). Quanto à originalidade, pode se dizer que se exige a necessidade que seja, além de novo, distintivo quanto ao estado da técnica, ou seja, deve haver destaque significativo a aquilo que já existe, não podendo ser uma simples variação ou adaptação superficial do que já é conhecido, deve haver, portanto, esforço inventivo análogo ao exigido para os modelos de utilidade já tratados anteriormente (Barbosa, 2003, p. 504). Além disso, a sua divulgação antes de seu depósito junto importará no entendimento de domínio público, permitindo seu uso por quem quer que seja. (Silveira, 1982, p. 83)

A LPI exclui de registro as obras de caráter estritamente artístico, além de vedar o registro em dois outros casos:

Art. 100. Não é registrável como desenho industrial:

- I - o que for contrário à moral e aos bons costumes ou que ofenda a honra ou imagem de pessoas, ou atente contra liberdade de consciência, crença, culto religioso ou idéia e sentimentos dignos de respeito e veneração;
- II - a forma necessária comum ou vulgar do objeto ou, ainda, aquela determinada essencialmente por considerações técnicas ou funcionais (Brasil, 1996).

Por fim, é garantida a concessão automática do registro e a expedição imediata do certificado, desde que atendidas todas as exigências legais (Barbosa, 2003, p. 506).

2.2.2. Direitos Autorais

Os direitos autorais são previstos pela Lei nº 9.610/98, que dispõe sobre a proteção de obras artísticas, literárias e científicas, o que garante aos autores direitos exclusivos de uso de suas obras, seja como uso econômico, ou patrimonial, ou como direitos morais sobre suas obras:

Podemos defini-lo como o conjunto de prerrogativas de ordem não patrimonial e de ordem pecuniária que a lei reconhece a todo criador de obras literárias, artísticas e científicas, de alguma originalidade, no que diz respeito à sua paternidade e ao seu ulterior aproveitamento por qualquer meio, durante toda a sua vida, e aos sucessores, ou pelo prazo que ela fixar. (Chaves, 1977, p. 107)

Podem ser bifurcados em direitos patrimoniais e extrapatrimoniais (morais). Os primeiros são os direitos do autor de explorar economicamente de sua obra, só podendo ser explorados por terceiros se houver prévia autorização de seu criador de forma expressa (Santos, 2008, p. 92). Os direitos extrapatrimoniais são considerados direitos inalienáveis e imprescritíveis, e a reivindicação de autoria do autor da obra não pode, portanto, ser sujeita à cessão ou renúncia, sendo o conjunto dessa proteção elencada no artigo 24 da Lei dos Direitos Autorais:

Art. 24. São direitos morais do autor:

- I - o de reivindicar, a qualquer tempo, a autoria da obra;
- II - o de ter seu nome, pseudônimo ou sinal convencional indicado ou anunciado, como sendo o do autor, na utilização de sua obra;
- III - o de conservar a obra inédita;
- IV - o de assegurar a integridade da obra, opondo-se a quaisquer modificações ou à prática de atos que, de qualquer forma, possam prejudicá-la ou atingi-la, como autor, em sua reputação ou honra;
- V - o de modificar a obra, antes ou depois de utilizada;
- VI - o de retirar de circulação a obra ou de suspender qualquer forma de utilização já autorizada, quando a circulação ou utilização implicarem afronta à sua reputação e imagem;
- VII - o de ter acesso a exemplar único e raro da obra, quando se encontre legitimamente em poder de outrem, para o fim de, por meio de processo fotográfico ou assemelhado, ou audiovisual, preservar sua memória, de forma que cause o menor inconveniente possível a seu detentor, que, em todo caso, será indenizado de qualquer dano ou prejuízo que lhe seja causado (Brasil, 1998).

Cabe ressaltar que a internet é um terreno propício para que ocorram violações aos direitos do autor, possibilitando o compartilhamento fácil de documentos, músicas, vídeos e outras obras protegidas legalmente. A respeito disso, pontua Manuella Silva dos Santos (2008, p. 123):

A Internet não mudou o direito autoral do ponto de vista jurídico, ou seja, o autor continua gozando das prerrogativas morais e patrimoniais sobre sua obra. No entanto, não se pode negar que houve uma mudança sob a ótica do usuário da Internet, e isso se deve à tecnologia, que permitiu a reprodução e a circulação como jamais poderíamos imaginar. Em outras palavras, a conjugação da tecnologia digital com a Internet mostra-se hoje o terreno fértil para a violação dos direitos autorais.

Um ponto importante do campo dos direitos autorais para esta pesquisa é a utilização de fotografias ou vídeos de propriedade de terceiros para as atividades comerciais dentro das plataformas. Tal utilização pode gerar a responsabilização civil tanto do *seller* quanto do *marketplace*, tendo em vista que o direito de seu autor é protegido legalmente:

Frise-se que as imagens que são utilizadas na internet para qualquer uso comercial - ou mesmo para a divulgação de informações jornalísticas, não atribuídas naqueles casos de exceções, necessitariam de autorização prévia de quem realmente possui o direito sobre o uso, senão, configurará o dever de reparação sobre os danos morais e patrimoniais, dispensável provar o fato para os autores (Pontes, 2019, p. 45-46).

Desse modo, apesar de não haver a possibilidade de a empresa de *e-commerce* realizar o controle automático dessas violações, os autores de determinada obra podem realizar denúncias e solicitar a retirada do conteúdo usado de maneira indevida, podendo haver, inclusive, a indenização conforme o caso.

2.3. Equilíbrio entre o exercício de direito de fiscalização dos intermediários e da atividade econômica dos comerciantes de boa-fé

Com o desenvolvimento do comércio eletrônico e dos mercados, a questão da responsabilidade civil em casos de violação de direitos de propriedade intelectual veio à tona. As plataformas no ambiente digital, como Mercado Livre, Americanas, Shopee e Amazon, permitem que vendedores, de todo do país e de partes do exterior ofereçam seus produtos diretamente aos consumidores, o que, muitas vezes, pode ser a porta de entrada para a venda de produtos falsificados, o que pode ser confirmado pelos próprios comerciantes, que, em diversas oportunidades, se cadastram nesses sites com o intuito de vender produtos falsos:

Alguns entrevistados também relataram que iniciaram as vendas nos marketplaces trabalhando com falsificações e réplicas. Muitas roupas, sapatos, relógios e diversos outros itens são fabricados imitando marcas famosas, utilizando até mesmo um logotipo idêntico ao do produto original. Esse caminho foi mais fácil de início, porque a marca replicada trazia visibilidade, porém é uma prática extremamente arriscada e com muitos prejuízos (Kaercher, 2022, p. 38).

As plataformas desempenham, assim, o papel de intermediárias, sendo que, ao realizar um bloqueio, suspensão ou derrubada de conta ou anúncios, estão, teoricamente, agindo no

estrito exercício de direito, evitando que mercadorias ilegais, falsas ou paralelas cheguem nos consumidores finais, o que, cumulado com o fato de prestarem o suporte adequado, tanto no pré e pós-venda, isentaria os marketplaces de sofrerem condenações nestes casos (Murada, 2020, p. 72).

Em relação ao consumidor, destinatário final do produto comprado, é necessário ressaltar que há o depósito de sua confiança à empresa que está intermediando a venda, crendo, de boa-fé, que o produto adquirido será de qualidade e original, o que vincula a responsabilização com a do seu comerciante parceiro, autor da violação (Miragem, 2016 p. X). Quanto aos titulares da marca, patente ou direito autoral, também tem direito de buscar a reparação por danos causados por produtos lesivos aos seus direitos juntos às plataformas, apesar de, primeiramente, é recomendável buscar uma solução administrativa para essas questões antes de judicializar a questão:

É reconhecido que, apesar da principal responsabilidade pela proteção dos direitos de propriedade intelectual ser atribuída aos seus titulares é também fundamental que as plataformas de comércio eletrônico e marketplaces zelem por um ambiente digital seguro para tráfego dos consumidores, deixando de veicular ofertas de produtos ilegais

[...]

Assim, os titulares de direitos deverão usar os procedimentos de notificação oferecidos para manifestar a violação aos seus direitos de propriedade intelectual em ofertas de produtos e/ou serviços, cabendo a eles, ainda, notificar as plataformas de comércio eletrônico e marketplaces de forma clara, específica e inteligível acerca dos fatos, localização (URL), apontando todas as informações necessárias para que se possa constatar a violação na oferta na internet (Cruz, 2020, p. 80-81).

Feitas esses breves esclarecimentos a jurisprudência do TJSP, conforme será abordado, tem seguido a direção de ter que realizar a ponderação entre os interesses do vendedor e da plataforma, analisando os aspectos e alegações que regem o caso prático. Essa situação coloca luz à questão fundamental do equilíbrio certo entre a proteção da propriedade intelectual e um ambiente justo para vendedores que agem de boa-fé.

As plataformas podem cometer erros que podem prejudicar a reputação e os negócios de comerciantes que cumprem, estritamente, a lei e os seus termos de uso, ao tomarem medidas para evitar tais infrações, habilitando funcionalidades como bloqueio automático e suspensões, sendo que esses vendedores podem ficar sem meios eficazes para contestar essas ações, e são coagidos a concordar por dias, ou até meses, com procedimentos internos burocráticos ineficazes para reverter os bloqueios. Um levantamento do Jornal Valor Econômico acusou tais situações, ressaltando um aumento de quase 52% no crescimento da propositura de ações do ano de 2022 para o primeiro semestre de 2023:

Levantamento do Valor nas páginas dos tribunais na capital e interior de São Paulo, principal praça de consumo no país, mostra que houve um aumento de 69 para 105 no número de ações de vendedores contra grandes plataformas entre janeiro e outubro frente ao acumulado de 2022.

Esse crescimento de 52% se refere, especificamente, a processos em que se discute eventuais abusos das empresas no bloqueio de contas e retenção de valores das vendas dos lojistas. Nos autos, para justificar a suspensão ou o cancelamento, os marketplaces alegam violação à propriedade intelectual, por conta da venda de itens falsificados, clonagem de contas ou atividades suspeitas (Mattos, 2023, grifo nosso).

Nesses casos, pode haver a imputação à plataforma por todos os danos causados aos vendedores nos casos em a suspensão indevida impacta negativamente suas atividades comerciais:

O comparativo entre o Marketplace e a função de intermediador de negócios não pode excluí-lo de indenizações e práticas vedadas pela legislação pátria, caso contrário, estaria a se falar em uma norma ineficaz, inválida para a discussão de tratativas realizadas em ambiente diferente, isto é, o real/material, mas que não poderiam ser utilizadas em meio digital, embora apresentassem o mesmo núcleo.

[...]

Em verdade, a lesão aos princípios norteadores dos negócios jurídicos, defendidos pelo ordenamento, são alvo de responsabilidade e indenização, a verificar o caso concreto (Cosson; Marques, 2021, p.198).

Além disso, entende-se que os operadores da plataforma têm o dever de implementar procedimentos de verificação mais rigorosos e cautelosos como uma pré-condição para qualquer restrição de tomar tais ações arbitrárias que penalizem o comércio de boa-fé, conforme infere o Juiz de direito, Guilherme Ferreira da Cruz, da 45ª vara Cível de São Paulo em interessante caso sobre um bloqueio de conta: “Repita-se: sem nenhuma prova concreta de atividades enganosas, fraudulentas ou ilegais (sic) ou mesmo de reclamações de clientes. Atua a ré com base apenas em inadmissível achismo subjetivo, como se a retórica que adota fosse suficiente para cancelar seus abusos.” (São Paulo, 2021).

Desse modo, a adoção de bloqueios automáticos, análises não humanas ou superficiais para a detecção de possíveis violações relativas à propriedade intelectual, pode ensejar, em caso de suspensões indevidas, a responsabilidade pelos danos causados pelas plataformas, especialmente nos casos em que for claramente demonstrado, tanto na esfera administrativa quanto judicial, que o produto em questão estava em total conformidade com as obrigações legais e contratuais aplicáveis, conforme entendimento jurisprudencial ainda a ser abordado.

3. A PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL NOS MARKETPLACES DE VENDA

O comércio eletrônico, desde o seu início, trouxe vantagens como permitir o fácil acesso a uma diversidade de mercadorias e serviços, abrindo novas vias de negócios e possibilitando a inserção de empreendedores de todos os portes nesse mercado. Esses são os fatores que fez haver um terreno próspero para haver o rápido crescimento do comércio eletrônico, aumentando, assim, a possibilidade da venda de produtos que violam a propriedade intelectual de terceiros. O grande tráfego virtual dentro dos *marketplaces* permite que um único produto seja vendido simultaneamente por vários fornecedores que não têm relação direta com o titular dos direitos de propriedade intelectual, possibilitando, muitas vezes, uma vantagem ao comerciante, tendo em vista que não tem que arcar com um custo de manter uma loja física, além de oferecer ao cliente conveniência e variedade.

A Lei de Propriedade Industrial do Brasil (Lei nº 9.279/1996) tutela as violações das marcas e patentes, no entanto, normalmente, as plataformas de e-commerce isentam-se de qualquer responsabilidade direta, dizendo que só oferecem os meios para seus parceiros realizarem as transações. Apesar disso, essas empresas possuem programas específicos de propriedade intelectual, que possibilitam o seu titular realizar denúncias para que ocorra o bloqueio de contas e anúncios de *sellers* que violam esses direitos de alguma maneira e, além disso, já existe o uso de inteligência artificial para identificar e bloquear automaticamente *posts* de venda contendo irregularidades.

3.1. Violação de Marcas e Patentes nos *Marketplaces*

Nos *marketplaces*, as infrações de marcas e patentes ocorrem principalmente pois, em virtude da liberalidade e facilidade que existe no mundo virtual, permite que comerciantes vendam produtos tais proteções legais. A venda de produtos falsificados, pirateados, bem como a cópia de desenhos industriais, representa uma grande ameaça aos titulares do direito dos produtos legítimos e para as próprias intermediadoras, tendo em vista que sua plataforma pode ter a sua integridade questionada perante o mercado de consumo.

Tais fatos abalam a confiança dos consumidores na plataforma, pois há o risco de serem enganados ao adquirir um produto falsificado, acreditando que estão comprando um item original, por exemplo, no caso de roupas, calçados, bolsas e acessórios de marcas famosas, assim como eletrônicos e perfumes. Além disso, a falsificação prejudica a imagem

da marca, gera perdas econômicas ao titular e pode implicar em riscos à saúde e segurança do consumidor, especialmente quando produtos como eletrônicos e cosméticos desse tipo são vendidos.

Outra forma comum de violação é o uso não autorizado de marcas registradas nos anúncios ou nas descrições dos produtos, podendo ocorrer de diversas maneiras: os vendedores inserem nos produtos símbolos, logotipos ou outros sinais distintivos de marcas famosas, sem a devida permissão, com o objetivo de induzir os consumidores a acreditarem que os itens são originais. Além disso, em muitos casos, os vendedores inserem nos títulos dos anúncios termos associados a marcas famosas para atrair a atenção dos consumidores, mesmo que o produto anunciado não seja original da marca, mas somente compatível com um produto dela. Um exemplo comum é o uso de palavras como "tipo", "semelhante", "igual a", "idêntico a" seguidas do nome do nome e modelo de uma marca famosa, o que pode confundir o consumidor e configurar violação de direitos de marca.

No contexto das patentes, bem como nos desenhos industriais, as violações mais comuns nas plataformas envolvem a comercialização de produtos que utilizam tecnologias protegidas por patentes sem a devida autorização dos titulares, isso pode incluir desde itens eletrônicos que reproduzem funcionalidades patenteadas até inovações em produtos simples, como designs industriais protegidos. Um exemplo frequente são gadgets eletrônicos, como smartphones ou acessórios, que incorporam inovações patenteadas, mas são vendidos a preços e qualidade muito inferiores por vendedores que não possuem autorização para reproduzir tais tecnologias.

Outros exemplos incluem ferramentas, brinquedos e calçados que, embora tenham aparência similar aos produtos patenteados, são vendidos como "genéricos" ou com marca própria de um lojista, desrespeitando as patentes do titular original. Esse tipo de infração é de maior complexidade, sendo difícil de detectar pelos *marketplaces*, uma vez que envolve conhecimento técnico para identificar se determinada invenção ou funcionalidade está sendo copiada, de modo que, muitas vezes, opta-se pelo bloqueio automático do anúncio ou da conta a partir da denúncia.

Além da falsificação e do uso indevido de marcas, muitas vezes as práticas realizadas nos *marketplaces* configuram concorrência desleal, especialmente quando há a tentativa de criar confusão entre produtos autênticos e os similares ou compatíveis. A concorrência desleal ocorre quando vendedores adotam práticas que, além de infringir a propriedade intelectual, visam obter vantagens indevidas no mercado, utilizando a reputação de marcas conhecidas para alavancar a venda de produtos de não originais, por exemplo, quando os vendedores

usam táticas com o intuito de criar dúvidas e ludibriar o consumidor em relação ao produto, como o uso de embalagens ou descrições que sugerem que o item é original, quando na verdade é uma imitação.

A questão central na responsabilização civil dos *marketplaces* envolve o grau de conhecimento e controle que essas plataformas têm sobre as atividades dos vendedores que utilizam seus serviços, o que levanta a discussão sobre as sanções aos vendedores que, supostamente, violam os seus direitos. A maioria das plataformas tem adotado uma política mais rígida em relação à propriedade intelectual, tendo em vista que, em 2021, a ANATEL confiscou do depósito do Mercado Livre mais de 10 mil produtos irregulares, dentre eles alguns que violavam os direitos de marca e patente de terceiros (Tagiaroli, 2024) e, mais recentemente, lançou uma portaria que obrigada a Amazon e o Meli a derrubar anúncios de celulares piratas sob pena de multa diária de seis milhões de reais e retirada dos *sites* do ar (Operação, 2021).

Apesar do endurecimento da fiscalização das plataformas, o TJSP tem proferido decisões importantes no caso de sanções indevidas, impondo condenações aos *marketplaces* que não atuam diligentemente na fiscalização e aplicação de punições aos seus vendedores.

3.2. Direitos Autorais e os *Marketplaces*.

Os direitos autorais, no contexto estudado, podem ser violados de diversas formas, geralmente envolvendo a comercialização de vídeos e fotos de propriedade de terceiros nos anúncios e produtos reproduzidos ilegalmente, como livros, músicas, filmes, streamings, jogos de videogame, softwares e artes visuais. Nesse sentido, estas violações representam um problema de difícil fiscalização, uma vez que essas plataformas proporcionam um ambiente acessível para que vendedores de qualquer parte do mundo possam oferecer e muitos consumidores sequer conseguem identificar que estão adquirindo materiais ilegais, dada a semelhança com produtos originais

A venda de tais itens ocorre a preços significativamente mais baixos, atraindo consumidores, mas ao mesmo tempo gerando grandes prejuízos para os autores e para as indústrias que as produzem. Um exemplo desta problemática é a venda de videogames pirateados, que evoluiu conforme a segurança dos consoles cresceu e não permitiu mais o rodar das mídias físicas piratas:

É bem comum encontrar em marketplaces, como Mercado Livre e Shopee, jogos vendidos de forma “digital”, mas que não se passa no chamado “código de X

dígitos”. Os vendedores prometem acesso por meio de contas compartilhadas, as quais são entregues aos compradores para que possam se logar nelas no seu Xbox.

Os anúncios especificam sobre “conta primária” ou outros termos, que atraem os jogadores com a promessa de que eles poderão jogar com as próprias contas pessoais – uma vez logados nesses outros perfis –, ou há aqueles em que não se permite aproveitar o game sem entrar diretamente por essa conta.

O que os praticantes do ato ilegal fazem nada mais é do que se aproveitar de uma flexibilidade nas políticas das plataformas de jogos. Empresas como a Microsoft, a Sony e a Nintendo permitem que você chegue na casa de um amigo e entre com seu perfil no console dele, para que compartilhem os jogos e não precisem se deslocar diretamente com os videogames.

Cada conta pode cadastrar um console como primário – considerado o principal, no qual outras contas logadas também poderão se beneficiar dos títulos presentes nesse perfil – e outros secundários – os quais demandarão sempre estar logado para rodar os games.

Dentro dessa liberdade entregue aos jogadores, os vendedores de internet comercializam ilegalmente o acesso a essas contas – seja de forma primária ou secundária –, para explorar o recurso de compartilhamento como forma de se fazer dinheiro fácil (Barbosa, 2023).

Têm-se, também, a investigação realizada pela SENACON sobre a venda de livros piratas no Mercado Livre, em que foram achados mais de 3.500 *e-books* reproduzidos ilegalmente na plataforma, o que pode gerar uma multa administrativa para a empresa (Marques, 2021). Outro problema grave é a reprodução não autorizada de artes visuais e designs, em que obras de artistas como fotógrafos e designers são reproduzidas nos anúncios ou vendidas sem qualquer permissão ou remuneração ao titular.

Conclui-se que os bloqueios de contas e anúncios em marketplaces, no contexto de violações de direitos autorais, são ferramentas importantes para a proteção dos titulares desses direitos e para a prevenção da comercialização de produtos ilegais. As plataformas digitais, ao atuarem como intermediadoras, têm o dever de adotar mecanismos eficazes de fiscalização e combate às infrações, colaborando para a manutenção da legalidade e integridade do ambiente de comércio eletrônico. No entanto, é fundamental que esses bloqueios sejam realizados de maneira criteriosa e proporcional, garantindo que a medida seja aplicada com base em provas concretas e evidências robustas de violação, evitando, assim, prejuízos injustos aos vendedores que atuam de forma regular.

Por outro lado, os bloqueios indevidos levantam a questão da responsabilidade civil das plataformas, uma vez que, ao suspender contas ou remover anúncios de forma inadequada, essas intermediadoras podem gerar danos econômicos e reputacionais significativos aos vendedores. Dessa forma, é imprescindível que haja um equilíbrio entre a proteção aos direitos autorais e a garantia de que os vendedores tenham acesso a um ambiente justo e transparente. A implementação de processos claros de contestação, a transparência nas ações de bloqueio e o uso de tecnologias adequadas de fiscalização são fatores fundamentais para assegurar que tanto os direitos dos titulares de propriedade intelectual quanto os dos

vendedores sejam devidamente respeitados, promovendo um comércio eletrônico mais seguro e confiável.

3.3. Mecanismos de Proteção e Fiscalização de Direitos Autorais dos *Marketplaces*.

Diante da crescente demanda por proteção à propriedade intelectual, os principais marketplaces que atuam no Brasil implementaram diversos mecanismos de controle para mitigar a violação de marcas, patentes e direitos autorais em suas plataformas. Esses mecanismos variam em sofisticação e eficiência, desde sistemas de denúncia de conteúdo infrator, que permitem aos titulares de direitos reportarem possíveis infrações diretamente à plataforma, até os que utilizam inteligência artificial para detectar padrões de venda suspeitos ou conteúdos potencialmente ilegais antes mesmo de o titular do direito reportar a violação (Kaercher, 2022, p. 38).

Algumas plataformas criaram ferramentas de monitoramento proativas, que permitem que os titulares de direitos se cadastrem em programas de proteção de propriedade intelectual, os quais permitem acionar diretamente o *marketplace* quando identificada uma possível infração (Ribeiro, 2024, p. 60-61). Esse mecanismo facilita a detecção automática de anúncios que utilizam indevidamente esses direitos e permite que sejam removidos com maior agilidade, podendo haver o bloqueio permanente de contas com reiteradas infrações ou com violações graves, a fim de dificultar a continuidade das atividades do comerciante infrator dentro do *site*.

Apesar desses avanços, a eficiência real desses mecanismos ainda enfrenta limitações, pelo grande volume de transações diárias, combinado com a facilidade com que os infratores podem criar novas contas ou modificar os anúncios para evitar detecção, tornando o combate às violações de direitos autorais nos marketplaces uma tarefa contínua e desafiadora. Ademais, pode-se apontar falhas como a falta de diligência das plataformas em verificar a autenticidade da denúncia e se realmente houve a efetiva violação das políticas de propriedade intelectual.

3.3.1. Mercado Livre (Meli).

O Mercado Livre, é a maior plataforma de *marketplace* Brasil, possuindo, assim, um grande número de vendedores parceiros e compradores. Nele, há o *Brand Protection Program* (BPP), anteriormente chamado de Programa de Proteção à Propriedade Intelectual (PPPI), que

permite aos titulares de direitos notificarem a plataforma sobre a existência de anúncios que infrinjam, exclusivamente, sua propriedade intelectual:

Os Membros do BPP podem denunciar anúncios de vendedores no Site cujo conteúdo ou produto oferecido esteja cometendo suposta infração aos direitos de propriedade intelectual, por exemplo, marcas registradas, patentes outorgadas, modelos de utilidade concedidos, variedades vegetais protegidas, direitos autorais, direitos conexos, modelos e/ou desenhos industriais concedidos.

[...]

O BPP permite ao Membro denunciar infrações de marcas vinculadas a importações paralelas de produtos não lançados no Brasil nem pelo titular dos direitos ou com a autorização do mesmo (Mercado Livre, 2024).

O BPP pode ser usado para infrações de propriedade intelectual cometidas no Brasil, nos casos em que estas ocorrem em outros países a respectiva denúncia deverá ser realizada no site da filial do Mercado Livre do local da infração. A empresa, em seus termos e condições gerais (Mercado Livre, 2023), se reserva no direito de suspender, restringir ou desativar temporariamente ou definitivamente o anúncio violador ou as contas que cometeu a infração, sendo impedida de criar um novo usuário com o mesmo CPF ou CNPJ.

Quanto ao seu funcionamento, tendo o titular se cadastrado no BPP, ele pode imediatamente exercer o seu direito de denúncia junto à plataforma, sendo o anúncio imediatamente pausado, ou seja, o vendedor fica impedido de vender o produto. Abre-se, então o prazo para o vendedor responder a denúncia ao denunciante, podendo encaminhar as documentações pertinentes para provar que pode vender o produto do qual se alega violar a propriedade intelectual, dependendo, nesse caso, da análise do próprio titular do direito para anuir ou não com a reativação do anúncio, não havendo nenhuma intervenção da plataforma além da mediação (Mercado Livre, 2024).

No caso de não haver resposta do vendedor, o anúncio é permanentemente excluído, e se o denunciante não confirmar a denúncia ocorre a reativação, assim como no caso de correção da irregularidade pelo lojista. Dentre as regras do programa, estão previstas, ainda, sanções em casos de denúncias falsas ou desvio de finalidade no uso do mecanismo (Mercado Livre, 2024).

O Meli possui mais de 500 profissionais atuantes dentro deste programa e ultrapassa o número de 10 mil titulares de propriedade intelectual atuantes no monitoramento destas violações (Tooge, 2024). Além disso, possui outra iniciativa chamada “Aliança Antifalsificação”, que reúne diversas marcas, como Apple, Crocs e Microsoft, que trabalham em conjunto com a plataforma para evitar a comercialização de produtos falsificados e pirateados, sendo responsável por 10 denúncias criminais no Brasil (Tooge, 2024). Dessa maneira, percebe-se que a empresa possui uma proteção robusta aos titulares de direito, no

entanto, a falta de análise da veracidade das denúncias, bem como de sua pertinência, abre margem para que haja casos de bloqueios indevidos e de concorrência desleal, fato que vem sendo repellido pelo poder judiciário do estado de São Paulo.

3.3.2. Amazon.

Já a Amazon, o segundo maior *marketplace* do Brasil, conta com uma política de propriedade intelectual que se distingue do Mercado Livre, chama “*Amazon Brand Registry*”, bem como o “*Amazon Project Zero*”, que se assemelha a Aliança Antifalsificação do Meli. É possível, também, denunciar uma violação sem ser cadastrado no programa, por meio de um formulário fornecido pela empresa.

O funcionamento dos mecanismos destes programas, entretanto, não estão tão bem especificados em seu sítio virtual, sendo necessária a criação de uma conta de detentor de algum direito de PI para o acesso, por exemplo, a como funciona o processo de denúncias.

O *Brand Registry* trabalha, também, com o cadastramento dos titulares de direito junto à plataforma, podendo, nesse sentido, haver a realização de denúncias e a derrubada preventiva de um anúncio ou conta. Só que, diferentemente do BPP, há uma equipe da plataforma que analisa a veracidade do conteúdo da denúncia, podendo o *seller* se defender administrativamente perante à plataforma, com o envio de notas fiscais ou algum outro documento que comprove que o produto vendido é regular (Amazon, 20--). A empresa também usa inteligência artificial para detectar irregularidades em anúncios e evitar a sua publicação.

Já o *Project Zero*, segundo a própria plataforma: “usa o poder da tecnologia da Amazon combinado com as informações da marca para detectar e remover falsificações.” (Amazon, [2020]). Neste programa há a utilização das chamadas “proteções automáticas” em que o sistema analisa os principais pontos dos dados das marcas e remove preventivamente produtos suspeitos de serem falsos e, além disso, permite o titular de direitos de remover anúncios de forma instantânea se detectar alguma irregularidade. Há também, a possibilidade de serialização dos produtos relacionados à marca, dando um código único para cada produto, o que possibilita a Amazon verificar a autenticidade dos produtos vendidos (Amazon, [2020]).

O *marketplace*, desse modo, tem uma abordagem diferente de seu rival citado anteriormente, o que possibilita uma defesa administrativa dos interesses dos lojistas parceiros, o que, apesar de ser interessante do ponto de vista do princípio do contraditório e ampla defesa, não impede que ocorram arbitrariedades na tomada de decisões acerca do

bloqueio de contas e anúncios, podendo ser necessário a propositura de ações para o desbloqueio.

3.3.3. Shopee

A Shopee é uma plataforma de Singapura que atua há alguns anos no Brasil com vendedores nacionais e internacionais. Possui uma plataforma que, assim como as anteriores, o titular deve se cadastrar para realizar a denúncia, sendo chamada de “*Shopee Brand IP Portal*” ou Portal de Propriedade Intelectual da Shopee, em português.

Não existem muitas informações públicas do funcionamento do mecanismo, porém, o usuário detentor de algum direito de propriedade intelectual pode se cadastrar e realizar denúncias, sendo necessário, porém, o envio de alguns documentos para que a plataforma analise a denúncia:

As reclamações sob este item 8 devem ser enviadas através do canal indicado pela Shopee, que pode ser atualizado periodicamente e deve incluir pelo menos o seguinte: (a) uma assinatura física ou eletrônica de um Proprietário DPI ou agente DPI (coletivamente, “Notificante”); (b) uma descrição do tipo e natureza do direito de propriedade intelectual supostamente violado e prova de direitos; (c) uma descrição da natureza da alegada violação com detalhes suficientes para permitir que a Shopee avalie a reclamação; (d) URL(s) do(s) anúncio(s) que contém a suposta violação; (e) informações suficientes para permitir à Shopee contatar o Notificante, como endereço físico, número de telefone e endereço de e-mail; (f) uma declaração do Informante de que a denúncia é apresentada de boa-fé e que o uso da propriedade intelectual, conforme identificado pelo Notificante, não está autorizado pelo Proprietário DPI ou pela lei; (g) uma declaração do Notificante de que as informações na notificação são precisas, sendo que o Notificante irá nos indenizar por quaisquer danos que possamos sofrer como resultado das informações fornecidas pelo Notificante e que o Notificante tem o direito apropriado ou está autorizado a agir em nome do Proprietário DPI em todos os aspectos relativos à reclamação apresentada (Shopee, 2024).

O bloqueio nesses casos, portanto, não é automático, havendo uma análise de seu conteúdo e a exigência do envio dos documentos acima listados, o que, por um lado, permite a plataforma realizar uma investigação mais criteriosa acerca da veracidade da declaração do denunciante e tomar uma decisão mais isonômica nestes casos, mas, por outro, dificulta um pouco a proteção dos direitos dos titulares, já que, além de ter que reunir um grande volume de documentos, tem que esperar a plataforma analisar a denúncia para que haja a remoção do conteúdo infrator ou o banimento da conta.

3.3.4. Americanas

A Americanas, apesar de sua entrada em um processo de recuperação judicial, continua sendo um importante *marketplace* no Brasil, abrigando inúmeros vendedores que realizam as vendas de seus produtos pelo *site*. A plataforma criou um site próprio para que seus *sellers* efetuem as denúncias, chamada de APITO:

O APITO é a plataforma disponibilizada pela AMERICANAS a detentores de Direitos de Propriedade Intelectual (“MEMBRO”) que viabiliza e facilita a realização de denúncias e a remoção de anúncios infringentes, bem como a resolução de conflitos entre o MEMBRO e o VENDENDOR PARCEIRO do Marketplace. (Americanas S.A., 20--)

O funcionamento do APITO é bem parecido com o BPP, com o cadastramento do titular no *site* e o envio da denúncia sem a análise da plataforma. Após ser denunciado, o vendedor tem o prazo para se defender perante o denunciante, cabendo a este a decisão final sobre manter ou remover o anúncio. Nos casos em que o *seller* não responde a denúncia o anúncio é desativado permanentemente após o esgotamento do prazo para defesa e, caso não o membro do programa não analise a resposta do vendedor parceiro no prazo de 96 horas, o anúncio continuará ativo. (Americanas, 20--)

Seus termos e condições deixam claro que o seu uso é limitado para infrações relacionadas à PI e que seu uso incorreto ou de má-fé pode ocasionar às medidas legais cabíveis. Além disso, é citado o princípio da exaustão de direito e a lei de propriedade industrial para delimitar a abrangência das denúncias.

3.3.5. Magazine Luiza (Magalu)

O Magazine Luiza é a única plataforma de *marketplace* aqui tratada que aderiu ao guia do CNCP, anteriormente citado neste trabalho, possuindo o programa de proteção de marcas Magalu contra fraudes. O participante pode se cadastrar e denunciar anúncios que violem a sua propriedade intelectual, sendo removido em até 48 horas do *site* (Magazine Luiza, 20--).

Assim como no BPP, APITO e *brand registry*, a empresa não analisa a denúncia ou interfere na relação entre o lojista e o denunciante, não havendo previsão nos termos e condições do programa, no entanto, de direito de defesa do denunciado. O programa prevê que o lojista pode ser suspenso ou excluído da plataforma, bem como podem ser encaminhadas informações da infração a outros *marketplaces* e ao CNCP.

Tais previsões tornam mais rígido a política de propriedade intelectual da plataforma, o que pode ser prejudicial ao usuário vendedor, mas garante ao titular de direitos uma proteção ampla no âmbito administrativo para resolver a controvérsia.

3.4.Desafios e Impactos no *E-commerce*

A proteção da propriedade intelectual nos *marketplaces* de venda apresenta uma série de desafios complexos que afetam diretamente o funcionamento do comércio eletrônico e sua credibilidade. O primeiro e talvez mais evidente desafio é a enorme quantidade de transações e anúncios gerados diariamente nessas plataformas, tornando difícil a fiscalização efetiva desses recintos.

A adoção de ferramentas de inteligência artificial e sistemas automatizados para monitorar potenciais infrações tem sido, conforme exposto, uma das soluções implementada pelas por estas empresas, contudo, apesar dos avanços tecnológicos, essas ferramentas ainda apresentam limitações significativas e cometem erros, falhando em diferenciar com precisão entre produtos que realmente infringem direitos de propriedade intelectual e aqueles que estão dentro da legalidade, o que resulta uma alta taxa de bloqueios injustificados (Mattos, 2023).

Além disso, o desenvolvimento de tecnologias mais robustas para detectar infrações específicas, como a violação de patentes e direitos autorais sobre produtos digitais, requer um esforço conjunto entre os marketplaces, os titulares da propriedade intelectual e do poder público. Essa união pode ser representada tanto pelos mecanismos adotados pelas próprias plataformas, como o *Project Zero* e Liga Antipirataria, quanto pela fiscalização exercida pelo Estado em relação a atuação das plataformas e o Guia de Boas práticas do CNCP, o qual teve um novo membro aderido em 2021, o Mercado Livre, que assinou-o após pressão dos órgãos fiscalizadores (Knoth, 2021). A verificação de desenhos industriais e patentes, por exemplo, é extremamente técnica e envolve uma análise minuciosa que nem sempre pode ser feita por mecanismos automatizados, por isso, é fundamental que os detentores destas trabalhem junto com as empresas de *e-commerce*.

No entanto, muitas vezes, a atuação legítima dos comerciantes é erroneamente classificada como infração, causando grandes danos aos parceiros dos *marketplaces*. É fundamental, nesse caso, a atuação do poder judiciário, que pode realizar um juízo imparcial e analisar minuciosamente os motivos que levaram à sanção e se esta tem legitimidade para se perpetuar.

Esses desafios tecnológicos e operacionais também impactam profundamente o ambiente comercial. Do ponto de vista dos vendedores, o bloqueio de contas e anúncios sem uma investigação adequada pode representar perdas financeiras significativas, prejudicando pequenos e médios empreendedores que dependem das vendas online como principal fonte de renda. Esses bloqueios indevidos podem levar à perda de clientes, à deterioração da reputação

do vendedor e até à exclusão definitiva da plataforma, sem que haja uma oportunidade adequada de defesa. Além disso, o processo de contestação dessas medidas muitas vezes é moroso e burocrático, o que agrava os prejuízos sofridos.

Do lado do consumidor, os impactos também são notáveis. A presença de produtos falsificados ou pirateados no *marketplace* pode minar a confiança no comércio eletrônico. Ao adquirir um produto pensando ser original, o consumidor pode ser enganado, recebendo um item de qualidade inferior, o que não só causa frustração, mas também pode representar riscos à saúde e segurança, especialmente em casos de eletrônicos e cosméticos. Esse tipo de experiência negativa pode gerar desconfiança nas plataformas de *e-commerce*, levando os consumidores a buscarem alternativas de compra fora de seus *sites* ou a optar por canais de venda direta das marcas, reduzindo a competitividade dos pequenos vendedores.

Além disso, a ausência de um controle eficaz pode afetar a própria reputação da plataforma no mercado. *Marketplaces* que não conseguem implementar políticas de proteção de propriedade intelectual eficazes correm o risco de serem vistos como facilitadores de práticas ilícitas, tendo em vista que há a sua responsabilidade, como provedores de serviço, dos deveres de segurança e qualidade dentro de seus *sites* (Miragem, 2016, p. 552).

Quando a plataforma não age com diligência para coibir a venda de produtos piratas, ela pode ser responsabilizada não apenas moralmente, mas também judicialmente, conforme a legislação brasileira de propriedade intelectual e as recentes decisões judiciais que têm imputado responsabilidade civil às plataformas por não agirem com a devida cautela em relação aos produtos que disponibilizam, conforme determina a teoria do risco da atividade (Miragem, 2016, p. 640-641). Por outro lado, os *marketplaces* enfrentam a pressão de encontrar um equilíbrio delicado entre o controle rígido e a criação de um ambiente de negócios inclusivo e acessível para todos os vendedores, conforme visto no endurecimento da fiscalização pelas agências reguladoras. É certo que, se as plataformas adotarem uma postura demasiadamente severa, realizando bloqueios automáticos ou baseados apenas em denúncias sem a devida verificação, correm o risco de banir vendedores legítimos, desencorajando novos empreendedores de ingressarem no mercado digital.

Dessa forma, o grande desafio reside na construção de um sistema de fiscalização eficiente e equilibrado, que seja capaz de proteger os direitos de propriedade intelectual dos titulares sem comprometer a viabilidade comercial dos vendedores legítimos. As plataformas precisam investir em soluções tecnológicas mais precisas, estabelecer processos transparentes de contestação para os vendedores e, ao mesmo tempo, educar os consumidores sobre os riscos de comprar produtos falsificados. Apenas com esse equilíbrio será possível mitigar os

impactos negativos, preservar a integridade do e-commerce e assegurar um ambiente de negócios justo e competitivo para todos os envolvidos.

4. ANÁLISE DA JURISPRUDÊNCIA DO TJ-SP SOBRE BLOQUEIO DE CONTAS DOS MARKETPLACES

Neste capítulo, será feita a análise de algumas decisões do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo (TJ-SP) acerca de casos envolvendo o bloqueio de contas e anúncios nos *marketplaces* por alegações de violação de PI. Considerando os inúmeros casos julgados pelo TJ-SP, foi realizada uma seleção de 43 julgados (São Paulo, 2022a, 2022b, 2022c, 2022d, 2023a, 2023b, 2023c, 2023d, 2023e, 2023f, 2023g, 2023h, 2023i, 2023j, 2023k, 2023l, 2023m, 2023n, 2023o, 2023p, 2023q, 2023r, 2023s, 2024a, 2024b, 2024c, 2024d, 2024e, 2024f, 2024g, 2024h, 2024i, 2024j, 2024k, 2024l, 2024m, 2024n, 2024o, 2024p, 2024q, 2024r, 2024s), que visam demonstrar como é o entendimento jurídico tribunal, especialmente em face do crescimento do e-commerce e das consequências dessa atividade para vendedores e consumidores.

A delimitação do tema, a qual será melhor desenvolvida posteriormente, envolve *cases* que discutem: a manutenção dos bloqueios das contas ou sua reversão; a aplicabilidade do CDC e a responsabilidade civil objetiva; o dever de indenizar os comerciantes por lucros cessantes e danos morais. Tais questões envolvem os temas já contextualizados neste trabalho que, agora, serão expostos do ponto de vista jurisprudencial, esta análise, então, se focará em identificar os principais padrões e critérios adotados pelo Tribunal, expondo os casos concretos e a dicotomia de entendimentos adotados pelos desembargadores.

Esse estudo visa compreender como o judiciário paulista equilibra os interesses dos titulares de direitos de propriedade intelectual com os dos vendedores, em situações em que a plataforma assume o papel de intermediária, aplicando sanções preventivas, muitas vezes sem permitir contraditório. Observar-se-á como o TJSP examina a legitimidade das alegações de violação, a adequação dos procedimentos internos dos marketplaces e a responsabilidade das plataformas em casos de bloqueio indevido. A partir dessa análise, espera-se oferecer uma visão crítica sobre a responsabilidade dessas empresas e contribuir para a discussão sobre a necessidade de diretrizes claras para a proteção dos direitos de propriedade intelectual sem comprometer as atividades dos comerciantes legítimos no ambiente digital.

4.1. Metodologia da Pesquisa Jurisprudencial

Para a definição da metodologia foi utilizado o livro *Metodologia da Pesquisa em Direito* de Rafael Queiroz e Marina Feferbaum (2019), consistindo em uma análise temática

do tema, em que se utiliza de um conjunto de julgados sobre o tema estudado para compreender o entendimento do TJSP (Feferbaum; Queiroz, 2019, p. X). Além disso, é necessário realizar a delimitação do tema, indicando os recortes jurisprudenciais usados, indicar a composição da amostra e as variáveis da pesquisa, para, após, passar a análise por si só.

A análise do material será feita a partir de uma leitura crítica do inteiro teor dos acórdãos, com vista na legislação, doutrina e em precedentes utilizados. Os resultados da pesquisa serão devidamente expostos conforme a apresentação de cada aspectos ao longo dos subtópicos deste capítulo, sendo os padrões e divergências retomados no tópico 5 deste trabalho.

4.1.1. Delimitação da Pesquisa

A delimitação do tema pesquisado pode ser realizada por meio de recortes institucionais, temáticos, temporal e processual. Todos estes recortes terão a sua utilização justificada para melhor compreensão do leitor aos motivos que levaram ao estudo dos acórdãos selecionados para a presente pesquisa.

No aspecto institucional, serão analisados acórdãos do TJSP, de inúmeras Câmaras de Direito Privado do órgão. Foi escolhido este tribunal específico por alguns motivos: o número de decisões possíveis de serem encontradas sobre o tema no tribunal, a facilidade e otimização do sistema de pesquisa de jurisprudência do órgão e a relevância maior da corte para a Universidade Estadual Paulista, a qual este trabalho é apresentado.

A respeito do recorte temático, temos que a análise focará no conteúdo decisório do acórdão, ou seja, deverá responder a questões como: o entendimento do tribunal acerca dos bloqueios realizados pelas plataformas, se existe relação de consumo entre o *sellers* e as intermediadoras e o dever de indenizar, cosubstanciado na responsabilidade civil por ato ilícito ou abuso de direito. Usando essa delimitação, é possível abordar os principais aspectos vistos nos acórdãos acerca do tema estudado no trabalho.

O recorte temporal, período em que as decisões foram emanadas, é de 2022 a 2024, tendo em vista que, além de o crescimento dos *marketplaces* ter se acentuado ao longo dos últimos anos, aumentando o número de usuários, ações judiciais e mecanismos de proteção de PI, este lapso temporal permite uma análise mais contemporânea acerca do entendimento do Tribunal de Justiça de São Paulo sobre o assunto.

Sobre o recorte processual, foram consideradas ações de obrigação de fazer (ou ações cominatórias), sendo analisadas apelações cíveis nestes processos. Tal escolha se deu pois somente as apelações tratam adequadamente sobre todos os aspectos relacionados a este estudo, não sendo possível, por exemplo, analisar o mérito de uma indenização por danos materiais e morais por meio de um agravo de instrumento.

A escolha das apelações cíveis, em particular, viabilizou um exame aprofundado dos aspectos meritórios das decisões, incluindo as fundamentações quanto ao abuso de direito e os critérios aplicados pelo TJSP na valoração dos danos causados pelo bloqueio indevido. Outro ponto relevante na análise foi a atenção aos efeitos práticos das decisões para as partes envolvidas, especialmente no que concerne ao impacto financeiro e reputacional para os vendedores e à responsabilidade objetiva ou subjetiva das plataformas na reparação de danos.

Além disso, foram considerados alguns pontos de variação interpretativa entre os acórdãos do TJSP. Esse aspecto é relevante, pois a jurisprudência no contexto de bloqueio de contas e anúncios ainda não está completamente pacificada em alguns aspectos, sendo importante, também, entender como o judiciário age diante das alegações das plataformas e dos *sellers*.

Desse modo, é possível apontar nuances nos entendimentos dos desembargadores, especialmente quando se trata da qualificação do vendedor como consumidor e da aplicação de indenização material e moral aos comerciantes prejudicados. Essa variação interpretativa ainda é passível de pacificação futura, sendo o objetivo deste capítulo apontar as tendências e expor quais são os resultados obtidos com esta análise.

Por fim, a delimitação temporal e processual, combinada com o critério qualitativo de análise, possibilitou a construção de uma linha de raciocínio coerente para compreender como o TJSP se posiciona frente aos conflitos entre vendedores e marketplaces. A pesquisa visa, assim, contribuir para o debate jurídico e acadêmico sobre a suspensão/bloqueio de contas e anúncios dos *sellers* nos casos de violação à propriedade intelectual de terceiros nas plataformas, oferecendo uma visão crítica das decisões e dos argumentos que embasam as interpretações sobre a relação de consumo e a tutela da boa-fé e da confiança no comércio digital.

4.1.2. Critérios de Seleção e Composição da Amostra

Nos 20 acórdãos selecionados foram adotados alguns critérios como o uso de palavras-chave específicas, indicadores *booleanos*, seleção de classe processual, indicação de ordem de

julgados por relevância e uso da ferramenta “pesquisar sinônimos”. Todos estes indicadores podem ser encontrados na pesquisa de jurisprudência do *e-saj*, sistema utilizado pelo tribunal bandeirante para armazenar seus processos.

Realizando uma breve contextualização sobre o assunto, as palavras-chave são o principal aspecto para encontrar os acórdãos, sendo que a seleção das melhores delas traz um resultado mais apurado e fidedigno para a pesquisa. Foram realizadas buscas por tentativa e erro, até achar os acórdãos mais adequados para se utilizar no trabalho.

Os indicadores *booleanos* também são de grande relevância, conforme explicam Ferfebaum e Queiroz (2019, p. 127):

Os operadores booleanos permitem uma pesquisa mais refinada da jurisprudência. Trata-se de termos lógicos que, quando inseridos no campo “pesquisa livre de jurisprudência”, resgatam os julgados de modo mais específico. Vejamos exemplos de operadores booleanos e suas correspondentes funcionalidades:

- E – procura todas as palavras desejadas em qualquer lugar do documento.
- OU – procura qualquer uma das palavras especificadas.
- ADJ – busca palavras aproximadas, na mesma ordem colocada na expressão de busca.
- NÃO – recupera documentos que contenham a primeira, mas não a segunda palavra.
- PROX – procura palavras aproximadas em qualquer ordem.
- \$ – substitui qualquer parte da palavra desejada (prefixo, radical ou sufixo).

A classe processual selecionada foi a apelação cível, optou-se por filtrar os julgados por relevância, de modo a facilitar a pesquisa e descobrir quais acórdãos são considerados mais relevantes, e utilizou-se da ferramenta “pesquisar por sinônimos” para obter um número maior de resultados quantitativos.

Foram encontrados 90 acórdãos em realização de duas pesquisas com palavras-chaves distintas, da qual foram excluídos 10 acórdãos por terem sido encontrado em ambas, sendo que, portanto, foram encontrados 80 acórdãos na pesquisa. A primeira pesquisa foi realizada com as palavras-chave indicadas abaixo e com o operador *booleano* “E” e o uso das palavras “Propriedade Intelectual, Marketplace, Direito do Consumidor, Lucros Cessantes e Danos Morais”:

Tabela 1 - Pesquisa Jurisprudencial I

Palavras-chave	Quantidade
Propriedade intelectual E Marketplace	137 Acórdãos
Propriedade Intelectual E Marketplace E Direito do Consumidor	104 Acórdãos
Propriedade Intelectual E Marketplace E	49 Acórdãos

Direito do Consumidor E Lucros Cessantes	
Propriedade Intelectual E Marketplace E Direito do Consumidor E Lucros Cessantes E Danos Morais	45 Acórdãos
Propriedade Intelectual, Marketplace E Direito do Consumidor E Lucros Cessantes E Danos Morais/ 1º-1-2019 a 25-10-2024	45 Acórdãos
Propriedade Intelectual, Marketplace E Direito do Consumidor E Lucros Cessantes E Danos Morais/ 1º-1-2019 a 25-10-2024/ Apelação	42 Acórdãos

Fonte: Produzida pelo autor com base nos acórdãos do *e-saj*, TJSP.

Já a segunda, utilizou-se do operador *booleano* aspas (“”) e as palavras “Propriedade Intelectual, Plataforma, Conta, Bloqueio, Termos de Uso, Violação, e-commerce e Direito”

Tabela 2 - Pesquisa Jurisprudencial II

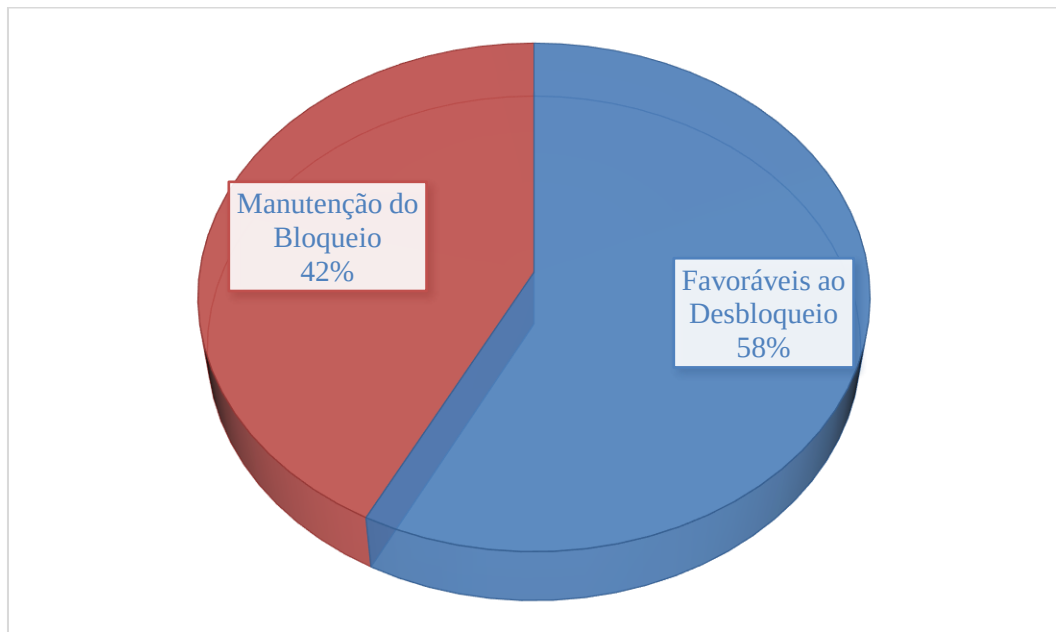
Palavras-chave	Quantidade
“Plataforma” e “Conta”	36.538 Acórdãos
"Plataforma", "conta" e "bloqueio",	5.423 Acórdãos
"Plataforma", "conta", "bloqueio" e "termos de uso"	2.013 Acórdãos
"Plataforma", "conta", "bloqueio", "termos de uso" e "violação"	1.751 Acórdãos
"Plataforma", "conta", "bloqueio", "termos de uso", "violação", "propriedade intelectual"	297 Acórdãos
"Plataforma", "conta", "bloqueio", "termos de uso", "violação", "propriedade intelectual" e "e-commerce"	53 Acórdãos
"plataforma", "conta", "bloqueio", "termos de uso", "violação", "propriedade intelectual" e "e-commerce" /1º-1-2019 a 25-10-2024/ Apelação Cível	48 Acórdãos

Fonte: Produzida pelo autor com base nos acórdãos do *e-saj*, TJSP.

Fazendo a verificação de quais destes julgados não tem relação com o tema estudado, somente aparecendo no resultado da busca por terem palavras semelhantes as pesquisadas, exclui-se mais 37 acórdãos, resultando no número total de 43 decisões acerca do tema. Importante frisar, de antemão, que deste número é possível retirar o número de 23 acórdãos favoráveis ao desbloqueio de contas de vendedores e 19 julgados que mantém o bloqueio de

contas imposto pelas empresas, sendo melhor representado estatisticamente pelo gráfico abaixo:

Gráfico 1 – Dados sobre desbloqueio de contas (TJSP)



Fonte: elaborado pelo autor (2024)

É importante trazer esse dado em específico, pois ele é o ponto decisório em comum de todos os julgados analisados, sendo que os outros pontos analisados podem estar contidos em uma decisão e não estar contida em outra, mas, a decisão entre a manutenção ou não do bloqueio estará contida na totalidade acórdãos. Ressalta-se que, pelo grande número de acórdãos, a análise sobre essa questão será realizada por último, de modo a evitar a repetição de acórdãos.

Foi buscado, ainda, manter a uniformidade nos casos analisados sobre a concessão de lucros cessantes, de modo que incluam também a análise de danos morais. Esse fator se dá pois seria um tanto incoerente analisar casos que versam sobre a concessão de um tipo de indenização, porém, não tratam da outra, ou vice e versa, de modo que, se não fosse estabelecido esse critério, a pesquisa poderia ficar muito fragmentada e não atingir o resultado que se espera. Nesse sentido, têm-se que uma parcela do número dos acórdãos que concedem o desbloqueio, também, versará sobre a concessão de danos materiais e morais.

Quanto à aplicação do CDC, entretanto, não é necessário exigir essa obrigatoriedade, pois essa questão não está diretamente relacionada à análise conjunta de pretensões indenizatórias patrimoniais e extrapatrimoniais, podendo, cada uma delas, ser ou não abordada no julgamento de uma apelação. De forma semelhante, portanto, o estudo acerca da

aplicação da legislação consumerista abrangerá parte do número total de julgados que mantém ou não o bloqueio das contas e anúncios.

4.1.3. Variáveis da Pesquisa

As variáveis da pesquisa podem ser consideradas como todos os fatores que serão analisados nela (Ferfebaum; Queiroz, 2019, p. 129). Esses elementos orientam a análise jurisprudencial, de modo que, antes de começar, é necessária a devida exposição.

Desse modo, os seguintes elementos serão retirados dos acórdãos:

- a) Partes;
- b) Data de Julgamento;
- c) Explanação do caso;
- d) Resultado do Recurso (provimento ou desprovimento)
- e) Normas Citadas no voto vencedor;
- f) Doutrina e Princípios Citados no voto vencedor;
- g) Precedentes de Tribunais Superiores invocados (se houver);
- h) Existência ou não de relação de consumo (se for o caso);
- i) Existência ou não de danos morais e/ou lucros cessantes (se for o caso).

Para assegurar a consistência e profundidade da análise, cada uma das variáveis será tratada de maneira uniforme e sistemática ao longo dos acórdãos, o que permitirá observar tanto as similitudes quanto as discrepâncias nos posicionamentos adotados pelo TJSP. Essa abordagem visa facilitar a compreensão dos fatores determinantes para o deferimento ou indeferimento dos pedidos de desbloqueio de contas e anúncios, bem como para a concessão de indenizações por danos materiais e morais, conforme as especificidades de cada caso e as provas apresentadas pelas partes envolvidas.

A coleta e análise das variáveis permitem, ainda, a identificação de tendências jurisprudenciais relevantes, como a aplicação do Código de Defesa do Consumidor (CDC) em julgamentos que qualificam o vendedor como consumidor frente às plataformas. Tal questão é fundamental para o exame da vulnerabilidade técnica e jurídica dos vendedores no contexto digital, aspecto que repercute diretamente no entendimento sobre a responsabilidade civil objetiva das plataformas diante dos prejuízos causados aos parceiros comerciais.

A interpretação que o tribunal confere aos conceitos de relação de consumo e responsabilidade civil objetiva representa outra variável de destaque, visto que a incorporação dessas categorias jurídicas nos acórdãos influencia diretamente a amplitude das obrigações das plataformas de marketplace em relação aos vendedores. Além disso, será abordada a questão da inversão do ônus da prova, especialmente nos casos em que o vendedor é

caracterizado como consumidor, o que amplia as ferramentas de defesa e proporciona maior amparo jurídico aos parceiros comerciais que alegam prejuízos em decorrência de bloqueios indevidos.

Ao analisar os acórdãos que discutem abuso de direito e responsabilidade civil, pretende-se delinear o entendimento do TJSP acerca da exigência de equilíbrio entre o exercício de poder fiscalizador das plataformas e o direito dos vendedores de operar em um ambiente comercial justo e transparente. A aplicação dos princípios da boa-fé e função social do contrato nas decisões judiciais será observada em detalhe, pois esses princípios oferecem uma fundamentação normativa para a limitação do poder das plataformas em suas sanções internas, especialmente nos casos em que tais sanções são executadas a partir de algoritmos e inteligência artificial, sem a intervenção de análise humana.

Com a presente estrutura metodológica e a organização das variáveis, pretende-se que a pesquisa ofereça um panorama abrangente e crítico sobre a atuação do TJSP nas disputas que envolvem bloqueios de contas e anúncios em marketplaces, aprofundando as implicações jurídicas relacionadas à proteção da propriedade intelectual e à responsabilidade das plataformas

4.2 Responsabilidade Objetiva e Aplicação do CDC

A jurisprudência do TJSP sobre a aplicação do CDC nos casos de bloqueio de contas de vendedores e seus anúncios por violação da responsabilidade intelectual revela duas principais correntes interpretativas, refletindo posicionamentos distintos dos desembargadores sobre a natureza da relação entre *sellers* e *marketplaces*. Essas correntes variam entre uma aplicação legalista do conceito do consumidor, tratando a relação como de insumo ou puramente comercial, e outra a ampliando o conceito de consumidor com o uso da teoria finalista mitigada e considerando a vulnerabilidade do comerciante perante a plataforma, que, nessa visão, é responsabilizada objetivamente.

A análise dos julgados do TJSP revela que ainda não há pacificação acerca da aplicação ou não da norma consumerista nestes casos, sendo que, de um lado, **52,17% das decisões** restringem a aplicação do CDC, tratando a relação entre o *marketplace* e o vendedor como estritamente comercial, limitando a responsabilidade da plataforma à necessidade de provas de negligência ou dolo, e, de outro lado, **47,83% das decisões** adotam uma perspectiva ampliada, considerando que o vendedor, devido à dependência econômica e estrutural em relação à plataforma, encontra-se em posição de vulnerabilidade, o que

justificaria a aplicação da teoria finalista mitigada e da responsabilidade objetiva da plataforma nestas situações específicas, bastando que o vendedor comprove o dano e o nexo causal.

Ao longo desse capítulo serão trazidos os principais argumentos e pontos abordados acerca desse assunto nos 23 acórdãos que foram encontrados sobre o tema ao longo da pesquisa realizada, explicando, também, o fundamento das teorias adotadas pelas duas linhas de entendimento adotadas pelo TJSP.

4.2.1. Aplicação da Teoria Finalista Mitigada

A teoria finalista mitigada (ou teoria finalista aprofundada), é uma ampliação à teoria finalista pura, em que só se considera consumidor o destinatário final do produto ou serviço. Nesse contexto são considerados consumidores os que, embora não sejam tecnicamente destinatários finais na cadeia de consumo, encontram-se em posição de vulnerabilidade ou dependência econômica em relação ao fornecedor, conforme leciona Claudia Lima Marques (2013, p. 97):

E uma interpretação finalista mais aprofundada e madura, que deve ser saudada. Em casos difíceis envolvendo pequenas empresas que utilizam insumos para a sua produção, mas não em sua área de expertise ou com uma utilização mista, principalmente na área dos serviços, provada a vulnerabilidade, concluiu-se pela destinação final de consumo prevalente. Esta nova linha, em especial do STJ, tem utilizado, sob o critério finalista e subjetivo, expressamente a equiparação do art. 29 do CDC, em se tratando de pessoa jurídica que comprove ser vulnerável e atue fora do âmbito de sua especialidade, como hotel que compra gás. Isso porque o CDC conhece outras definições de consumidor. O conceito-chave aqui é o de vulnerabilidade.

Tal teoria foi introduzida no ordenamento jurídico brasileiro pelo STJ, baseando-se no conceito de vulnerabilidade do CDC e em doutrina de outros países. Um dos primeiros julgados a tratar do assunto foi o REsp 661.145/ES, em que a Espírito Santo Centrais Elétricas S/A -Ecelsa -atual EDP Espírito Santo-, grande empresa privada do estado do Espírito Santo, controvertia com a Glamour Indústria e Comércio de Confecções LTDA. acerca da suspensão indevida do fornecimento de energia elétrica, que foi distribuída perante a 11ª Vara Cível, especializada em direito do Consumidor, da Comarca de Vitória-ES. Alegando a incompetência da vara do consumidor, a ECELSA interpôs Recurso Especial ao STJ, que, por unanimidade, acompanhou o voto do relator, que dispôs:

Diante do exposto, tem-se claramente que a recorrida, empresa GLAMOUR INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE CONFECÇÕES LTDA. - MICROEMPRESA, pessoa jurídica com fins lucrativos, caracteriza-se como consumidora intermediária,

porquanto se utiliza do serviço de fornecimento de energia elétrica prestado pela recorrente, ESPÍRITO SANTO CENTRAIS ELÉTRICAS S/A - ESCELSA, com intuito único de viabilizar sua própria atividade produtiva.

Com vistas, porém, ao esgotamento da questão, cumpre consignar a existência de certo abrandamento na interpretação finalista, na medida em que se admite, excepcionalmente e desde que demonstrada in concreto a vulnerabilidade técnica, jurídica ou econômica, a aplicação das normas do Código de Defesa do Consumidor a determinados consumidores profissionais, como pequenas empresas e profissionais liberais. Quer dizer, não se deixa de perquirir acerca do uso, profissional ou não, do bem ou serviço; apenas, como exceção, e à vista da hipossuficiência concreta de determinado adquirente ou utente, não obstante seja um profissional, passa-se a considerá-lo consumidor (Brasil, 2005).

Foi-se, com o tempo, ocorrendo a consolidação dessa teoria na jurisprudência brasileira, com o julgamento de outros casos emblemáticos, como o REsp 476.428/SC, relatado pela ministra Nancy Andrighi, que dispõe:

Direito do Consumidor. Recurso especial. Conceito de consumidor. Critério subjetivo ou finalista. Mitigação. Pessoa Jurídica. Excepcionalidade. Vulnerabilidade. Constatação na hipótese dos autos. Prática abusiva. Oferta inadequada. Característica, quantidade e composição do produto. Equiparação (art. 29). Decadência. Inexistência. Relação jurídica sob a premissa de tratos sucessivos. Renovação do compromisso. Vício oculto.

- A relação jurídica qualificada por ser "de consumo" não se caracteriza pela presença de pessoa física ou jurídica em seus pólos, mas pela presença de uma parte vulnerável de um lado (consumidor), e de um fornecedor, de outro.

- Mesmo nas relações entre pessoas jurídicas, se da análise da hipótese concreta decorrer inegável vulnerabilidade entre a pessoa-jurídica consumidora e a fornecedora, deve-se aplicar o CDC na busca do equilíbrio entre as partes. Ao consagrar o critério finalista para interpretação do conceito de consumidor, a jurisprudência deste STJ também reconhece a necessidade de, em situações específicas, abrandar o rigor do critério subjetivo do conceito de consumidor, para admitir a aplicabilidade do CDC nas relações entre fornecedores e consumidores-empresários em que fique evidenciada a relação de consumo.

- São equiparáveis a consumidor todas as pessoas, determináveis ou não, expostas às práticas comerciais abusivas.

- Não se conhece de matéria levantada em sede de embargos de declaração, fora dos limites da lide (inovação recursal).

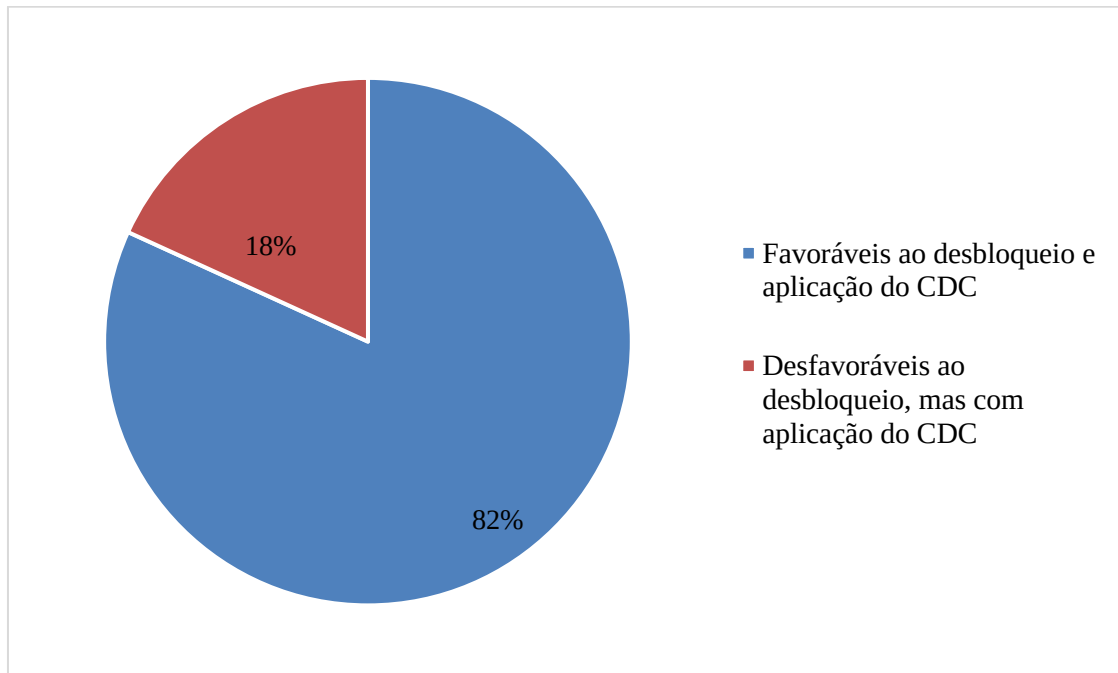
Recurso especial não conhecido. (Brasil, 2005, grifo nosso)

Pois bem, no contexto dos marketplaces, a aplicação desta teoria é discutida no TJSP em casos em que vendedores são bloqueados ou têm seus anúncios removidos, segundo eles, sem uma explicação clara ou direito de defesa. Sua aplicação permite que o CDC seja estendido ao vendedor, considerando-o consumidor, dada a vulnerabilidade técnica, econômica e informacional frente às grandes plataformas de *marketplace*.

Nesse sentido, buscou-se identificar julgados tanto favoráveis quanto desfavoráveis ao desbloqueio de contas, em que o autor, comerciante, e a ré, plataforma de *marketplace*, controvertem acerca da aplicação da legislação consumerista no caso, fato que seria mais favorável aos comerciantes. Os casos encontrados podem ser divididos em favoráveis ao desbloqueio da conta e a aplicação do CDC, no total de 9 acórdãos (São Paulo, 2023b, 2023c,

2023d, 2023n, 2023o, 2023p, 2024j, 2024m, 2024q) e desfavoráveis ao desbloqueio da conta, porém, com a aplicação da legislação consumerista (São Paulo, 2023l, 2024i), representados, estatisticamente, pelo gráfico abaixo:

Gráfico 2 - Aplicação do CDC



Fonte: elaborado pelo autor (2024).

Grande parte dos acórdãos não realiza uma análise aprofundada da jurisprudência do TJSP e do Superior Tribunal de Justiça sobre o tema, entretanto, em decisões como a do Processo nº 1011405-13.2023.8.26.0001 (São Paulo, 2023o), de relatoria do desembargador Adilson de Araújo e do nº 1068815-91.2021.8.26.0100 (São Paulo, 2023b), de relatoria do desembargador L.G. Costa Wagner, são citados alguns precedentes do STJ, como o Agravo em REsp nº 577.544/SE (Brasil, 2015) e AgRg nos EREsp 1.331.112/SP (Brasil, 2014), além do entendimento do próprio Tribunal bandeirante, por exemplo, a Apelação Cível 1000654-16.2021.8.26.0072 (São Paulo, 2023n) – também referenciada neste trabalho.

Além disso, é importante citar que os dois acórdãos fundamentam a aplicação da teoria finalista mitigada na tese nº 1 da Jurisprudência em tese do STJ:

O Superior Tribunal de Justiça admite a mitigação da teoria finalista para autorizar a incidência do Código de Defesa do Consumidor - CDC nas hipóteses em que a parte (pessoa física ou jurídica), apesar de não ser destinatária final do produto ou serviço, apresenta-se em situação de vulnerabilidade (Brasil, 2015a),

Importante asseverar que, ao reconhecer a situação de dependência econômica e vulnerabilidade do vendedor, permite-se a aplicação do CDC, configurando a

responsabilidade objetiva do marketplace. Tal situação é presumida, tendo em vista que, em uma relação de consumo, o fornecedor sempre responde independente da análise de culpa, como apontado pela apelação cível nº 1046666-67.2022.8.26.0100 (São Paulo, 2023p):

Desta forma, analisando o caso sob esta ótica, a parte requerida EBAZAR.COM.BR LTDA integra a cadeia de fornecimento, segundo a teoria do risco da atividade, e tem participação direta nos eventos narrados, porquanto a suspensão da conta da parte autora decorre de sua conduta, ao analisar denúncia infundada realizada pela correqueira Hinode, sendo legítima para figurar no polo passivo da demanda e responder pelos prejuízos independentemente da análise de culpa.

A interpretação finalista mitigada torna-se, na visão dessa corrente, uma ferramenta crucial para equilibrar essa relação, impondo às plataformas a necessidade de seguir os princípios basilares do Código de Defesa do Consumidor, como dever de transparência e de comunicação com os vendedores, conforme é visto nas apelações cíveis nº e nº. A respeito do princípio da informação, temos os dizeres do ministro do STJ, Humberto Martins (2020):

No que diz respeito ao consumidor, a informação deve ser ampla em sentido e em abrangência. Cuida-se de uma informação que não se limita ao contrato, mas, sim, abrange demais situações nas quais o consumidor demonstre interesse num produto ou serviço. Como sabido, quem conhece o produto ou serviço oferecido (porque o produziu ou tem vínculo com o processo de fabricação ou distribuição) deverá prestar ao consumidor (que desconhece todo esse processo) informação suficiente para que este tenha liberdade de escolha diante dos bens oferecidos no mercado ou possa se prevenir quanto à eventual periculosidade ou nocividade de um produto ou serviço já adquirido. Além do mais, no fomento ao consumo e na cadeia fornecedora, o dever de informar corresponde a um ônus pró-ativo do fornecedor (seja ele um parceiro comercial ou não do consumidor). Em outras palavras: o fornecedor precisa zelar pelo cumprimento do dever de informação destinado a todos os consumidores (ou potenciais consumidores), que são naturalmente alheios à realidade que envolve a cadeia de produção e, por isso, são dignos do direito à informação. Portanto, no CDC, o dever de informar não é um mero dever anexo ou parcelar, e sim um dever básico, essencial e intrínseco às relações de consumo, as quais trazem em seu bojo o direito do consumidor à informação.

É interessante analisar o entendimento exposto na apelação cível nº 1003567-64.2021.8.26.0526 (São Paulo, 2023c), que, apesar de não citar exatamente o princípio da informação, segue a linha de que o programa de proteção de propriedade intelectual da plataforma apresenta falhas, tendo em vista que, *in casu*, não retornou o contato do vendedor e atribuiu a responsabilidade exclusivamente ao denunciante, conforme os seus termos de uso:

[...] embora a apelante alegue não ser sua a responsabilidade pela confirmação da veracidade do conteúdo da denúncia realizada por um de seus membros, procedeu à suspensão da conta da apelada mantida na plataforma e-commerce que administra sem elucidar os reais motivos de seu agir e de comprovar as informações recebidas através do canal Brand Protection Program (BPP), como bem ponderado na r. sentença recorrida, ônus que lhe competia.

[....]

Ademais, não há qualquer elemento de prova de que o denunciante impugnou a documentação que lhe foi enviada pela apelada para embasar a ratificação da

denúncia, de modo que não basta à administradora da plataforma simplesmente acolher a denúncia sem demonstrar que o programa criado para a defesa dos titulares de direitos de Propriedade Intelectual procedeu ao exame da documentação e concluiu pela infração.

Não socorre à apelante a cômoda posição de mera expectadora, pois tendo mecanismos legais para suspender a conta, deve assumir o ônus, por si ou pela ferramenta que criou (BPP), de averiguar a denúncia e de confirmar a sua veracidade e não apenas atribuir ao terceiro (denunciante) e a anunciante (suposta infratora) que a resolvam. Quem aufere o bônus deve assumir o ônus, mormente porque, existindo um programa para o recebimento de denúncias de violação de Propriedade Intelectual, presume-se a expertise no exame não apenas da documentação do denunciante, mas também do denunciado, remetendo as partes ao litígio judicial somente em caso de fundada dúvida sobre a documentação que não possa ser solucionada na seara administrativa, hipótese sequer cogitada. (São Paulo, 2023c)

Apesar de o *marketplace* responder independentemente de culpa nos casos em que são aplicadas as normas consumeristas, isso não afasta a responsabilidade do autor da ação de produzir provas nem condena automaticamente as plataformas em casos em que é comprovado o exercício regular de direito e a ausência de abusividade em suas condutas, conforme apontado nas apelações cíveis nº 1012094-28.2022.8.26.0604 (São Paulo, 2024i) e 1027883-27.2022.8.26.0100 (São Paulo, 2023l).

A aplicação da teoria finalista mitigada nesses casos também sugere uma tentativa de inibir práticas abusivas por parte das plataformas. Ao responsabilizar a plataforma, o TJSP reforça a importância de que o marketplace exerça suas funções de fiscalização de maneira justa e transparente, garantindo ao vendedor um ambiente comercial estável e protegido contra práticas arbitrárias. Esse entendimento é especialmente relevante em casos em que o vendedor alega prejuízos econômicos, como perda de lucros ou danos à reputação, devido a sanções não fundamentadas.

Observa-se, com isso, que parte da jurisprudência do TJSP, em consonância com precedentes do STJ, tem avançado na aplicação da teoria finalista mitigada no contexto dos *marketplaces*, estabelecendo precedentes favorável à proteção dos direitos dos vendedores, não afastando, no entanto, o seu ônus probatório. Em suma, a aplicação do CDC nestes casos reflete uma interpretação ampliativa do conceito de consumidor, alinhando-se aos princípios da vulnerabilidade e informação, tendo por objetivo, segundo o próprio conceito estabelecido pelo STJ, de garantir a equidade nas relações comerciais em ambiente digital.

4.2.2 Relações de Insumo

A relação de insumo entre vendedores e marketplaces caracteriza-se pela interdependência, onde o sucesso das operações comerciais dos vendedores depende

diretamente do ambiente e da estrutura oferecidos pela plataforma. O conceito de relação de insumo pode ser mais bem explicado por Claudia Lima Marques (1998, p. 144), que dá o exemplo de um advogado ou agricultor que contrata empréstimo para incrementar suas atividades profissionais. Neste sentido, mesmo sendo, na teoria, consumidores, o produto seria insumo para outra atividade profissional, o que afastaria a aplicação da norma consumerista e atrairia a aplicação da norma comum.

Nos processos em que a plataforma exerce poder significativo sobre as operações do vendedor, a corte tende a considerar que existe uma relação de insumo que fundamenta a aplicação do CDC, uma vez que a plataforma atua como fornecedor de serviços essenciais para o desenvolvimento da atividade econômica do vendedor.

No contexto jurídico e econômico, insumo refere-se a tudo o que uma empresa ou pessoa jurídica utiliza para desenvolver ou manter suas atividades econômicas, sem ser o destinatário final daquele produto ou serviço. Quando algo é considerado insumo, significa que ele é empregado para possibilitar, sustentar ou aprimorar uma cadeia produtiva, ou seja, serve para a continuidade de um processo produtivo ou de prestação de serviços, e não para o consumo final.

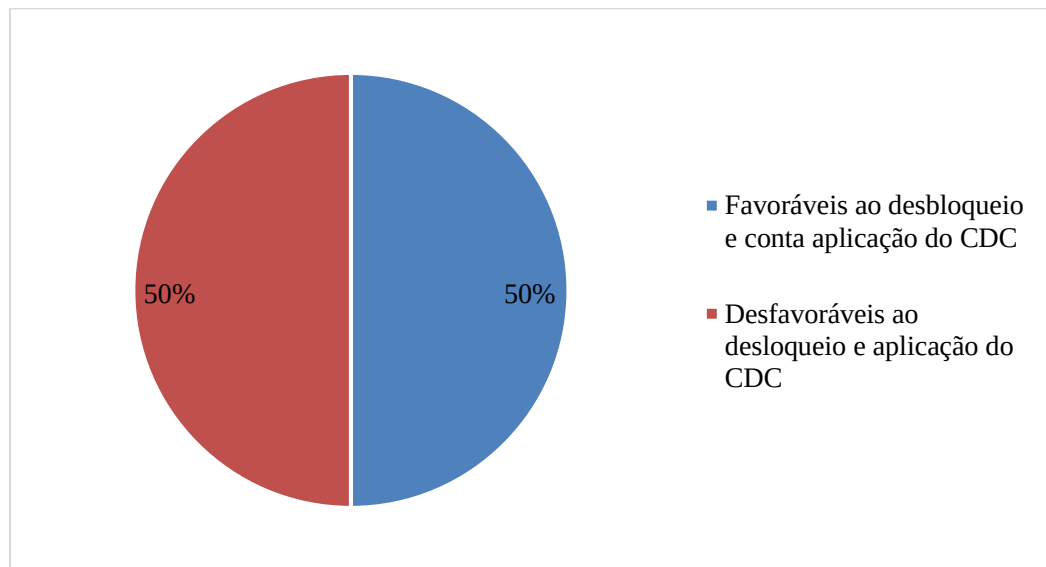
Em termos de aplicação do Código de Defesa do Consumidor (CDC), para que um comprador seja considerado consumidor, ele precisa ser o **destinatário final econômico** do produto ou serviço. Isso quer dizer que ele adquire o bem ou serviço para uso próprio e não como um recurso para sua atividade empresarial. No caso de empresas que utilizam serviços ou produtos como ferramentas para gerar lucro, esses itens passam a ser considerados insumos, pois viabilizam a atividade produtiva ou comercial, mas não são o ponto final da cadeia de consumo. Trata-se, em outras palavras, da aplicação da teoria finalista pura, em uma abordagem legalista da matéria, que só considera como consumidor o destinatário final, tratando a relação entre o *seller* e *marketplace* como puramente comercial.

A divisão dos casos, contendo tanto acórdãos favoráveis ao desbloqueio (São Paulo, 2022a, 2022b, 2022d, 2023h, 2023q, 2024n) quanto desfavoráveis (São Paulo, 2023d, 2023j, 2023m, 2023p, 2024a, 2024k) é representada, estatisticamente, da seguinte maneira, com um resultado extremamente uniforme e balanceado:

Cabe afirmar que não são todos os julgados que citam especificamente o insumo da atividade econômica, entretanto, é de se considerar que o entendimento de que a relação entre essas partes é comercial ou empresarial somente traduzem o mesmo entendimento, de que os vendedores se utilizam das plataformas para o desenvolvimento de suas atividades. Pode-se usar, a título de exemplo, a apelação nº 1002183-96.2021.8.26.0128 (São Paulo, 2023d), em

que o relator, Caio Marcelo Mendes de Oliveira, adotando o entendimento exarado na sentença e em outros precedentes da corte, de que, segundo o artigo 2º do CDC: “consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final” (Brasil, 1990), sendo que, por se utilizar da plataforma para incrementar a sua atividade de venda de produtos eletrônicos e de informática, o *seller* não poderia ser considerado consumidor, eis que não é destinatário final na relação.

Gráfico 3 - Contra a Aplicação do CDC



Fonte: elaborado pelo autor (2024)

Assim como no subtópico anterior, a maioria das decisões não se aprofundam neste tópico, com exceção das apelações cíveis nº 1003061-71.2022.8.26.0100 (São Paulo, 2023j) e nº 1105392-34.2022.8.26.0100 (São Paulo, 2023q), que serão melhor estudadas aqui.

A primeira reconhece que o próprio legislador apresentou dificuldade na conceituação das figuras dos atingidos pela norma consumerista, porém, entende que o critério do destino final do produto e serviço deve ser prevalente, não se caracterizando relação de consumo àquelas que desencadeiam outras atividades de fornecimento de produtos ou serviços (São Paulo, 2023j). Interessante notar a citação da doutrina de Luiz Rodrigues Wambier (1997, p. 57-66), que demanda um estudo mais aprofundado do texto para a melhor compreensão da decisão. Trata-se de um artigo publicado na Revista dos Tribunais acerca dos contratos bancários e o código de defesa do consumidor, em que o autor considera que o profissional ou empresa que use de recursos como empréstimos para o fomento de sua atividade econômica se afasta da vanguarda do CDC, pois, segundo o jurista, não seria destinatário final dos recursos:

Entendemos que se o tomador do empréstimo bancário (em sentido amplíssimo) utiliza esses recursos para o incremento de atividade produtiva, seja para a formação, ampliação ou suprimento de capital de giro, seja para o fomento da produção, mediante aquisição de máquinas ou insumos, essa relação jurídica deixará de subsumir ao Código de Defesa do Consumido, porque, com essa aplicação dos recursos em atividade econômica-meio, inclui-lo-á na cadeia de fornecedores, agora em relação a outro destinatário final, que será justamente aquele consumidor de seus produtos ou serviços. A pessoa física ou jurídica, que tome recursos no mercado financeiro para incrementar a sua atividade econômica, será, quando muito, apenas aquilo que respeitável parcela da doutrina chama de destinatário fático dos recursos, categoria absolutamente distinta daquela parcela que o CDC quer proteger, qual seja o efetivo destinatário, ou seja, o destinatário econômico, não mais do serviço bancário, mas de produto ou serviço cujo fomento se deu pelo aporte de recursos tomados junto às instituições financeiras. (Wambier, 1997, p. 60)

O professor ainda expõe o entendimento mais legalista, assim como os acórdãos dessa corrente de entendimento, dispondo:

[...] não há palavras inúteis na lei, nem mesmo expressões normativas destituídas de razão. Assim, se o conceito de consumidor pudesse ser interpretado de molde a abranger todos quanto simplesmente expostos às práticas comerciais, não teria sentido o disposto no art. 2º. do CDC, que prevê, expressa e textualmente a condição de destinatário final como necessária para caracterizar um dos pólos na relação de consumo. (Wambier, 1997, p. 63)

Explica, ainda, que esse entendimento não retira a proteção da lei contra cláusulas e práticas abusivas aos que não são caracterizados como destinatários finais, tendo em vista que o ordenamento jurídico brasileiro veda tais condutas ilícitas, de modo que essa proteção deve é conferida pela legislação cível e comercial (Wambier, 1997, p. 63). A equiparação realizada pelo artigo 29 do CDC ao dispor: “Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.” (Brasil, 1990) não pode ser usada para tutelar o direito de todos que estejam expostos a práticas comerciais abusivas, sendo que o sistema normativo adotado possui normas que tutelam os interesses das vítimas acometidas por esses ilícitos, além de o art. 2º do código abranger somente o destinatário econômico do objeto desses contratos (Wambier, 1997, p. 65).

Tal hipótese é, inclusive, apontada no processo nº 1122973-62.2022.8.26.0100 (São Paulo, 2024n), esclarecendo o relator que o vendedor tem o ônus de provar a legalidade de sua atuação na plataforma, bem como o *marketplace* tem o ônus de comprovar que agiu em exercício regular de direito:

Ainda que o caso aqui retratado não seja regido pelo Código do Consumidor, o autor comprovou a contentão o direito alegado (que teve suas contas e valores bloqueados sem motivo justificável), a teor do artigo 373, inciso I, do CPC, enquanto cabia às rés demonstrar os fatos impeditivos, modificativos e extintivos do direito por ele afirmado, do que não se desincumbiram.

A peça de defesa de fls. 111/130 não veio acompanhada de documentos pertinentes para afastar a procedência dos pedidos. (São Paulo, 2024n)

A partir dessa análise, percebe-se que os julgados que adotam essa corrente adotam interpretação literal do conceito de consumidor, com a utilização, no caso do acórdão em questão, de interpretação extensiva da doutrina citada sobre contratos de empréstimo bancário à realidade da relação entre vendedor e plataforma. Tal entendimento afasta o conceito de consumidor o mero repassador de recursos à terceiros que seriam os efetivos destinatários finais. (Wambier, 1997, p. 65)

Adotando a mesma linha de entendimento, o julgamento da apelação cível nº 1105392-34.2022.8.26.0100 (São Paulo, 2023q) exhibe a interpretação de que o contrato celebrado entre as partes é interempresarial, com vistas a obtenção de lucro de ambas as partes e incremento da atividade do comerciante, ausência de vulnerabilidade informacional entre as partes., não descaracterizando, entretanto, a caracterização do instrumento contratual como de adesão. Nesse caso, mesmo não aplicando o CDC, a interpretação desses contratos deve se basear nos princípios da boa-fé, equivalência material e função social do contrato, conforme doutrina citada pelo relator (Passos, 2003).

Assim como nos outros casos em que houve o desbloqueio sem a aplicação do CDC, o TJSP entendeu que a plataforma, no caso a Amazon, não comprovou a violação de propriedade intelectual alegada, asseverando que a mesma tem o ônus de comprovar as condutas que embasaram a referida suspensão da plataforma. Nesse prisma, percebe-se que, de fato, é possível aplicar as regras do direito civil e comercial para reverter práticas abusivas, sem ter que, necessariamente se valer do CDC

Essa linha interpretativa visa, assim, preservar a autonomia dos contratos comerciais e delimitar as responsabilidades das partes no âmbito do comércio eletrônico, restringindo a incidência do CDC a situações em que se configure uma relação de consumo clara e inequívoca. Como visto, tal posicionamento é reforçado por doutrinas jurisprudências que limitam o conceito de consumidor ao usuário final de um produto ou serviço, os quais, em sua maioria, defendem que os vendedores, ao estarem inseridos em uma atividade empresarial com fins lucrativos, assumem riscos inerentes ao comércio eletrônico e não gozam da proteção consumerista.

4.2.3. Análise das Duas Correntes de Entendimento

A jurisprudência do TJSP sobre a aplicação do Código de Defesa do Consumidor (CDC) em casos de bloqueio de contas e anúncios por marketplaces, com base em alegações de violação de propriedade intelectual, revela duas correntes interpretativas principais. Esses entendimentos refletem posicionamentos divergentes entre os desembargadores sobre a natureza jurídica da relação entre vendedores e plataformas digitais, influenciando diretamente a responsabilidade civil atribuída aos marketplaces e o grau de proteção jurídica concedida aos vendedores que dependem desse ambiente para suas atividades comerciais.

Enquanto uma das correntes, levemente majoritária, adota uma interpretação restritiva da relação entre vendedor e plataforma, considerando-a como uma interação comercial pura e simples, sem características que justifiquem a aplicação do CDC. Nessa visão, o vendedor utiliza o marketplace como um canal de negócios para fins lucrativos, o que o enquadra como parte de uma relação empresarial, sem as vulnerabilidades típicas do consumidor final. A fundamentação para essa linha de entendimento está arraigada na teoria finalista pura, segundo a qual apenas o destinatário final de um produto ou serviço, que o utiliza para consumo próprio e não como insumo para outra atividade econômica, pode ser protegido pelo CDC.

Nos julgados que seguem essa corrente, o Tribunal aplica uma leitura restrita do conceito de consumidor, interpretando que o vendedor, ao se beneficiar da estrutura de um marketplace para ampliar sua atividade econômica, assume os riscos naturais de um ambiente comercial, incluindo o monitoramento e as sanções implementadas pela própria plataforma. Com base nisso, a responsabilidade da plataforma é considerada apenas subjetiva, limitando-se aos casos em que seja demonstrado dolo ou negligência. O entendimento subjacente é de que, por ser parte de uma relação empresarial, o vendedor tem o dever de conhecer e aceitar as condições do ambiente digital em que atua, incluindo as eventuais sanções automáticas ou baseadas em algoritmos aplicadas pela plataforma para proteção de direitos de propriedade intelectual.

Essa linha de entendimento prestigia a autonomia das relações comerciais, enfatizando a liberdade contratual entre as partes e a necessidade de proteger o direito das plataformas de assegurar a efetivação dos titulares de PI. Nos acórdãos que seguem essa interpretação, o TJSP reforça que a plataforma apenas atua como intermediária entre o vendedor e o consumidor, sem estabelecer uma relação de consumo direta com o vendedor, assim a aplicação do CDC é afastada, e eventuais disputas são reguladas pelas normas civis e comerciais, onde cabe ao vendedor comprovar a conduta dolosa ou culposa da plataforma em caso de bloqueios indevidos.

Em contraponto, a segunda corrente, adotada em uma significativa parcela dos julgados, expande a interpretação do conceito de consumidor através da teoria finalista mitigada, reconhecendo a possibilidade de se aplicar o CDC em situações em que o vendedor, embora tecnicamente não seja o destinatário final, se encontra em posição de vulnerabilidade econômica, técnica ou informacional diante do *marketplace*. Essa perspectiva considera a dependência dos vendedores em relação às plataformas, além disso, a falta de transparência nas sanções aplicadas e o uso de algoritmos para bloqueio de contas e anúncios sem intervenção humana, como elementos que fragilizam o vendedor e justificam sua proteção como consumidor equiparado.

Nos acórdãos que seguem essa corrente, a corte argumenta que, diante da clara posição de desigualdade e dependência do vendedor, que muitas vezes depende exclusivamente da plataforma para comercializar seus produtos, é possível mitigar a teoria finalista. A aplicação da legislação consumerista, nessa visão, busca equilibrar a relação entre vendedor e plataforma, impondo à plataforma o dever de transparência e a obrigação de responder objetivamente pelos danos causados por bloqueios indevidos ou práticas abusivas, independentemente da comprovação de culpa. Esse entendimento atua em conformidade com o princípio da vulnerabilidade, essencial ao direito do consumidor, e se fundamenta na interpretação de que a proteção do CDC deve ser ampliada em contextos em que uma parte claramente exerce um poder econômico superior sobre outra.

É reforçada a necessidade de proteger o vendedor contra possíveis abusos de direito por parte das plataformas, que, ao aplicarem sanções de maneira automatizada e sem explicações adequadas, podem ocasionar prejuízos financeiros e danos à reputação do vendedor. Em situações em que o vendedor é considerado vulnerável, a responsabilidade da plataforma é tratada como objetiva, cabendo ao vendedor apenas a comprovação do dano e do nexo causal com a conduta da plataforma, conforme estipulado pelo CDC. Em julgados como o nº 1046666-67.2022.8.26.0100 (São Paulo, 2023p), o tribunal sustentou que a plataforma, ao exercer seu poder de fiscalização e sanção, deve atuar de maneira clara e fundamentada, oferecendo ao vendedor os meios necessários para contestar a suspensão de sua conta ou a remoção de anúncios, sob pena de incorrer em responsabilidade objetiva.

A análise dessas duas correntes interpretativas revela que ainda não há um consenso pacificado na jurisprudência do TJSP sobre a aplicação do CDC na relação entre vendedores e plataformas de *marketplace*, e que cada linha de entendimento possui impactos distintos sobre as obrigações e limitações impostas às plataformas digitais. Enquanto a corrente majoritária visa manter a autonomia das relações comerciais e proteger a plataforma contra

responsabilizações extensivas, a corrente minoritária busca oferecer ao vendedor uma proteção ampliada, assegurando-lhe a possibilidade de reparar danos causados por práticas abusivas.

4.3. Do Dever de Indenizar

O dever de indenizar por parte das plataformas de marketplace ocorre nos casos de bloqueios indevidos de contas ou remoções arbitrárias de anúncios em conjunto com o desbloqueio destas contas, podendo envolver tanto a reparação de danos materiais, que dizem respeito, na maioria dos casos, ao que os vendedores deixaram de lucrar, quanto de danos morais, associados aos impactos na imagem e reputação do vendedor. No contexto jurídico, essa definição envolve não só o exame das obrigações do *marketplace*, mas também a interpretação de responsabilidade civil em face das peculiaridades dessa relação.

O dever de indenizar é norteado, especialmente, pelo dever de indenizar, transparência nos motivos do bloqueio, comunicação e fundamentação adequadas das plataformas ao tomarem ações que afetam diretamente a atividade dos vendedores. Tais decisões buscam harmonizar o interesse comercial das plataformas com a segurança jurídica e o direito dos vendedores a um ambiente de negócios previsível e justo.

O TJSP considera uma gama de fatores que vão desde a caracterização ou não do vendedor como consumidor, baseado na teoria finalista mitigada, até a relação direta entre a conduta da plataforma e os prejuízos sofridos, oscilando entre a concessão de danos patrimoniais e expatrimoniais em separado ou em conjunto nas decisões em que se reconhece o dever de reparar o dano.

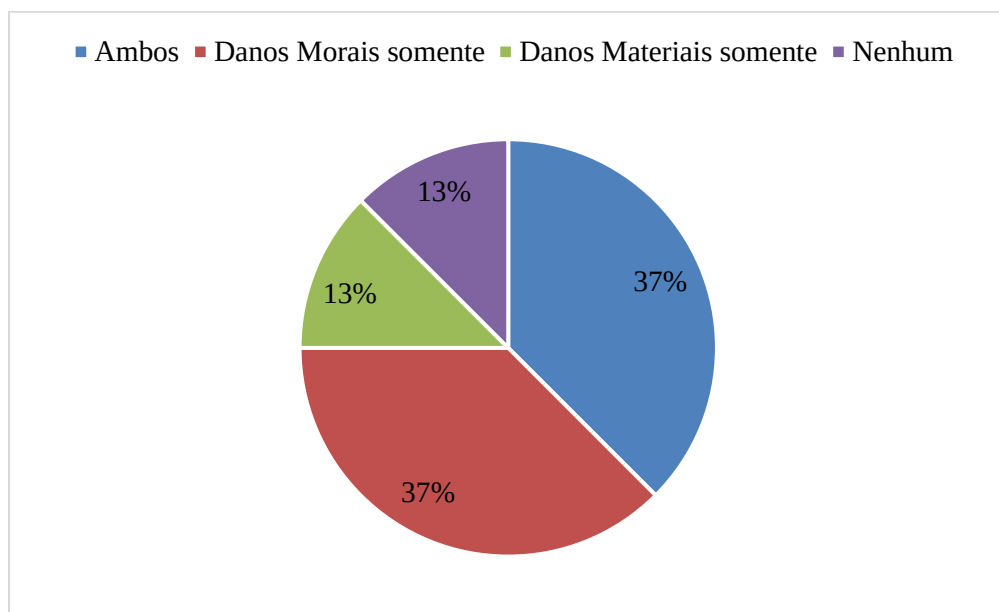
O tribunal também baseia suas decisões nos princípios da boa-fé e da função social do contrato, que exercem papel essencial na relação entre vendedor e marketplace, avaliando que para a aplicação do dever de indenizar, deve haver transparência nas ações tomadas pela plataforma, nos casos que envolvem sanções, como bloqueios ou remoções de anúncios. Nos casos em que a plataforma falha em comunicar previamente ou em justificar adequadamente o bloqueio, essas atitudes podem ser consideradas como arbitrárias e abusivas.

Para que seja feita essa análise foram considerados somente os julgados que tratam sobre danos morais e materiais em conjunto nos casos de desbloqueio, descartando-se os processos que versam sobre um, mas não sobre o outro. Em questão estatística, foram encontrados 9 acórdãos 4 (São Paulo, 2023k, 2023n, 2024g, 2024m) concedendo ambas as indenizações, 3 concedendo somente danos morais (São Paulo, 2022b, 2023p, 2023q), 1

concedendo lucros cessantes apenas (São Paulo, 2022a) e 1 não indenizando nem um nem o outro (São Paulo, 2024c), conforme gráfico abaixo.

A seguir, a análise se aprofundará nos elementos específicos que configuram esse dever de indenização, explorando as diferentes situações em que ele é aplicado e como cada aspecto – desde a natureza da relação até o impacto das sanções – influencia as decisões. Dessa forma, o estudo busca compreender a extensão e os limites do dever de indenizar, fornecendo um panorama completo sobre as dinâmicas de responsabilidade nas plataformas digitais.

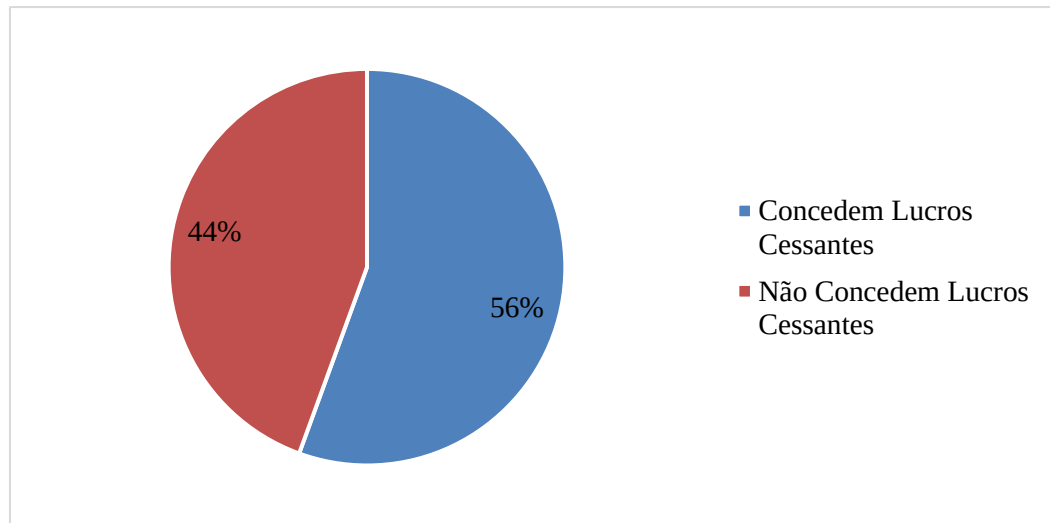
Gráfico 4 – Dever de Indenizar



Fonte: elaborado pelo autor (2024)

4.3.1. Danos Materiais

A análise dos julgados do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo (TJSP) acerca da concessão de danos materiais nesses casos, traz à tona a aplicação do conceito de lucros cessantes em diferentes contextos, conforme previsto no artigo 402 do Código Civil (Brasil, Ano), que estabelece o direito à reparação pelo que o credor efetivamente perdeu e pelo que razoavelmente deixou de lucrar. Nos julgados analisados, 5 concedem os danos patrimoniais (São Paulo, 2022a, 2023k, 2023n, 2024g, 2024m) e 4 não (São Paulo, 2022b, 2023p, 2023q, 2024c), conforme representado pelo gráfico abaixo:

Gráfico 5 -Lucros Cessantes

Fonte: elaborado pelo autor (2024)

Nas decisões em exame, o tribunal busca identificar a ocorrência de prejuízos financeiros diretos relacionados à paralisação da atividade comercial dos vendedores, quando resultantes de bloqueios considerados indevidos ou infundados.

Como os julgados que concedem os lucros cessantes não trazem, especificamente, uma análise doutrinária acerca dessa questão, mas, na verdade, se debruçando no estudo das provas e de outras jurisprudências acerca do assunto, entende-se necessário realizar uma breve síntese do entendimento doutrinário sobre o fundamento sob as quais as decisões são pautadas. Conforme será demonstrado, os julgados que concedem os lucros cessantes reconhecem o abuso do direito das plataformas ao realizar bloqueios que, muitas vezes, nem elas mesmas conseguem explicitar os motivos ou provar as alegadas violações, respondendo o infrator, no caso as plataformas, por este exercício irregular:

Responderá por perdas e danos o titular do direito que o exercer além dos limites da normalidade ou regularidade, causando dano a outrem, independentemente de penetrar no psiquismo do sujeito, e indagar de seu propósito ou de sua consciência do dano causado. Bastará, então, verificar se o titular do direito o exerceu excedendo os limites impostos pela destinação econômica ou social dele (Pereira, 2022, p. 366).

A aferição da abusividade no exercício do direito de fiscalização e sanção das plataformas é objetiva, ou seja, nas palavras de Gustavo Tepedino, Heloisa Helena Barboza e Maria Celina Bodin de Moraes (2007, p. 346): “deve depender tão-somente da verificação de desconformidade concreta entre o exercício da situação jurídica e os valores tutelados pelo ordenamento civil-constitucional”. Assim, o abuso de direito é interpretado como uma ilicitude *latu sensu*, contrariando o direito como um todo. (Tepedino; Barbosa; Bodin, 2007, p. 346).

Importante ressaltar, ainda que, quando uma das partes utiliza um direito de forma abusiva, essa conduta é considerada uma violação equiparável a um ilícito civil, ou seja, um comportamento que, embora parta de um direito contratual legítimo, se transforma em um ato lesivo. Assim, a responsabilidade desse ato abusivo é tratada de forma similar à responsabilidade delitual, em que há o dever de reparar o dano causado pelo exercício inadequado do direito. (Pereira, 2022, p. 367)

Tendo explicitado melhor tal conceito, nota-se que nos julgados que concedem tal indenização, como, por exemplo, a apelação cível nº 1139970-86.2023.8.26.0100 (São Paulo, 2024k), o TJSP fixou a indenização por lucros cessantes em decorrência de um bloqueio imposto pela plataforma, sob a alegação de comercialização de produtos que supostamente violariam direitos de propriedade intelectual. Contudo, a corte reconheceu que a plataforma não apresentou prova robusta da infração alegada, reconhecendo em suas manifestações processuais, implicitamente, a prática do ato ilícito.

Como se tratava de obrigação ilíquida, que é aquela que em que não há certeza acerca do seu valor e conteúdo (Tartuce, 2004, p.89), foi determinada a liquidação dos lucros cessantes em fase após o trânsito em julgado, com base no faturamento médio do comerciante exposto na fase de conhecimento do processo. A realização deste procedimento pode ser realizada por arbitramento, conforme arts. 509 e 510 do CPC (Brasil, 2015X), que permite as partes apresentarem cálculos, pareceres técnicos e outros documentos para esclarecer o real valor devido, sendo que, caso haja controvérsia acerca do montante, pode o juiz determinar a perícia contábil por profissional de sua confiança (Tartuce, 2024, p. 90). Essa prática tem por objetivo obter uma referência clara para apuração dos valores, sujeita a ajustes conforme a comprovação das variações econômicas da atividade do vendedor.

Outro julgamento relevante é o da Apelação Cível nº 1017506-86.2021.8.26.0405 (São Paulo, 2023k), onde o tribunal, ao verificar a ausência de provas concretas na denúncia feita por meio do *Brand Protection Program* da plataforma, determinou o desbloqueio da conta e a compensação por lucros cessantes. Neste caso, a apuração dos danos materiais foi direcionada pelo princípio da reparação integral, permitindo que o vendedor fosse restituído pelos lucros interrompidos ao ser impedido de operar na plataforma. Em observância ao que estabelece o artigo 403 do Código Civil (Brasil, 2002), que orienta que a reparação deva abranger os danos previsíveis ao tempo do bloqueio, o TJSP baseou-se no faturamento médio anterior à suspensão para determinar o montante de reparação.

Em outro aspecto, tem-se que a falta de provas contundentes acerca dos valores que o vendedor deixou de lucrar na plataforma afasta o provimento da efetiva indenização

patrimonial. É o caso, por exemplo, da Apelação Cível nº 1010915-82.2023.8.26.0100 (São Paulo, 2024c), em que o TJSP reformou a sentença que havia concedido o pleito do *seller* de lucros cessantes, tendo em vista que se verificou que as documentações colacionadas pelo autor demonstraram não haver demonstração indene de que deixou de lucrar. Reiterou-se a lógica de que cabia ao autor comprovar que, efetivamente, os valores que deixou de lucrar com o bloqueio, o que não aconteceu.

Outro julgado representativo é a apelação cível nº 1105392-34.2022.8.26.0100 (São Paulo, 2023q), que aprofunda mais a sua análise do que nos outros julgados. Nela, apesar de reconhecer o impacto do bloqueio realizado nas atividades comerciais do vendedor, o voto do relator entende que não foram juntadas aos autos provas o suficiente para ensejar a indenização por lucros cessantes.

Acerca do assunto, cita a doutrina de Sérgio Cavalieri Filho (2012, p. 79) sobre a caracterização e quantificação dos lucros cessantes, que estabelece a razoabilidade como um critério para sua obtenção, sendo “ao mesmo tempo, adequado, necessário e proporcional; é aquilo que o bom-senso diz que o credor lucraria, apurado segundo um juízo de probabilidade, de acordo com o normal desenrolar dos fatos”, de modo a não se pautar em suposições. Além disso, o doutrinador estabelece a sua visão sobre como devem atuar os juízes para verificar a ocorrência de tal instituto:

Não é fácil, como se vê, estabelecer até onde o fato danoso projeta sua repercussão negativa no patrimônio da vítima. Nessa tarefa penosa deve o juiz valer-se de um juízo de razoabilidade, de um juízo causal hipotético, que, segundo Larenz, seria o desenvolvimento normal dos acontecimentos, caso não tivesse ocorrido o fato ilícito gerador da responsabilidade civil. Deve o juiz mentalmente eliminar o ato ilícito e indagar se aquilo que está sendo pleiteado a título de lucro cessante seria a consequência do normal desenrolar dos fatos; se aquele lucro poderia ser razoavelmente esperado, caso não tivesse ocorrido o ato ilícito (Cavalieri Filho, 2012, p. 79-80).

Voltando a análise, foi verificado que, apesar da juntada do faturamento da empresa, as suas oscilações impediram a comprovação das alegações do *seller*, ensejando o indeferimento do pleito. Argumenta-se, também, que, por a empresa possuir seu próprio *site* de vendas, deveria haver a comprovação de que suas vendas diminuíram neste após o bloqueio no *marketplace*, bem como não haver aumento no fluxo de vendas nas outras plataformas que atua, durante o período de bloqueio.

Em conclusão, a análise jurisprudencial do TJSP sobre a concessão de danos materiais em bloqueios indevidos de contas e remoções arbitrárias de anúncios em marketplaces reflete uma aplicação prática do conceito de lucros cessantes com base nos artigos 402 e 403 do Código Civil (Brasil, 2002), respaldada em critérios doutrinários que sustentam a

responsabilidade civil. Observa-se, nos julgados, uma preocupação em delimitar os parâmetros para apuração do dano material, frequentemente estabelecida pela média de faturamento do vendedor em períodos anteriores à suspensão, como meio de assegurar uma reparação proporcional e objetiva ao prejuízo suportado.

Ao longo dos julgados, nota-se que o tribunal se debruça na análise da adequação probatória apresentada pelo vendedor para comprovar o prejuízo econômico direto, reafirmando o dever de fundamentação no direito à reparação integral. Em situações onde há ausência de provas concretas ou elementos que sustentem a perda de receitas de forma razoável e verificável, o TJSP opta pela exclusão da indenização de lucros cessantes, atendendo ao entendimento doutrinário de que a reparação deve se basear em um “juízo de probabilidade” e razoabilidade no curso normal dos negócios, conforme estabelece Cavalieri Filho (2012, p. 79-80).

Dessa forma, os julgados não apenas aplicam o conceito de lucros cessantes em sintonia com os parâmetros legais, mas também refletem a complexidade do tema e a necessidade de comprovação robusta e criteriosa por parte dos vendedores, de modo a evitar suposições ou compensações que excedam a razoabilidade.

4.3.2. Danos Morais

O dano moral para pessoas jurídicas é interpretado exclusivamente sob o aspecto da honra objetiva, ou seja, o reflexo da empresa no mercado e perante o público. A honra objetiva se refere à reputação, à credibilidade e à imagem que a empresa sustenta, valores essenciais para o sucesso da sua atividade comercial. Diferente do dano moral para pessoas físicas, que está geralmente associado ao sofrimento ou ao abalo psicológico, o dano moral da pessoa jurídica não se relaciona com aspectos emocionais, mas com os efeitos que uma prática lesiva pode ter sobre a confiança do mercado e dos consumidores em relação à empresa, conforme entendimento de Sérgio Cavalieri Filho (2012, p. 109)

Ademais, após a Constituição de 1988 a noção do dano moral não mais se restringe à dor, sofrimento, tristeza etc., como se depreende do seu art. Sº-, X, ao estender a sua abrangência a qualquer ataque ao nome ou imagem da pessoa física ou jurídica, com vistas a resguardar a sua credibilidade e respeitabilidade. Pode-se, então, dizer que, em sua concepção atual, honra é o conjunto de predicados ou condições de uma pessoa, física ou jurídica, que lhe conferem consideração e credibilidade social; é o valor moral e social da pessoa que a lei protege ameaçando de sanção penal e civil a quem a ofende por palavras ou atos.

[...]

Induvidoso, portanto, que a pessoa jurídica, embora não seja passível de sofrer dano moral em sentido estrito - ofensa à dignidade, por ser esta exclusiva da pessoa

humana -, pode sofrer dano moral em sentido amplo - violação de algum direito da personalidade -, porque é titular de honra objetiva, fazendo jus a indenização sempre que seu bom nome, credibilidade ou imagem forem atingidos por algum ato lícito.

Esse entendimento é amparado no artigo 52 do Código Civil (Brasil, 2002) e na Súmula 227 do Superior Tribunal de Justiça (STJ) (Brasil, 1999), que prevê expressamente a possibilidade de pessoas jurídicas obterem reparação por danos morais decorrentes de lesão à sua honra objetiva. Nos casos envolvendo plataformas de marketplace, a jurisprudência do TJSP busca interpretar, com vistas nessa linha, as circunstâncias que justificam, ou não a indenização por danos morais em razão de bloqueios de contas e remoção de anúncios considerados arbitrários.

Dos nove julgados analisados, 7 concedem danos morais e 2 não, conforme ilustrado estatisticamente no gráfico abaixo.

No contexto da relação entre vendedores e plataformas digitais, os artigos 186 e 927 do Código Civil (Brasil, 2002) são os principais fundamentos legais para a responsabilidade civil das plataformas quando suas ações causam danos aos vendedores. Tais artigos estabelecem que o dever de indenizar decorre de um ato ilícito que gere prejuízo a terceiro, seja ele patrimonial ou extrapatrimonial, como ocorre no caso da lesão à honra objetiva.

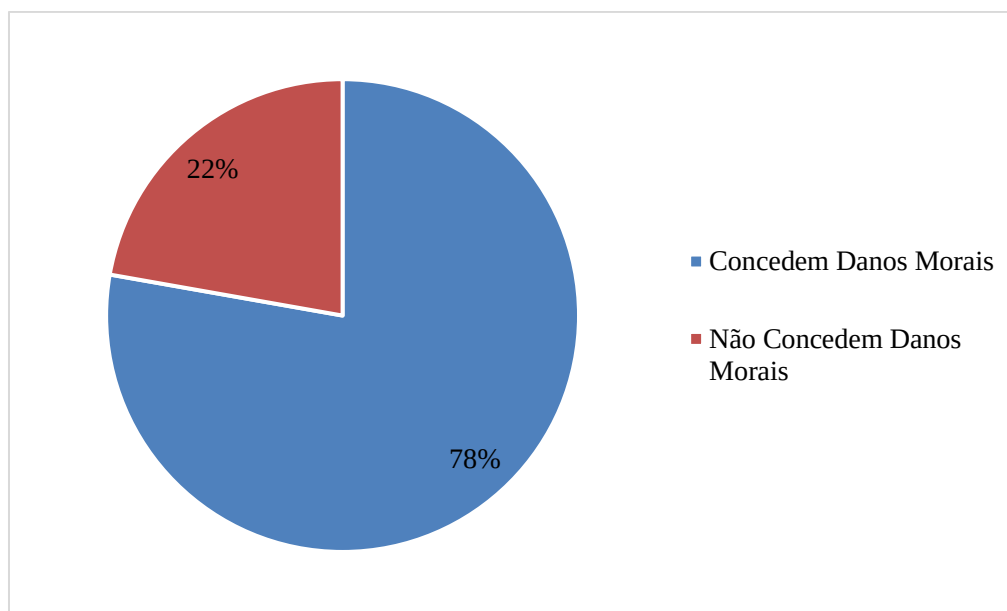
Nos julgados do TJSP, observa-se que o dano moral é aplicado quando o tribunal verifica que a atuação da plataforma impacta negativamente a imagem e a confiabilidade do vendedor, afetando sua posição no mercado e, assim, sua relação com clientes e parceiros. Sérgio Cavalieri Filho (2012, p. 108) descreve o dano moral para pessoas jurídicas como aquele que afeta “o bom nome, a imagem, a reputação, o sigilo de correspondência etc.”, conceitos que se alinham perfeitamente aos casos em que o bloqueio da conta de um vendedor o priva de exercer sua atividade de forma transparente e contínua, gerando desconfiança entre os consumidores.

No contexto da relação entre vendedores e plataformas digitais, os artigos 186 e 927 do Código Civil (Brasil, 2002) são os principais fundamentos legais para a responsabilidade civil das plataformas quando suas ações causam danos aos vendedores. Tais artigos estabelecem que o dever de indenizar decorre de um ato ilícito que gere prejuízo a terceiro, seja ele patrimonial ou extrapatrimonial, como ocorre no caso da lesão à honra objetiva.

Nos julgados do TJSP, observa-se que o dano moral é aplicado quando o tribunal verifica que a atuação da plataforma impacta negativamente a imagem e a confiabilidade do vendedor, afetando sua posição no mercado e, assim, sua relação com clientes e parceiros. Sérgio Cavalieri Filho (2012, p. 108) descreve o dano moral para pessoas jurídicas como

aquele que afeta “o bom nome, a imagem, a reputação, o sigilo de correspondência etc.”, conceitos que se alinham perfeitamente aos casos em que o bloqueio da conta de um vendedor o priva de exercer sua atividade de forma transparente e contínua, gerando desconfiança entre os consumidores.

Gráfico 6 – Danos Morais



Fonte: elaborado pelo autor (2024)

Os acórdãos do TJSP mostram que o dever de indenizar por danos morais está atrelado a critérios como a gravidade do impacto reputacional das empresas dentro da plataforma, o tempo de suspensão e a falta de justificativa fundamentada da plataforma ao aplicar a sanção. No caso da, por exemplo, da Apelação Cível nº 1015117-20.2021.8.26.0344 (São Paulo, 2024g), o tribunal analisou a suspensão de uma conta de vendedor que fora motivada por uma denúncia de terceiros que não foi apurada adequadamente pela plataforma, observando que a denúncia acerca da suposta venda de produtos falsos, sem qualquer prova, ensejou dano à honra objetiva.

Novamente analisando o caso da Apelação Cível nº 1017506-86.2021.8.26.0405 (São Paulo, 2023k), o tribunal condenou a plataforma a indenizar o autor em R\$ 10.000,00, após verificar que o bloqueio abalou a sua imagem em relação ao mercado, tendo em vista que a plataforma representava um meio importante para a divulgação de sua atividade comercial. Destacou, além disso, que o ônus da prova da violação à honra objetiva é da pessoa jurídica que sofreu o dano, fato que a autora não se desincumbiu.

A análise da jurisprudência mostra que o TJSP também leva em consideração o impacto efetivo da suspensão sobre a operação e imagem do vendedor, negando a reparação

quando o dano à honra objetiva não é comprovado de maneira substancial. Tomando de exemplo o processo nº 1005292-39.2021.8.26.0704 (São Paulo, 2022a), o tribunal entendeu que, embora o bloqueio tenha sido indevido, o autor conseguiu manter suas vendas de maneira consistente em outras plataformas, o que mitigou o impacto da suspensão sobre sua reputação. Esse entendimento, segundo o relator. Visa afastar a banalização do dano moral, sob pena de desfiguração do instituto. Essa decisão indica que, para que se configure a lesão à honra objetiva, é necessário provar que a atuação da plataforma teve um reflexo direto e negativo na percepção do público, comprometendo a confiança dos consumidores e a continuidade das atividades comerciais do vendedor.

A Apelação Cível nº 1105392-34.2022.8.26.0100 (São Paulo, 2023q) segue o mesmo raciocínio ao considerar que, embora o bloqueio tenha gerado transtornos, não houve comprovação de danos reputacionais que justificassem a indenização por dano moral. O tribunal afirmou que, para caracterizar o dano à honra objetiva, não basta a simples existência de um bloqueio indevido, mas é necessário que o ato cause uma consequência direta e prejudicial à imagem e à operação do vendedor no mercado.

A decisão enfatizou que, embora a medida punitiva seja questionável, a reparação por danos morais deve ser limitada a situações em que o dano é evidente e expressivo, afastando-se de uma mera suposição de impacto. Aqui, o TJSP reforça a interpretação cautelosa do instituto do dano moral, evitando sua banalização e garantindo que apenas casos de abalo substancial à honra objetiva sejam passíveis de compensação judicial. A esse respeito, cabe citar o entendimento de Fabio Ulhoa Filho (2020, local. 243 e 248), que se utiliza do critério da lesão à honra e psicológico da pessoa natural para verificar a existência de dano moral à pessoa jurídica, bem como a crítica a banalização deste instituto:

Para saber se uma determinada pessoa jurídica é credora de danos morais, o critério é simples. Abstrai-se sua condição de sujeito de direito não humano e a substitui por um homem ou mulher.

Se desta simulação resultar que pessoa física, posta na mesma situação da jurídica, experimentaria dor suscetível de compensação, então não há razões para negá-la. Caso contrário, a pessoa jurídica não é credora dos danos morais.

[...]

O primeiro cuidado do juiz, no julgamento de ações em que é pleiteada indenização por danos morais, deve ser o de não banalizar a dor. Destina-se o instituto a atender àquelas pessoas atingidas por acidentes ou atos ilícitos que lhe causaram profundo sofrimento. Se os sentimentos experimentados não se caracterizam como uma dor tormentosa, excepcional, significativa, não é o caso de fixar indenização por danos morais.

Sobre *quantum* das indenizações, o TJSP adota o entendimento majoritário da doutrina e da jurisprudência brasileira, que, segundo Flávio Tartuce (2023, p. 394):

[...] a indenização por dano moral está revestida de um caráter principal reparatório e de um caráter pedagógico ou disciplinador acessório, visando a coibir novas condutas. Assim, haveria um caráter misto na indenização imaterial. [...] Contudo, ressalve-se que o caráter acessório somente existirá, se estiver acompanhado do principal, não podendo subsistir por si só. Essa tese tem prevalecido na doutrina e na jurisprudência nacional, na minha visão doutrinária, e a ela se filia.

Dessa forma, o tribunal utiliza o valor da indenização para compensar o dano à imagem do vendedor, além de reforçar a importância de práticas comerciais transparentes e justas por parte das plataformas. Essa postura visa garantir um equilíbrio entre o direito do vendedor à imagem e a autonomia das plataformas para exercerem seu poder regulatório, desde que de maneira fundamentada.

Em resumo, os julgados do TJSP refletem uma interpretação equilibrada sobre a concessão de danos morais aos *sellers* em casos de bloqueio arbitrário de contas nos *marketplaces*. A corte avalia o real impacto na reputação do vendedor e exige que o dano à honra objetiva seja substancial e comprovado, aplicando este instituto apenas quando há lesão é clara e relevante à imagem. A corte busca, também, garantir que a aplicação do dano moral sirva tanto para compensar o vendedor lesado quanto para promover um ambiente de negócios respeitoso e livre de práticas abusivas, e além disso, garantir que não haja a banalização do dano extrapatrimonial.

4.4. Abusividade da Conduta X Violação dos Termos de Uso

O Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo (TJSP) é frequentemente chamado a se posicionar sobre a validade dos bloqueios de contas e remoções de anúncios em *marketplaces*, com foco na análise da conformidade dessas ações com os princípios legais e contratuais. A questão central é se essas medidas podem ser consideradas um exercício regular de direito, respaldado pelos termos de uso, ou se configuram abuso de direito, passível de reversão e, em certos casos, indenização. Nesse sentido, foram analisados todos os 41 acórdãos para verificar os principais aspectos das decisões envolvendo este assunto, que serão apontados por meio de exemplos a frente.

Para determinar a legitimidade das sanções, o tribunal analisa uma série de pontos que incluem transparência, proporcionalidade, oportunidade de defesa, fundamentação probatória e a observância de princípios contratuais como a boa-fé objetiva e a função social do contrato. Uma das primeiras exigências que o TJSP observa é a transparência na comunicação entre a

plataforma e o vendedor. A transparência é um elemento fundamental nas relações contratuais, especialmente em contratos de adesão, onde uma das partes tem um poder significativamente maior de ditar as condições. O tribunal exige que as plataformas informem claramente as razões pelas quais uma conta foi bloqueada ou um anúncio foi removido, com uma comunicação eficaz, precisa e detalhada para que o vendedor compreenda as motivações por trás da sanção, sendo que a sua ausência pode levar à conclusão de que a plataforma agiu de forma arbitrária, o que fere os princípios de lealdade e previsibilidade que norteiam a boa-fé objetiva.

O princípio da boa-fé objetiva um dos pilares na análise dessas disputas, impondo o dever de ambas as partes agir com lealdade e transparência, surgindo como uma obrigação legal que rege todas as etapas do contrato, desde a sua formação até a sua execução. No contexto dos *marketplaces*, esse princípio significa que as plataformas devem agir de forma previsível, sem surpreender os vendedores com sanções imprevistas ou arbitrárias, vedando a aplicação uma sanção sem fornecer ao vendedor informações suficientes para entender as razões de sua decisão, isso pode configurar uma violação da boa-fé objetiva, justificando a revisão da medida pelo tribunal.

A proporcionalidade das sanções é outro ponto fundamental considerado no julgamento, com a avaliação se a medida adotada pela plataforma foi adequada e proporcional à infração alegada. Em outras palavras, um bloqueio de conta total e permanente pode ser considerado desproporcional se a infração for menor ou se houver outras formas menos danosas de resolver a questão, exigindo-se que a resposta da plataforma seja equilibrada e que considere não apenas a proteção de seus interesses e de terceiros, mas também o impacto que a medida terá na atividade comercial do vendedor.

O TJSP também sopesa a oportunidade de defesa oferecida ao vendedor, tendo em vista que um dos princípios fundamentais do direito brasileiro é o direito ao contraditório e à ampla defesa, garantido pelo artigo 5º, inciso LV, da Constituição Federal (Brasil, 1988). Embora tal preceito geralmente aplicado em processos judiciais e administrativos, sua influência se estende para as relações privadas, especialmente em contextos onde uma das partes pode impor sanções que impactam diretamente os direitos da outra, conforme lecionam Silva e Barros (2022, local. 12):

Comum ao que se denomina como Estado Moderno, os movimentos de constitucionalização geraram uma crescente participação ativa da sociedade no efetivo exercício do poder e os avanços sociais elevaram sobremaneira a complexidade das relações privadas, resultando em profunda mudança no quadro de outrora, vez que às violações aos direitos fundamentais não mais se limitam ao

Estado e avançam para os setores da própria sociedade. Tendo como exemplo, grande parcela desse “poder social” pertence às grandes corporações, indústrias e instituições financeiras.

(...)

Conforme já exposto, é reconhecido o efeito horizontal dos direitos fundamentais, de modo que as relações privadas, inclusive aquelas desenvolvidas no ambiente digital, também devem observar referidas normas constitucionais.

Ocorre que não é raro observar que cotidianamente podemos identificar violação de tais preceitos pelos provedores em geral. Nas mais diversas áreas da vida, frequentemente nos deparamos com violações de direitos fundamentais por tais empresas.

Apenas a título exemplificativo, passamos a elencar algumas infrações comuns que são, diuturnamente, enfrentadas pelo Poder Judiciário brasileiro, quando procurado pelos usuários

Um caso clássico ocorre com motoristas de aplicativos de mobilidade urbana. Quando ocorre alguma violação dos termos de uso, cuja natureza jurídica é de contrato de adesão e, portanto, vinculam a iniciativa das partes, há o inescapável descredenciamento do motorista. É comum, no entanto, que tais credenciamentos encontrem fundamento legal e contratual para ocorrer, no entanto, ainda mais frequente que os provedores de aplicação não forneçam as razões de tal medida e, nem tampouco, permitem o exercício do contraditório e ampla defesa ao indivíduo descredenciado.

No caso dos *marketplaces*, o TJSP espera que as plataformas ofereçam aos vendedores a chance de apresentar suas próprias provas e argumentos antes de aplicar penalidades severas, como o bloqueio de contas ou a remoção de anúncios, com a observação do oferecimento de mecanismos de apelação ou revisão das sanções. Quando uma plataforma permite que o vendedor conteste a decisão e fornece um canal eficiente para a revisão das sanções, aumenta-se a legitimidade da medida aplicada, sendo que a ausência de tal mecanismo pode ser vista como uma falha no processo e contribuir para que o tribunal considere a sanção abusiva.

A fundamentação probatória é um critério que as plataformas devem usar para justificar o bloqueio de uma conta, com a apresentação de evidências robustas que comprovem a alegada violação dos termos de uso, sendo que alegações genéricas ou sem suporte documental são insuficientes para validar sanções que afetam diretamente a viabilidade do negócio de um vendedor. O tribunal exige que as plataformas sejam capazes de demonstrar, com documentação ou registros concretos, que a infração ocorreu.

Outro aspecto de destaque é a função social do contrato, princípio essencial previsto no artigo 421 do Código Civil, que busca garantir que as relações contratuais sejam justas e atendam aos interesses das partes envolvidas, além de respeitar a ordem pública e os valores sociais. A respeito deste princípio, são feitas importantes considerações por Flávio Tartuce (2024, p. 60, 72):

[...] os contratos devem ser interpretados de acordo com a concepção do meio social onde estão inseridos, não trazendo onerosidade excessiva às partes contratantes,

garantindo que a igualdade entre elas seja respeitada, mantendo a justiça contratual e equilibrando a relação onde houver a preponderância da situação de um dos contratantes sobre a do outro.

[...]

O controle do julgador também deve ser maior caso haja um contrato de adesão, mesmo que celebrado entre empresários, por força do art. 424 do CC/2002, que estabelece a nulidade de qualquer cláusula que implique a renúncia do aderente a direito resultante da natureza do negócio.

[...]

A função social dos contratos pode ser conceituada como um princípio contratual, de ordem pública, pelo qual o contrato deve ser, necessariamente, visualizado e interpretado de acordo com o contexto da sociedade

Além desses pontos, o tribunal observa a necessidade de que a conduta da plataforma seja consistente com os princípios de previsibilidade e confiança. A previsibilidade implica que as regras e os procedimentos aplicados pelas plataformas sejam claros e conhecidos pelos vendedores, permitindo que estes se preparem e ajam em conformidade com as expectativas contratuais. A confiança, por sua vez, é um elemento que sustenta a relação entre as partes, garantindo que o vendedor tenha segurança de que as sanções serão aplicadas de forma justa e justificável.

Para que o TJSP considere legítima a medida de bloqueio de contas, a plataforma deve agir, então, de forma transparente, proporcional, e fundamentada, oferecendo ao vendedor a oportunidade de defesa e respeitando a função social do contrato e a boa-fé objetiva. Esses elementos são essenciais para garantir que as ações das plataformas sejam vistas como um exercício regular de direito e não como práticas abusivas.

4.4.1. Casos Favoráveis ao Desbloqueio

A análise dos acórdãos do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo (TJSP) evidencia uma série de julgados em que o tribunal decidiu pelo desbloqueio de contas em marketplaces, com base em uma abordagem detalhada que considera aspectos legais e fáticos específicos. As decisões favoráveis ao desbloqueio focam em garantir que os princípios jurídicos fundamentais, como a transparência, a proporcionalidade e o contraditório, sejam observados pelas plataformas.

No processo nº 1000654-16.2021.8.26.0072 (São Paulo, 2023n), o TJSP determinou o desbloqueio da conta de sob a visão de que a punição adotada foi desproporcional e mal fundamentada. De um lado, a alegação do bloqueio se baseava na suposta violação dos termos de uso, no entanto, a corte considerou as provas apresentadas como genéricas, como, por exemplo, capturas de tela do próprio sistema do *marketplace*, além de não haver a indicação

clara da infração cometida pelo autor. O tribunal entendeu que a falta de evidências específicas e a ausência de uma explicação convincente configuraram um abuso de direito. O relator enfatizou que o ônus da prova recai sobre a plataforma, que deve demonstrar de forma inequívoca a justificativa para a aplicação de uma sanção tão severa.

No contexto do processo nº 1092711-37.2019.8.26.0100 (São Paulo, 2023h), o tribunal destacou a importância da proporcionalidade. Nesse caso, a infração atribuída ao vendedor era de baixa gravidade, e a sanção aplicada pela plataforma foi considerada desproporcional ao impacto da alegada violação. O tribunal decidiu que o bloqueio completo da conta representava uma medida excessiva e que, em tais circunstâncias, sanções alternativas deveriam ser consideradas antes de optar pelo bloqueio. Essa decisão reforçou a aplicação do princípio da proporcionalidade, que exige que a punição seja condizente com a natureza da infração:

O que se coloca em realce é que ao cometer tal ilícito civil, o corréu Mercado Livre necessariamente deveria dimensionar a regularidade da conduta da parte autora nos outros 9.853 anúncios, que vem trazendo benefícios econômicos para todos, partes do contrato, clientes e, num sentido macro, até a economia do país. Mas, aqui, denota-se o provável motivo dessa falta de razoabilidade e proporcionalidade na conduta do corréu Mercado Livre.

[...]

À luz dessas considerações, conclui-se que a conduta do réu de efetuar o bloqueio de 9.853 anúncios da parte autora é absolutamente desproporcional diante da apontada contrafação em apenas 01 deles. Trata-se de abuso de direito, ilícito civil (CC, art. 187) (São Paulo, 2023h).

Além disso, são feitas inúmeras críticas ao BPP do Meli, como, por exemplo, a ausência de possibilidade de defesa perante a plataforma, a negligência de permitir denúncias e bloqueios unilaterais sem fundamentação por parte do denunciante:

É que ele mesmo esclarece em defesa que os aderentes do denominado “Programa de Proteção à Propriedade Intelectual” (PPPI) do Mercado Livre tem a prerrogativa de efetuar denúncia de falsificações de produtos de que ostentem a propriedade intelectual, bem assim apreciar as justificativas apresentadas pelos acusados e, por fim, decidir pela desabilitação desse usuário em caso de conclusão da prática de contrafação. Tudo, sem qualquer ingerência do corréu Mercado Livre, como se não consistisse em parte interessada e juridicamente vinculada da cadeia de consumo em questão.

Ao que se denota, o corréu Mercado Livre simplesmente terceiriza ao próprio denunciante a resolução desses casos de denúncia de falsificação, outorgando ao principal interessado o direito total de decidir a respeito da ocorrência, ou não, de contrafação.

Assim, o corréu ML “lava as mãos” da situação de seus parceiros comerciais em situações do tipo. Ignorando que de todo o notoriamente expressivo bônus resultante de sua atividade comercial, devem resultar os ônus correspondentes. (São Paulo, 2023h)

O processo nº 1009305-16.2022.8.26.0100 (São Paulo, 2022d) trouxe à tona a importância da fundamentação probatória em casos de bloqueio de contas. Nesse julgamento, a plataforma justificou a suspensão com base em “condutas suspeitas” do *seller*, mas não apresentou documentação suficiente para comprovar as alegações de violação e, aliado a isto, foram apresentadas justificativas contraditórias no âmbito judicial e extrajudicial. O TJSP enfatizou que provas superficiais ou não corroboradas com dados concretos não podem sustentar uma medida tão drástica como o bloqueio de uma conta. O tribunal determinou o desbloqueio da conta do vendedor, ressaltando que a aplicação de sanções deve estar apoiada em provas consistentes e devidamente apresentadas.

Além disso, o processo nº 1105392-34.2022.8.26.0100 (São Paulo, 2023q) tratou de uma situação em que o vendedor foi impedido de acessar sua conta após uma denúncia de venda de produtos supostamente falsificados. O TJSP, ao analisar a questão, concluiu que a plataforma, mesmo após o denunciante não responder a defesa do vendedor, manteve o bloqueio da conta. Destaca-se, ademais, o fato de o *marketplace* ter sido incapaz de comprovar que a denúncia realizada era, de fato, do titular da propriedade intelectual do produto denunciado, fato importante para a análise do caso, tendo em vista que o comerciante buscava a regularização do anúncio:

Ao revés, a empresa ré se ateve a tecer alegações genéricas e inespecíficas, deixando de indicar concretamente qual foi a conduta ou publicação da empresa autora que teria violado a proteção aos direitos de terceiros de propriedade intelectual. Por sua vez, a empresa autora comprovou o fato de que ambas as marcas controvertidas são de sua titularidade, conforme documentos de fls. 41/44.

Insta salientar, também, que nem mesmo o teor da denúncia formulada pelo terceiro foi devidamente disponibilizada, havendo somente uma comunicação do suposto proprietário dos direitos afirmando que não havia autorização do vendedor para comercializar ou vender seus produtos, mensagem esta que sequer foi enviada do e-mail institucional de outra companhia (“tuny436@163.com” e “shipingsh@163.com” fls. 48 e 51 (São Paulo, 2023q).

Outro caso em que o denunciante retirou a denúncia e mesmo assim o bloqueio se manteve foi a apelação cível nº 1068815-91.2021.8.26.0100 (São Paulo, 2023b). No caso a Garena (denunciante), fez uma denúncia que foi posteriormente retirada em virtude do envio de documentações pelo vendedor, que comunicando a plataforma sobre o fato, que se negou a reativar a conta. A decisão destaca as ações contraditórias do Meli:

Patente a falha na prestação de serviços das Rés, que receberam a manifestação da empresa Garena para “reativar” os anúncios do Autor, deixando clara que pretendia a “remoção das reclamações” e a “remoção das denúncias”.

Ora, se as próprias Rés afirmaram que acatam a decisão da empresa denunciante, que se manifestou claramente pela reativação dos anúncios e remoção da denúncia, não há justificativa para o bloqueio da conta do Autor.

Se a própria denunciante Garena pediu para reativar os anúncios do Autor e comunicou que removia a denúncia, não houve violação do Autor aos termos da plataforma Mercado Livre.

Repita-se que, se tivessem as Rés aguardado a defesa do Autor e a manifestação da denunciante Garena antes de proceder ao bloqueio da conta do Autor, evitariam o transtorno e prejuízo do Autor, que se utiliza da plataforma Mercado Livre para efetuar a suas vendas (São Paulo, 2023b).

Por fim, o processo nº 1139970-86.2023.8.26.0100 (São Paulo, 2024k) que tratou sobre o princípio de exaurimento da marca no caso de venda de produtos usados necessidade de revisão das decisões de bloqueio pela própria plataforma. O julgado cita, inclusive, uma jurisprudência do STJ, o Resp 1.383.354/SP (Brasil, 2013), que se trata de caso análogo, envolvendo, também, o bloqueio de um *seller* pela venda de um produto usado no Mercado Livre.

4.4.2. Casos Desfavoráveis ao Desbloqueio

As decisões do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo (TJSP) que mantêm os bloqueios de contas em *marketplaces* refletem a aplicação rigorosa de princípios contratuais, de boa-fé e de exercício regular de direito. Esses julgados são caracterizados por uma análise de mérito dos fundamentos apresentados pelas plataformas e vendedores, a conformidade com os termos de uso e a proteção do ambiente digital e dos consumidores. A seguir, serão explorados os principais casos em que o tribunal decidiu pela manutenção das sanções, com destaque para os argumentos e as evidências consideradas.

No processo nº 1033715-41.2022.8.26.0100 (São Paulo, 2024d), o TJSP decidiu manter o bloqueio de uma conta de vendedor sob a alegação de comercialização de produtos falsificados. A plataforma apresentou provas consistentes, incluindo uma análise detalhada de múltiplas reclamações de consumidores e relatórios internos de monitoramento de produtos que indicavam uma potencial violação de propriedade intelectual. Foi dada a oportunidade pela Amazon da regularização dos anúncios denunciados, bem como a documentação pertinente para comprovar a autenticidade dos produtos vendidos, o que não aconteceu. O relator do caso, então, afirmou que a conduta da plataforma não foi abusiva, tendo em vista o correto procedimento adotado pela plataforma.

A decisão no processo nº 1030002-79.2023.8.26.0405 (São Paulo, 2024k) é igualmente significativa, pois abordou a questão do cumprimento das políticas de autenticidade e verificação de produtos. O TJSP considerou que o vendedor não conseguiu refutar as denúncias de violação dos direitos de propriedade intelectual apresentadas por

terceiros à plataforma. Destacou-se que a plataforma, ao agir para proteger os direitos dos detentores de propriedade intelectual, estava agindo no exercício regular de direito, sendo que o vendedor foi informado repetidamente sobre as suspeitas de violação e teve a oportunidade de fornecer documentos para esclarecer a situação, mas não o fez de forma satisfatória.

No processo nº 1001236-92.2022.8.26.0100 (São Paulo, 2023i), a plataforma conseguiu demonstrar, com provas detalhadas, que o vendedor realizava práticas enganosas, como a omissão de informações cruciais sobre os produtos vendidos. Trata-se de venda de peças de reposição paralelas para brinquedos da marca “Lego” em que o vendedor não deixou expressamente no anúncio o fato das peças não serem originais da marca e sim compatíveis com terceiros, fato que viola expressamente os termos de uso do Meli:

Além disso, da leitura da diretriz da p. 04 é possível perceber a finalidade da proibição da utilização dos termos “semelhantes” ou “tipo” é impedir a venda de similares ou imitações de produtos que sejam legalmente protegidos em decorrência do direito de propriedade intelectual. E é notório que as mercadorias comercializadas pelo autor (p. 25/28) não são brinquedos que somente complementam o uso dos famosos blocos de montar, mas sim que se assemelham àqueles comercializados pela marca “LEGO”.

Inclusive, há provas de que a “LEGO” apontou diversos anúncios do autor como violações a direitos de propriedade industrial (p. 185/186). Ademais, os documentos de p. 33/34 e 187/188 comprovam que o autor foi comunicado das violações e de que tinha um prazo de 04 dias para demonstrar que suas publicações não infringiam os direitos da denunciante. (São Paulo, 2023i)

O processo nº 1027883-27.2022.8.26.0100 (São Paulo, 2023l) foi um exemplo de como o tribunal apresenta um posicionamento completamente divergente em alguns casos. Nesse contexto, o tribunal entendeu que a plataforma não tem o dever de analisar o mérito da denúncia, tendo em vista que não tem a *expertise* necessária para realizar esse papel. Assim, caso discordasse da denúncia teria que mover ação contra o próprio denunciante e não contra o *marketplace*. A decisão enfatizou que o vendedor, ao aderir aos termos de uso, aceitou as condições que permitiam o bloqueio em casos de denúncia, tendo considerado que a plataforma seguiu os procedimentos previstos, o que validou a manutenção da sanção:

A apelante é que pode se voltar contra o denunciante em sede própria para demonstrar que não violou a propriedade intelectual, que a denúncia foi fruto de concorrente inescrupuloso que, se assim ocorreu, tal se deu com expressa violação do programa denominado “Brand Protection Program” (BPP), canal gratuito desenvolvido e custeado pelo Mercado Livre que tem como objetivo “disponibilizar uma ferramenta que possibilita que terceiros titulares de direitos de Propriedade Intelectual que se sintam lesados por anúncios que eventualmente violem tais direitos possam requerer a notificação e a remoção de determinado(s) anúncio(s).

Tal situação está amparada nas condições de uso das plataformas e seus anexos, de forma que a apelante, ao aderir a elas, deve-lhes obediência. (São Paulo, 2023l)

No processo nº 1091955-23.2022.8.26.0100 (São Paulo, 2023m), o tribunal reforçou a importância de manter a integridade e a conformidade das operações na plataforma, com a

identificação da procedência e qualidade dos produtos. Com o número elevado de reclamações acerca de um controle remoto com características contraditórias e com notas fiscais sem a correta especificação, a plataforma realizou o bloqueio para a preservação de sua imagem e em respeito à sua política antifalsificação. A decisão destacou, inclusive, que o fornecedor do controle remoto possuía endereço em local que não aparentava se tratar de comércio, que não havia indicação de marca e que sequer era possível a identificação da marca, violando as políticas de propriedade intelectual do *marketplace*.

Esses exemplos ilustram como o TJSP aplica uma análise detalhada dos fatos e das provas apresentadas pelas plataformas para decidir pela manutenção de bloqueios de contas. A corte reconhece a necessidade de proteger a integridade do ambiente digital e os direitos dos consumidores, mantendo a legitimidade das sanções desde que estas sejam fundamentadas em evidências sólidas e aplicadas de forma proporcional. A análise dos casos demonstra que o TJSP valoriza a clareza dos procedimentos adotados pelas plataformas e a aderência às regras pactuadas nos termos de uso.

5. PADRÕES JURISPRUDENCIAIS IDENTIFICADOS E TENDÊNCIAS NO TJ-SP

O estudo das decisões do Tribunal de Justiça de São Paulo (TJ-SP) revela padrões jurisprudenciais que ajudam a delinear os entendimentos predominantes acerca dos bloqueios de contas em marketplaces e as nuances de como a responsabilidade civil é aplicada nesses casos. As decisões mostram que, embora haja convergências em determinados aspectos, como a aplicação da responsabilidade objetiva, também existem divergências e inovações em relação à forma como o tribunal aborda as questões de propriedade intelectual e a proteção dos direitos dos vendedores.

Um dos poucos elementos consolidados que se destacam nas decisões do TJ-SP é a ônus probatório das partes dos processos, tanto da plataforma nos motivos que embasaram a sua conduta quanto do vendedor em provar que não cometeu infração. O processo nº 1068815-91.2021.8.26.0100 (São Paulo, 2023b) é um exemplo emblemático dessa consolidação, sendo que, na análise do caso, o tribunal, ao analisar o caso, destacou que a plataforma agiu de maneira desproporcional ao aplicar o bloqueio de uma conta sem apresentar provas suficientemente robustas. O relator observou que, embora as plataformas tenham o direito de adotar medidas de proteção em seus ambientes digitais, essas medidas devem ser justificadas por evidências concretas e suficientes para não incorrer em abuso de direito. Essa decisão reforçou que o bloqueio de contas, por ser uma medida drástica, exige uma fundamentação sólida que respalde a ação e que, na ausência de tal fundamentação, a plataforma pode ser responsabilizada objetivamente.

É pacífico, além disso, que as plataformas têm o direito de excluir e/ou sancionar os seus parceiros comerciais. Nos casos analisados não se discute esse direito, como bem apontado em vários acórdãos, e sim a proporcionalidade, razoabilidade e veracidade das alegações e denúncias relativos à propriedade intelectual, com a verificação se houve ou não o abuso de direito e se há o dever de indenizar.

O tribunal tem reiterado em suas decisões que a concessão de danos morais depende da prova de lesão à honra objetiva, que prejudique a imagem da pessoa jurídica perante o mercado consumidor. Caso não haja evidência de tal lesão à honra, o dano moral é afastado, assim como os lucros cessantes no caso de não haver comprovação clara do que efetivamente se deixou de lucrar.

5.1. Divergências Jurisprudenciais

O TJ-SP apresenta duas correntes principais de entendimento sobre a aplicação do CDC. A primeira corrente, mais restritiva, entende que a relação entre vendedores e *marketplaces* não configura uma relação de consumo e, portanto, afasta a aplicação das normas do CDC. De acordo com essa visão, os vendedores são considerados parceiros comerciais das plataformas, inseridos em uma relação empresarial cujo objetivo é a obtenção de lucro. Assim, essa interpretação entende que as plataformas atuam como facilitadoras do negócio, não como fornecedoras de um serviço destinado ao consumo final, o que implica em uma abordagem mais empresarial e menos protetiva em relação aos vendedores.

Essa perspectiva se baseia na interpretação literal do conceito de consumidor, definido no artigo 2º do CDC como “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final” (Brasil, 1990). No contexto dessa corrente, como o vendedor utiliza a plataforma para fins lucrativos e como parte de sua cadeia produtiva, ele não seria o destinatário final dos serviços da plataforma, e, portanto, não poderia ser considerado um consumidor. Esse entendimento foi seguido em casos como o processo nº 1027883-27.2022.8.26.0100 (São Paulo, 2023l), em que a corte afastou a aplicação do CDC, considerando que a relação entre o vendedor e o *marketplace* era estritamente comercial.

Por outro lado, a segunda corrente de entendimento defende a aplicação do CDC, embasada na teoria finalista mitigada. Essa teoria, aceita em casos específicos pelo Superior Tribunal de Justiça (STJ), permite que a proteção consumerista seja estendida a situações em que o comprador, ainda que não seja tecnicamente o destinatário final, esteja em posição de vulnerabilidade frente ao fornecedor. Essa abordagem busca reconhecer a dependência econômica e a desigualdade técnica e informacional entre os pequenos e médios vendedores e as grandes plataformas, argumentando que, nesses casos, o vendedor merece a proteção do CDC.

Essa corrente do TJ-SP é vista em decisões que ressaltam a necessidade de proteger os vendedores que dependem de *marketplaces* para sua sobrevivência econômica. Em julgados dessa natureza, a corte adota uma interpretação que visa equilibrar o poder das plataformas e a proteção dos direitos dos vendedores, reconhecendo a responsabilidade objetiva dos *marketplaces*. A aplicação do CDC, nesses casos, justifica-se pela posição de hipossuficiência dos vendedores, que muitas vezes estão sujeitos às políticas unilaterais e às decisões automáticas das plataformas, sem direito ao contraditório ou à ampla defesa.

A questão do dever de indenizar também é marcada por divergências substanciais no TJ-SP, refletindo a falta de pacificação sobre quais são as condições em que a responsabilidade civil das plataformas deve ser aplicada. Em alguns julgados, o tribunal

reconhece o dever de indenizar, entendendo que a plataforma, ao realizar bloqueios sem uma justificativa clara e comprovada, pratica um abuso de direito, devendo responder por danos materiais e morais.

No entanto, há decisões que mitigam essa responsabilidade, considerando que o exercício regular de direito por parte da plataforma pode ser suficiente para afastar o dever de indenização, especialmente quando ela age com base em denúncias de violação de propriedade intelectual ou em conformidade com seus termos de uso. Essa linha de entendimento argumenta que, se a plataforma adotar medidas para proteger seus interesses e os de terceiros com base em uma denúncia ou indícios razoáveis, a responsabilidade pode ser afastada, desde que não haja abuso ou falha grosseira.

O TJ-SP, em sua maioria, tem oscilado entre reconhecer o dever de indenizar nos casos em que as provas da plataforma são insuficientes e negar essa responsabilidade quando há indícios mínimos que justifiquem a ação tomada. A divergência é ainda mais acentuada quando a questão envolve o desbloqueio de contas, uma medida que, por vezes, esbarra na necessidade de balancear a proteção da integridade das operações da plataforma e os direitos dos vendedores de operar sem interrupções injustificadas.

Nos casos em que o desbloqueio é concedido, o tribunal frequentemente considera elementos como a falta de notificação prévia e a ausência de um processo claro de defesa para os vendedores. Essas decisões enfatizam que a plataforma tem o dever de proporcionar um ambiente comercial justo, onde os vendedores possam ter ciência das acusações e contestar as sanções. Por outro lado, quando o TJ-SP decide pela manutenção do bloqueio, o tribunal geralmente justifica essa posição com base na prerrogativa da plataforma de adotar medidas preventivas e de proteção contra a venda de produtos que possam infringir direitos de terceiros.

5.2. Análise Crítica da Jurisprudência e Perspectivas Futuras

A divergência jurisprudencial sobre a aplicação do CDC e a responsabilidade das plataformas tem implicações significativas para o regime jurídico do *e-commerce*. A falta de pacificação nos entendimentos sobre a aplicação da legislação consumerista, o dever de indenizar e o desbloqueio de contas cria um ambiente de insegurança jurídica para os vendedores e plataformas, que, em muitos casos, ficam à mercê de decisões que podem variar amplamente dependendo do entendimento adotado pela câmara julgadora.

Para o futuro, é esperado o desenvolvimento de critérios mais uniformes e consistentes para os aspectos estudados, tendo em vista o crescimento latente dessa nova forma de fazer comércio. A consolidação de enunciados ou a edição de súmulas sobre o tema poderiam ajudar a unificar os entendimentos e oferecer maior previsibilidade aos envolvidos, bem como, além do âmbito do próprio tribunal, pode o STJ tratar futuramente sobre o tema, estabelecendo uma orientação jurisprudencial mais clara sobre esses assuntos.

Além disso, deduz-se que, mesmo que haja eventual uniformização do entendimento do tribunal, a questão regulatória dos assuntos estudados ainda padece de legislação específica sobre o assunto, o que dificulta a aplicação direta, por exemplo, da inclusão de diretrizes que garantam maior transparência nos processos de sanção aplicados pelas plataformas, especialmente no que tange ao uso de algoritmos e decisões automatizadas, assegurando que haja revisão humana e canais efetivos de contestação para os vendedores. Dessa forma, o TJ-SP enfrenta o desafio de encontrar um ponto de equilíbrio entre a proteção dos direitos de propriedade intelectual e a garantia de que os vendedores possam operar em um ambiente comercial justo e transparente, sem sofrer penalidades indevidas que prejudiquem sua atividade econômica e imagem no mercado.

6. DESAFIOS E PROPOSTAS PARA O APERFEIÇOAMENTO DO REGIME JURÍDICO

O Tribunal de Justiça de São Paulo (TJ-SP) enfrenta dificuldades significativas na pacificação das decisões que envolvem bloqueios de contas em marketplaces e a responsabilidade civil das plataformas, um desafio que reflete a complexidade de conciliar os interesses dos vendedores e das plataformas. O equilíbrio entre o direito das plataformas de proteger seus interesses e de terceiros – como titulares de direitos de propriedade intelectual – e o direito dos vendedores de operarem em um ambiente comercial justo e previsível tem se mostrado uma tarefa desafiadora. Essa complexidade é amplificada pela necessidade de uma análise detalhada caso a caso e pela ausência de uniformidade em questões jurídicas fundamentais.

A falta de consenso sobre a aplicação do Código de Defesa do Consumidor (CDC) em relações envolvendo marketplaces é uma das principais dificuldades enfrentadas pelo tribunal. Existem duas correntes de entendimento que dividem a jurisprudência: uma que adota uma interpretação restritiva, afastando a aplicação do CDC por considerar a relação entre vendedores e plataformas como puramente comercial e empresarial; e outra que defende a aplicação do CDC em razão da vulnerabilidade dos vendedores, amparada na teoria finalista mitigada. Essa corrente busca reconhecer que, mesmo não sendo consumidores finais, os vendedores podem estar em uma posição de dependência econômica e técnica que merece proteção.

A divergência de entendimentos sobre a aplicação do CDC gera insegurança jurídica, pois decisões que variam amplamente conforme a câmara julgadora tornam difícil para as partes preverem as consequências de suas condutas e os resultados de eventuais litígios. A pacificação dessa questão pelo TJ-SP, ou por uma orientação do Superior Tribunal de Justiça (STJ), é essencial para definir claramente quando o CDC deve ou não ser aplicado a essas relações.

Outro ponto de grande relevância é o dever de indenizar, especialmente no que diz respeito à necessidade de comprovação de dolo ou culpa. As decisões do TJ-SP oscilam entre a imposição de responsabilidade objetiva, que não requer prova de culpa, e a responsabilização baseada na culpa, exigindo a demonstração de dolo ou negligência por parte da plataforma. Essa divergência cria um ambiente de incerteza que prejudica tanto vendedores quanto plataformas. A uniformização dos critérios para a aplicação da responsabilidade civil,

seja ela objetiva ou subjetiva, ajudaria a consolidar um entendimento mais claro e consistente sobre as obrigações e direitos de ambas as partes.

Ademais, a análise de bloqueios de contas requer a consideração de diversos fatores, como a proporcionalidade e a razoabilidade das medidas adotadas pelas plataformas. Muitos julgados enfatizam que, embora as plataformas tenham o direito de adotar medidas preventivas para proteger direitos de propriedade intelectual, essas ações devem ser fundamentadas em provas concretas e robustas. Bloqueios injustos, motivados por denúncias insuficientemente apuradas ou pela aplicação automatizada de algoritmos, podem resultar em prejuízos significativos para os vendedores, que muitas vezes dependem exclusivamente dessas plataformas para sua subsistência econômica. A jurisprudência tem sinalizado a necessidade de aprimoramento dos mecanismos de proteção de propriedade intelectual, de forma que sejam implementadas medidas de controle mais eficazes para evitar penalidades desproporcionais.

Para que o regime jurídico que rege as relações entre marketplaces e vendedores seja efetivamente aprimorado, é crucial que as decisões enfatizem a importância de um sistema de contestação eficiente e transparente. Esse sistema deve incluir a revisão humana, especialmente em casos em que decisões automatizadas são utilizadas, assegurando que os vendedores possam se defender de acusações e ter acesso a um processo justo.

O TJ-SP, ao enfrentar esses desafios, precisa conciliar o direito das plataformas de proteger seu ambiente e cumprir obrigações legais com a necessidade de garantir que as práticas adotadas sejam justas e não resultem em abusos. A pacificação do entendimento sobre temas como a aplicação do CDC e a responsabilização por danos morais e materiais trará maior previsibilidade às relações comerciais e permitirá que tanto vendedores quanto plataformas ajustem suas práticas de acordo com parâmetros bem definidos.

Portanto, o desenvolvimento de uma jurisprudência que equilibre os interesses de todos os envolvidos, a partir de uma análise cuidadosa caso a caso e da uniformização de critérios jurídicos, é indispensável para a evolução desse setor. Além disso, a criação de diretrizes que exijam transparência nos procedimentos de sanção, incluindo a necessidade de evidências claras antes da imposição de penalidades e a possibilidade de revisão justa, contribuirá para um mercado mais estável e confiável.

CONCLUSÃO

Retomando o tema, destaca-se que a escolha do objeto de estudo se justificou pela relevância crescente do e-commerce e pela complexidade das relações jurídicas estabelecidas entre plataformas, vendedores e consumidores. A pesquisa buscou compreender como o TJ-SP tem enfrentado os desafios de equilibrar a proteção dos direitos de propriedade intelectual com os direitos dos vendedores de operarem em um ambiente digital justo e previsível.

A presente pesquisa teve como foco central a análise da responsabilidade civil dos marketplaces em casos de violações de propriedade intelectual, a partir das decisões do Tribunal de Justiça de São Paulo (TJ-SP), com o intuito de compreender a complexidade jurídica que envolve esse tema. Ao longo do estudo, foram explorados os fundamentos teóricos e legais da responsabilidade civil, bem como as nuances dos direitos de propriedade intelectual no contexto do comércio eletrônico. Com isso, foi possível traçar um panorama detalhado sobre as dificuldades enfrentadas por vendedores e plataformas, revelando a necessidade de pacificação dos entendimentos jurisprudenciais e de aprimoramento dos mecanismos regulatórios.

O crescimento exponencial do e-commerce e o surgimento de marketplaces como intermediários de transações comerciais trouxeram inúmeros benefícios para consumidores e vendedores, mas também introduziram desafios consideráveis no que tange à proteção dos direitos de propriedade intelectual. As plataformas, que se destacam por oferecerem praticidade e amplo alcance, têm o dever de assegurar que as transações ocorram dentro dos limites legais e éticos, o que inclui a fiscalização de produtos e a aplicação de sanções. No entanto, as práticas adotadas por essas empresas, muitas vezes baseadas em decisões automatizadas e procedimentos opacos, geram questionamentos sobre a sua proporcionalidade e sobre a proteção dos direitos dos vendedores de boa-fé.

A análise jurisprudencial realizada demonstrou que o TJ-SP enfrenta dificuldades significativas para unificar o entendimento sobre a aplicação do Código de Defesa do Consumidor (CDC) às relações entre vendedores e marketplaces. Enquanto uma corrente mais restritiva afasta a aplicação do CDC por considerar que a relação é puramente comercial, outra, alinhada à teoria finalista mitigada, defende que a proteção consumerista pode ser estendida em situações onde há vulnerabilidade técnica, econômica ou informacional dos vendedores em relação às grandes plataformas. Essa falta de consenso resulta em decisões que variam de forma significativa conforme a câmara julgadora e os elementos apresentados em cada caso, gerando um ambiente de insegurança jurídica.

Outro ponto importante abordado foi o tipo de responsabilidade civil aplicada às plataformas, que oscila entre os modelos de responsabilidade subjetiva e objetiva. A responsabilidade subjetiva, que exige a comprovação de dolo ou culpa, é defendida em alguns julgados como uma forma de evitar punições indevidas às plataformas quando agem em conformidade com suas políticas e com base em denúncias razoáveis. Por outro lado, a responsabilidade objetiva, que se baseia na teoria do risco do empreendimento, encontra maior aceitação em casos em que a vulnerabilidade do vendedor é evidente e onde as plataformas falham em apresentar justificativas robustas para bloqueios ou sanções aplicadas.

O estudo também destacou a importância de aprimorar os mecanismos de proteção da propriedade intelectual adotados pelas plataformas de marketplace. A implementação de medidas preventivas é crucial para impedir a venda de produtos falsificados e a violação de direitos autorais, mas essas medidas devem ser equilibradas com a garantia de que vendedores legítimos não sejam penalizados injustamente. A jurisprudência do TJ-SP revelou que, em muitos casos, as plataformas aplicam bloqueios de contas e suspensões de anúncios com base em sistemas automatizados, sem a devida revisão humana ou possibilidade de contestação eficaz. Essa prática pode prejudicar a reputação e a atividade econômica de vendedores que não violaram normas contratuais ou legais, evidenciando a necessidade de maior transparência e justiça nos procedimentos de moderação.

A pesquisa confirmou que muitas decisões consideram que os *marketplaces*, ao desempenharem o papel de intermediários, dever de diligência que vai além da simples remoção de conteúdos denunciados. Elas devem adotar procedimentos que garantam a verificação de denúncias de maneira criteriosa, evitando abusos que possam comprometer a confiança dos vendedores e a estabilidade do mercado digital. É fundamental que o TJ-SP e outros tribunais avancem na consolidação de critérios que delimitem quando as plataformas podem ser responsabilizadas objetivamente e em quais situações é necessária a comprovação de culpa.

O trabalho revelou que a falta de uniformidade nas decisões pode gerar insegurança não apenas para os vendedores, mas também para as plataformas, que ficam sujeitas a interpretações diversas sobre as mesmas questões. A pacificação dos entendimentos sobre a aplicação do CDC, com a necessidade ou não de comprovação de dolo ou culpa e a definição dos limites da responsabilidade das plataformas são medidas indispensáveis para a construção de um ambiente mais previsível e justo. Essas medidas poderão contribuir para que os *marketplaces* aprimorem suas políticas de PI, adotem práticas mais transparentes e desenvolvam mecanismos de contestação que incluam revisão humana e acesso facilitado a

recursos de defesa, sendo certo que, se isso ocorresse, seria mais fácil haver um entendimento mais consolidado dentro do próprio tribunal, tendo em vista que não haveria em se falar de violação ao princípio do princípio constitucional do contraditório e ampla defesa ou ausência de justificativa, mesmo que precária, para os bloqueios.

Em síntese, a responsabilidade civil dos *marketplaces* por violações de propriedade intelectual é um tema que demanda contínua evolução jurisprudencial e legislativa, além de haver uma lacuna no entendimento doutrinário brasileiro, que ainda não se debruçou especificamente neste tema. A pesquisa evidenciou que, embora as leis existentes ofereçam uma base para a proteção dos direitos autorais e das marcas, elas não foram originalmente concebidas para lidar com as complexidades do comércio eletrônico, por isso, é necessário que o TJ-SP e outras instâncias judiciais sigam aprimorando seus entendimentos e que sejam propostas inovações legislativas que contemplem as especificidades do ambiente digital.

Por fim, é esperado que este trabalho para o aprofundamento do estudo doutrinário e jurisprudencial sobre a responsabilidade civil das plataformas e, também, dos desafios enfrentados na proteção dos direitos de propriedade intelectual. Anseia-se que os *insights* trazidos possam fomentar a reflexão e o desenvolvimento de soluções que equilibrem o direito de proteção à propriedade intelectual com a necessidade de um ambiente comercial justo e transparente para todos os envolvidos no *e-commerce*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMAZON (São Paulo). **Amazon project zero**. [2020?]. Disponível em: <https://brandservices.amazon.com.br/projectzero>. Acesso em: 20 out. 2024.

AMAZON (São Paulo). **Política de propriedade intelectual da Amazon**. [20--]. Disponível em: <https://sellercentral.amazon.com.br/help/hub/reference/external/201361070>. Acesso em: 20 out. 2024.

AMERICANAS S.A. (Rio de Janeiro). **Termo de Adesão ao APITO**. [20--]. Disponível em: <https://apito.americanas.io/login>. Acesso em: 20 out. 2024.

ASSUNÇÃO, Adriana Silva. **Responsabilidade civil das plataformas de marketplace por transmissão de publicação enganosa**. 2022. 41 f. TCC (Graduação) - Curso de Direito, Departamento de Agrotecnologia e Ciências Sociais, Universidade Federal Rural do Semi-Árido, Mossoró, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufersa.edu.br/handle/prefix/8529>. Acesso em: 09 out. 2022.

BARBOSA, Denis Borges. **Uma introdução à propriedade intelectual**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003. 951 p. Disponível em: https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/introducao_pi.pdf. Acesso em: 06 out. 2024.

BARBOSA, Rafael. **Pirataria de games: quais os cuidados com venda de jogos por conta compartilhada? | detetive tc. quais os cuidados com venda de jogos por conta compartilhada? | Detetive TC**. 2023. Disponível em: <https://www.tudocelular.com/seguranca/noticias/n202498/pirataria-games-cuidados-venda-conta-compartilhada.html>. Acesso em: 21 out. 2024.

BRASIL. Conselho Nacional de Combate à Pirataria. Ministério da Justiça e Segurança Pública. **Guia: boas práticas e orientações às plataformas de comércio eletrônico para a implementação de medidas de combate à venda de produtos piratas, contrabandeados ou, de qualquer modo, em violação à propriedade intelectual**. Brasília: [s.n.], 2022. 22 p. Disponível em: <http://dspace.mj.gov.br/handle/1/6880>. Acesso em: 06 out. 2024.

BRASIL Código Civil. Lei nº 3.071 de 1º de janeiro de 1916. Código Civil dos Estados Unidos do Brasil. **Diário Oficial da União**. Rio de Janeiro, RJ. Acesso em: 06 out. 2024. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l3071.htm.

BRASIL. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Ministério da Economia. **Manual Básico para Proteção por Patentes de Invenções, Modelos de Utilidade e Certificados de Adição**. Brasília: [s.n.], 2021. 102 p. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/patentes/guia-basico/ManualBsicodePatentes20210607b.pdf>. Acesso em: 02 out. 2024.

BRASIL. Lei Nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF. 1990. Acesso em: . Disponível em: .

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF, 1996. Disponível em: <URL>. Acesso em: dia mês ano.

BRASIL. Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. **Diário Oficial da União**: Brasília, DF, 1998. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19610.htm. Acesso em: 8 nov. 2024.

BRASIL. Lei n. 10.406, 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/2002/L10406compilada.htm. Acesso em: 29 set. 2024.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Indústria Comércio e Serviços. Governo Federal. **Ministério lança plataforma de acompanhamento do comércio eletrônico**. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/noticias/2023/maio/em-3-anos-e-commerce-no-pais-movimentou-quase-meio-trilhao-de-reais-1>. Acesso em: 28 out. 2024.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Súmula nº 227. Brasília, DF, 08 de setembro de 1999. **Diário de Justiça**. Brasília, 20 out. 1999. Disponível em: https://www.stj.jus.br/docs_internet/revista/eletronica/stj-revista-sumulas-2011_17_capSumula227.pdf. Acesso em: 25 out. 2024.

BRASIL. SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. **Edição nº 39: direito do consumidor I. Jurisprudência em Teses**, Brasília, DF, p. 1-7, 19 ago. 2015a. Disponível em: <https://scon.stj.jus.br/SCON/GetPDFJT?edicao=39>. Acesso em: 25 out. 2024.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial nº 476.428/SC. Recorrente: Agiliquigás S.A. Recorrida: Gracher Hotéis e Turismo LTDA. Relator: Relatora: Ministra Nancy Andrighi. Brasília, DF, 19 de abril de 2005. **Diário de Justiça**. Brasília, 09 maio 2005a. Disponível em: <https://www.stj.jus.br/websecstj/cgi/revista/REJ.cgi/ITA?seq=542170&tipo=0&nreg=200201456245&SeqCgrmaSessao=&CodOrgaoJgdr=&dt=20050509&formato=HTML&salvar=false>. Acesso em: 23 out. 2024.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial nº 661.145. Recorrente: Espírito Santo Centrais Elétricas S/A -ECELSA. Recorrida: Glamour Indústria e Comércio de Confecções LTDA.. Relator: Relator: Ministro Jorge Scartezzini. Brasília, DF, 22 de fevereiro de 2005. **Diário de Justiça**. Brasília, 28 mar. 2005b. Disponível em: https://processo.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=200400662207&dt_publicacao=28/03/2005. Acesso em: 30 out. 2024

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial n. 1.195.642 RJ. Relatora: Ministra Nancy Andrighi. Brasília, DF, 13 nov. 2012. **Diário da Justiça**. Brasília, DF, 21 nov. 2012. Disponível em: https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=201000943916&dt_publicacao=21/11/2012. Acesso em: 06 out. 2024.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial nº 1.383.354/SP. Recorrente: Citizen Watch do Brasil S.A. Recorrida: Mercadolivre.com atividades de internet LTDA. e outro. Relatora: Ministra Nancy Andrighi. Brasília, DF, 27 ago. 2013. **Diário da Justiça**. Brasília,

26 set. 2013. Disponível em:

https://processo.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=201300742989&dt_publicacao=26/09/2013. Acesso em: 26 out. 2024.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo Regimental nos Embargos de Divergência no Recurso Especial nº 1.331.112/SP. Agravante: Eldorado Indústrias Plásticas LTDA. Agravada: Eletropaulo Metropolitana Eletricidade de São Paulo S.A. Relator: Ministro Herman Benjamin. Brasília, DF, 03 de dezembro de 2014. **Diário de Justiça Eletrônico**. Brasília, 02 fev. 2015. Disponível em:

https://processo.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=201402488908&dt_publicacao=02/02/2015. Acesso em: 22 out. 2024.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo em Recurso Especial nº 577.544/SE, Decisão Monocrática. Recorrente: Energia Sergipe Distribuidora de Energia S.A. e Telemar Norte Leste S.A. Recorrida: Telemar Norte Leste S.A. Relatora: Ministra Assusete Magalhães. Brasília, DF, 14 de agosto de 2015. **Diário de Justiça Eletrônico**. Brasília, 25 ago. 2015b. Disponível em: <https://processo.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?>.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 5529. Requerente: Procurador Geral da República. Relator: Ministro Dias Toffoli. Brasília, DF, 12 de maio de 2021. **Diário de Justiça Eletrônico**. Brasília, 01 set. 2021. Disponível em: <https://jurisprudencia.stf.jus.br/pages/search/sjur451892/false>. Acesso em: 09 out. 2024.

CASSON, Vico Barbosa; MARQUES, Vinicius Pinheiro. O impacto dos marketplaces digitais na responsabilidade civil. **Revista Jurídica do Ministério Público do Estado do Tocantins**, v. 1, n. 19, 2021. Disponível em: <http://cesaf.mpto.mp.br/revista/index.php/revistampto/article/view/52>. Acesso em: 09 out. 2024.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de responsabilidade civil**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

CHAVES, Antônio. Direito de Autor. In: FRANÇA, R. Limongi (Coord.). *Enciclopédia Saraiva de Direito*. V. 26. São Paulo: Ed. Saraiva, 1977.

CRUZ, Luís Rodolfo *et al.* Comércio eletrônico: guia do Conselho Nacional de Combate à Pirataria sobre boas práticas e orientações. **Revista do Tribunal Regional Federal da 3ª Região**, v. 31, n. 146, p. 75-87, 2020.

DEL BIANCO, Ana Carolina Lee Barbosa; FURUYA, Karin Yumi; KARAKANIAN, Marina Inês Fuzita. EXAUSTÃO DE DIREITOS NO MUNDO VIRTUAL-DESAFIOS E PARTICULARIDADES DA PROPRIEDADE INTELECTUAL DOS BENS DIGITAIS. **Revista ASPI**: [2023]. [São Paulo]: [s.n]. p. 27. Disponível em: https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:JcSqqMGw9Z8J:scholar.google.com/+EXAUST%C3%83O+DE+DIREITOS+NO+MUNDO+VIRTUAL-+DESAFIOS+E+PARTICULARIDADES+DA+PROPRIEDADE+INTELECTUAL+DOS+BENS+DIGITAIS&hl=pt-BR&as_sdt=0,5. Acesso em: 10 out. 2024.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de direito civil brasileiro**: teoria geral do direito civil. 29. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

DUARTE, Melissa F.; BRAGA, Prestes C. **Propriedade intelectual**. Porto Alegre: SAGAH, 2018. *E-book*. p. 64. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595023239/>. Acesso em: 09 out. 2024.

FEFERBAUM, Marina; QUEIROZ, Rafael Mafei Rabelo (org.). **Metodologia da pesquisa em direito: técnicas e abordagens para elaboração de monografias, dissertações e teses**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2019. 628 p.

GUERRA, Alexandre Dartanhan de Mello; *et al.* Responsabilidade civil por abuso do direito. In: GUERRA, Alexandre Dartanhan De Mello *et al.* **Responsabilidade Civil**. São Paulo: Escola Paulista da Magistratura, 2015. p. 299-320. *E-book*. Disponível em: <https://epm.tjsp.jus.br/Publicacoes/ObrasJuridica/30610?pagina=1>. Acesso em: 06 out. 2024.

KAERCHER, Paulo Eduardo Pires. **Quais os fatores de sucesso na implementação e manutenção da venda online em marketplaces no Brasil?** 2022. 94 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração de Empresas, Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2022. Disponível em: <https://hdl.handle.net/10438/31920>. Acesso em: 06 out. 2024.

KNOTH, Pedro. **Mercado Livre assina guia Antipirataria após pressão no setor**. 2021. Disponível em: <https://tecnoblog.net/noticias/mercado-livre-assina-guia-antipirataria-apos-pressao-no-setor/>. Acesso em: 21 out. 2024.

MAGAZINE LUIZA (Franca-SP). **Proteção de Marcas Magalu contra fraudes**. [20--]. Disponível em: <https://especiais.magazineluiza.com.br/protecao-de-marcas/>. Acesso em: 20 out. 2024.

MAHUAD, Cassio; MAHUAD, Luciana Carone Nucci Eugenio. Imputação da responsabilidade civil: responsabilidade objetiva e subjetiva. In: GUERRA, Alexandre Dartanhan De Mello *et al.* **Responsabilidade Civil**. São Paulo: Escola Paulista da Magistratura, 2015. p. 33-82. *E-book*. Disponível em: <https://epm.tjsp.jus.br/Publicacoes/ObrasJuridica/30610?pagina=1>. Acesso em: 06 out. 2024.

MARQUES, Ana. **Mercado Livre será investigado pela Senacon por venda de livros piratas**. 2021. Disponível em: <https://tecnoblog.net/noticias/mercado-livre-sera-investigado-pela-senacon-por-venda-de-livros-piratas/>. Acesso em: 21 out. 2024.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 1998. 1 v.

MARQUES, Claudia Lima. Campo de Aplicação do CDC. In: BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcelos; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Defesa do Consumidor**. 5. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. Cap. 3. p. 89-118.

MARTINS, Humberto. **O dever de informar e o direito à informação (I — a perspectiva do Direito do Consumidor)**. 2020. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2020-fev-19/dever-informar-direito-informacao-parte/>. Acesso em: 30 out. 2024.

MASCARENHAS, Mariana França. **O comércio eletrônico e o e-marketplace à luz do direito consumerista brasileiro**. 2018. 56 f. TCC (Graduação) - Curso de Direito, Faculdade de Direito, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2018. Disponível em: <http://repositorio.ufc.br/handle/riufc/34027>. Acesso em: 28 set. 2024.

MATTOS, Adriana. **Mais vendedores recorrem à justiça contra marketplaces**. 2023. Jornal Valor Econômico. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2023/10/06/mais-vendedores-recorrem-a-justica-contramarketplaces.ghtml>. Acesso em: 07 out. 2023.

MERCADO LIVRE ([Osasco]). **Termos e condições do Brand Protection Program**. 2024. Versão vigente a partir de 24/09/2024. Disponível em: https://www.mercadolivre.com.br/ajuda/Programa-de-Prote%C3%A7%C3%A3o-Propriedade-Intelectual_2099. Acesso em: 17 out. 2024.

MERCADO LIVRE ([Osasco]). **Termos e condições gerais de uso do site**. 2023. Última modificação em 24 de novembro de 2023. Disponível em: <https://www.mercadolivre.com.br/ajuda/991>. Acesso em: 17 out. 2024.

MERCOSUL. **Protocolo de Harmonização de Normas Sobre Propriedade Intelectual no Mercosul**. Assunção, PARAGUAI, Disponível em: <https://sice.oas.org/Trade/MRCSRS/Decisions/dec0895p.pdf>. Acesso em: 10 out. 2024.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016.

MURADA, Patrícia Vieira. **Os contornos da responsabilidade civil das plataformas de marketplace**. 2020. 85 f. TCC (Graduação) - Curso de Direito, Faculdade de Direito, Universidade de Brasília, Brasília, 2020. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/118779607/2020-patricia-vieira-murada-tcc>. Acesso em: 06 out. 2024.

PASSOS, Anderson Santos. Problema e teoria dos contratos de adesão. Revista Jus Navigandi, Teresina, ano 8, n. 65, 1 mai. 2003. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/4012>. Acesso em: 25 out. 2024.

PEREIRA, Caio Mário da S. **Responsabilidade Civil**. 13. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2022. *E-book*. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559644933/>. Acesso em: 31 out. 2024.

PONTES, Átila Bonifácio de. **Direito Autoral Do Fotógrafo: análise da estrutura legal e da jurisprudência do stj sobre o direito do autor da imagem**. 2019. 51 f. TCC (Graduação) - Curso de Direito, Departamento de Direito Privado, Universidade Federal de João Pessoa, João Pessoa, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/14314>. Acesso em: 10 out. 2024.

REDAÇÃO OLIST. **Marketplace no Brasil: O que é, exemplos, vantagens e desvantagens**. 2023. Disponível em: <https://olist.com/blog/pt/como-vender-mais/em-marketplaces/marketplace-online-o-que-e/>. Acesso em: 28 out. 2024.

RIBEIRO, Vanessa. **Propriedade intelectual e tecnologia**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2024. 130 p. *E-book*.

SANTOS, Manuella Silva dos. **Direito autoral na era digital**: impactos, controvérsias e possíveis soluções. 2008. 229 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Direito, Faculdade de Direito, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em: <https://repositorio.pucsp.br/jspui/handle/handle/8112>. Acesso em: 10 out. 2024.

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Sentença nº 1079698-97.2021.8.26.0100, 45º Vara Cível Central da Capital. Requerente: Bpchgags Comercio de Áudio e Vídeo. Requerida: Amazon Serviços de Varejo do Brasil Ltda. Relator: Juiz Guilherme Ferreira da Cruz. São Paulo, SP, 16 de outubro de 2021. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1005292-39.2021.8.26.0704. Apelante: Amazon Serviços de Varejo do Brasil Ltda.. Apelado: Arcanjo Miguel Comércio e Importação EIRELI.. Relator: Desembargador Rômulo Russo. São Paulo, SP, 29 de jul. de 2022a. **Diário de Justiça Eletrônico**. São Paulo. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1049352-66.2021.8.26.0100. Apelante: Dulcindo da Costa Dias Neto. Apelado: Ebazar.com.br Ltda. (Mercado Livre). Relator: Desembargador L. G. Costa Wagner.. São Paulo, SP, 29 de ago. de 2022b. **Diário de Justiça Eletrônico**. São Paulo. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1007956-60.2021.8.26.0278. Apelante: Mercadolivre.com Atividades de Internet Ltda. Apelado: Comercial SMQ Ltda. Relator: Desembargador Felipe Ferreira. São Paulo, SP, 17 de out. de 2022c. **Diário de Justiça Eletrônico**. São Paulo. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1009305-16.2022.8.26.0100. Apelante: Ebazar.com.br Ltda. (Mercado Livre) e Mercadopago.com Representações Ltda. Apelado: D Mais Comércio de Produtos em Geral Ltda. Relator: Desembargador Alfredo Attié. São Paulo, SP, 18 de dez. de 2022d. **Diário de Justiça Eletrônico**. São Paulo. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1089843-18.2021.8.26.0100. Apelante: Ebazar.com.br Ltda. (Mercado Livre) e Mercado Pago Representações Ltda. Apelado: Danielle Ferreira dos Santos Telefones. Relator: Desembargador Sá Duarte. São Paulo, SP, 01 de fev. de 2023a. **Diário de Justiça Eletrônico**. São Paulo. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1068815-91.2021.8.26.0100. Apelante: Ebazar.com.br Ltda. (Mercado Livre) e Mercadopago.com Representações Ltda. Apelado: Frank C O da Silva - ME. Relator: Desembargador L. G. Costa Wagner. São Paulo, SP, 28 de fev. de 2023b. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1003567-64.2021.8.26.0526. Apelante: Ebazar.com.br Ltda. Apelado: N&L Cosméticos e Perfumaria

Ltda. Relator: Desembargador Sergio Alfieri. São Paulo, SP, 14 de mar. de 2023c. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1002183-96.2021.8.26.0128. Apelante: Estevão Felipe de Souza. Apelado: Amazon Serviços de Varejo do Brasil Ltda. Relator: Desembargador Caio Marcelo Mendes de Oliveira. São Paulo, SP, 22 de mar. de 2023d. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1001810-73.2022.8.26.0405. Apelante: Carlos Manoel Mariano Gonçalves. Apelado: Ebazar.com.br Ltda. - ME. Relator: Desembargadora Daise Fajardo Nogueira Jacot. São Paulo, SP, 30 de mar. de 2023e. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1074743-91.2019.8.26.0100. Apelante (s): Clínica Veterinária, Pet Shop e Estética Pequeninos Ltda. EPP, Leandro Barreira Ferreira, Fabiana Dei Tos Pinto Sanches.. Apelado(s): Merck Sharp & Dohme Saúde Animal Ltda., MercadoLivre.com Atividades de Internet Ltda., Supermix Vale Distribuidora Ltda. Relator: Desembargador(a) José Augusto Genofre Martins. São Paulo, SP, 11 de abr. de 2023f. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1003588-84.2022.8.26.0597. Apelante (s): MercadoLivre.com Atividades de Internet Ltda e MercadoPago.com Representações Ltda. Apelado(s): Uelison Tiago Oliveira. Relator: Desembargador(a) João Camillo de Almeida Prado Costa. São Paulo, SP, 19 de abr. de 2023g. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1092711-37.2019.8.26.0100. Apelante (s): MercadoLivre.com Atividades de Internet Ltda., Ebazar.com.br Ltda. e Repibazar Comercial Eletrônico EIRELI. Apelado(s): MercadoLivre.com Atividades de Internet Ltda., MercadoPago.com Representações Ltda. e Europrestígio Distribuição e Comércio de Artigos de Luxo Ltda. Relator(a): Desembargador(a) Daniela Menegatti Milano. São Paulo, SP, 22 de maio de 2023h. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1001236-92.2022.8.26.0100. Apelante (s): Felipe Katsuo Shibata. Apelado(s): Ebazar.com Atividades de Internet Ltda. Relator(a): Desembargador(a) Mário Daccache. São Paulo, SP, 30 de jun. de 2023i. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1003061-71.2022.8.26.0100. Apelante (s): MercadoLivre.com Atividades de Internet Ltda. e Ebazar.com.br Ltda.. Apelado(s): RDL Store Comércio Varejista de Equipamentos e Suprimentos de Informática Ltda. Relator(a): Desembargador(a) Henrique Rodriguez Clavasio. São Paulo, SP, 03 de jul. de 2023j. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1017506-86.2021.8.26.0405. Apelante (s): New Digit Comércio de Informática EIRELI. Apelado(s): MercadoLivre.com Atividades de Internet Ltda. e Ebazar.com.br Ltda. Relator(a):

Desembargador(a) Michel Chakur Farah. São Paulo, SP, 28 de jul. de 2023k. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1027883-27.2022.8.26.0100, São Paulo. Apelante (s): Mega Brasil E-commerce EIRELI. Apelado(s): MercadoLivre.com Atividades de Internet Ltda. e MercadoPago.com Representações Ltda. Relator(a): Desembargador(a) Sá Duarte. São Paulo, SP, 24 de ago. de 2023l. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em:

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1091955-23.2022.8.26.0100. Apelante (s): LFA Comercial Ltda. Apelado(s): Amazon Serviços de Varejo do Brasil Ltda. Relator(a): Desembargador(a) Arantes Theodoro. São Paulo, SP, 24 de ago. de 2023m. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1000654-16.2021.8.26.0072. Apelante (s): MercadoLivre.com Atividades de Internet Ltda, MercadoPago.com Representações Ltda. e N. L. Castro Severino. Apelado(s): Glaucio Rissatto. Relator(a): Desembargador(a) Michel Chakur Farah. São Paulo, SP, 31 de ago. de 2023n. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1011405-13.2023.8.26.0001. Apelante (s): Ebazar.com.br Ltda. Apelado(s): Adriano Bernardes da Silva ME. Relator(a): Desembargador(a) Adilson de Araujo. São Paulo, SP, 13 de nov. de 2023o. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1046666-67.2022.8.26.0100. Apelante (s): Grupo Hinode Participações S.A., Líder Franquias e Licenças Ltda., e Ebazar.com.br Ltda. Apelado(s): Thaisa Giordano. Relator(a): Desembargador(a) Rodolfo Cesar Milano. São Paulo, SP, 16 de nov. de 2023p. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1105392-34.2022.8.26.0100. Apelante (s): Amazon Serviços de Varejo do Brasil Ltda. e Tokshop Comércio de Artigos de Viagem Ltda. Apelado(s): Amazon Serviços de Varejo do Brasil Ltda. e Tokshop Comércio de Artigos de Viagem Ltda. Relator(a): Desembargador(a) Marco Fábio Morsello. São Paulo, SP, 22 de nov. de 2023q. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1001858-74.2022.8.26.0197. Apelante (s): Odilio Bernardo Rocha e Odilio Bernardo Rocha - MEI. Apelado(s): Amazon Serviços de Varejo do Brasil Ltda. Relator(a): Desembargador(a) L. G. Costa Wagner. São Paulo, SP, 19 de dez. de 2023r. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1020912-47.2023.8.26.0405, São Paulo. Apelante (s): Natalie L. A. Barretto Ltda - ME. Apelado(s): Ebazar.com.br Ltda. Relator(a): Desembargador(a) L. G. Costa Wagner. São Paulo, SP, 19 de dez. de 2023s. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1012702-30.2022.8.26.0344, São Paulo. Apelante (s): Mercado Pago Instituição de Pagamento Ltda., Ebazar.com.br Ltda. e Rafael Henrique Candido Rosa. Apelado(s): Mercado Pago Instituição de Pagamento Ltda., Ebazar.com.br Ltda. e Rafael Henrique Candido Rosa. Relator(a): Desembargador(a) L. G. Costa Wagner. São Paulo, SP, 31 de jan. de 2024a. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1069951-92.2022.8.26.0002, São Paulo. Apelante (s): Kayc Aguiar Gomes. Apelado(s): SHPS Tecnologia e Serviços Ltda. Relator(a): Desembargador(a) Rodrigues Torres. São Paulo, SP, 06 de fev. de 2024b. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1010915-82.2023.8.26.0100, São Paulo. Apelante (s): SHPS Tecnologia e Serviços Ltda.. Apelado(s): J.C Queiroz Vestuários ME. Relator(a): Desembargador(a) Antônio Rigolin. São Paulo, SP, 23 de fev. de 2024c. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1033715-41.2022.8.26.0100, São Paulo. Apelante (s): JD Distribuidora de Produtos e Equipamentos de Informática Ltda. e DJ Distribuidora de Produtos e Equipamentos de Informática Ltda. Apelado(s): Amazon Serviços de Varejo do Brasil Ltda. Relator(a): Desembargador(a) Lídia Conceição. São Paulo, SP, 28 de fev. de 2024d. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1001621-77.2021.8.26.0681, São Paulo. Apelante (s): D2 Suprimentos de Escritório e Informática EIRELI. Apelado(s): Ebazar.com.br Ltda. Relator(a): Desembargador(a) Rodolfo Cesar Milano. São Paulo, SP, 29 de fev. de 2024e. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1013818-19.2021.8.26.0405, São Paulo. Apelante (s): Top Brax Comercial Ltda. EPP. Apelado(s): MercadoLivre.com Atividades de Internet Ltda. Relator(a): Desembargador(a) Marcondes D'Angelo. São Paulo, SP, 21 de mar. de 2024f. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1015117-20.2021.8.26.0344, São Paulo. Apelante (s): L'Oréal Brasil Licenciamentos Empresariais, Cosméticos e Perfumes Ltda., MercadoLivre.com Atividades de Internet Ltda., e Mercado Pago Instituição de Pagamento Ltda. Apelado(s): Drogeria JK de Marília Ltda. Relator(a): Desembargador(a) Melo Bueno. São Paulo, SP, 10 de maio de 2024g. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1017708-37.2023.8.26.0100, São Paulo. Apelante (s): Ebazar.com.br Ltda. e Mercado Pago Instituição de Pagamento Ltda. Apelado(s): Jackson Gomes Sotelio - ME. Relator(a): Desembargador(a) Rogério Murillo Pereira Cimino. São Paulo, SP, 24 de jun. de 2024h. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1012094-28.2022.8.26.0604, São Paulo. Apelante (s): J. C. Carlos Ltda. Apelado(s): Mercadolivre.com Atividades de Internet Ltda. Relator(a): Desembargador(a) Lídia Conceição. São Paulo, SP, 26 de jun. de 2024i. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1082005-53.2023.8.26.0100, São Paulo. Apelante (s): Amazon Serviços de Varejo do Brasil Ltda. Apelado(s): Mariana da Silva Cunha Andrade. Relator(a): Desembargador(a) Rosangela Telles. São Paulo, SP, 11 de jul. de 2024j. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1010629-84.2022.8.26.0506, São Paulo. Apelante (s): Center Service Monica Junqueira Ltda Epp . Apelado(s): MercadoLivre.com Atividades de Internet Ltda. e outro. Relator(a): Desembargador(a) Álvaro Torres Júnior. São Paulo, SP, 26 ago.2024k. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1030002-79.2023.8.26.0405, São Paulo. Apelante (s): Varejo Cia Comércio de Produtos E-commerce Ltda. - ME. Apelado(s): MercadoLivre.com Atividades de Internet Ltda. Relator(a): Desembargador(a) Ana Lúcia Romanhole Martucci. São Paulo, SP, 28 de ago. de 2024l. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em:

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1139970-86.2023.8.26.0100, São Paulo. Apelante (s): Mercadolivre.com Atividades de Internet Ltda., Ebazar.com.br Ltda., e Mercado Pago Instituição de Pagamento Ltda. Apelado(s): GSL3 Games Ltda. Relator(a): Desembargador(a) Mário Daccache. São Paulo, SP, 30 de ago. de 2024m. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1029360-43.2022.8.26.0405, São Paulo. Apelante (s): Moldurus Comercial Ltda. Apelado(s): Mercadolivre.com Atividades de Internet Ltda., Ebazar.com.br Ltda. (Mercado Livre), e Tiago Nunes Ferreira. Relator(a): Desembargador(a) João Baptista Galhardo Júnior. São Paulo, SP, 09 de set. de 2024n. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1122973-62.2022.8.26.0100, São Paulo. Apelante (s): Ebazar.com.br Ltda. (Mercado Livre) e Mercado Pago Instituição de Pagamento Ltda. Apelado(s): C D S Miranda Cayo Danilo Silva Miranda Vendas. Relator(a): Desembargador(a) Paulo Alonso. São Paulo, SP, 10 de set. de 2024o. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1016372-53.2023.8.26.0405, São Paulo. Apelante (s): Ebazar.com.br Ltda. Apelado(s): Nobuhide Tano Comércio e Tecnologia. Relator(a): Desembargador(a) Valentino Aparecido de Andrade. São Paulo, SP, 20 de set. de 2024p. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1032593-96.2022.8.26.0001, São Paulo. Apelante (s): André Sabaliuskas 15381272880. Apelado(s): MercadoLivre.com Atividades de Internet Ltda. Relator(a): Desembargador(a) Caio Marcelo

Mendes de Oliveira. São Paulo, SP, 23 de set. de 2023q. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em:

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1007445-38.2021.8.26.0189, São Paulo. Apelante (s): Mercadolivre.com Atividades de Internet Ltda. Apelado(s): Gleinderson Rogério Siliano Costa. Relator(a): Desembargador(a) Caio Marcelo Mendes de Oliveira. São Paulo, SP, 04 de out. de 2024r. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível nº 1032485-82.2023.8.26.0405, São Paulo. Apelante (s): D.C.C. Gobbi Suplementos ME. Apelado(s): MercadoLivre.com Atividades de Internet Ltda. e GDS – Grow Dietary Supplements do Brasil Ltda. Relator(a): Desembargador(a) Ferreira da Cruz. São Paulo, SP, 04 de out. de 2024s. **Diário de Justiça Eletrônico**. Disponível em: . Acesso em: .

SECRETARIA NACIONAL DO CONSUMIDOR. **NOTA TÉCNICA N.º 610/2019/CCSS/CGCTSA/DPDC/SENACON/MJ**: Guia Boas práticas e orientações às plataformas de comércio eletrônico para implementação de medidas de combate à venda de produtos piratas. Brasília: Ministério da Justiça e Segurança Pública, 2019. 8 p. Disponível em: <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/noticias/senacon-questiona-sites-sobre-politica-para-evitar-anuncio-e-venda-de-produtos-falsificados/NTPirataria.pdf>. Acesso em: 09 out. 2024.

SHOPEE (São Paulo). **Termos de Serviço da Shopee**. 2024. Última modificação em 10 de janeiro de 2024. Disponível em: <https://help.shopee.com.br/portal/4/article/77113-Termos-de-Servi%C3%A7o?previousPage=secondary+category>. Acesso em: 20 out. 2024.

SILVA, Rodrigo Gugliara da; BARROS, Vinícius Reis de. DISCUTINDO RELAÇÕES: a eficácia dos direitos fundamentais nas relações privadas e as limitações aos provedores de aplicação. In: SCHAAL, Flavia Mansur Murad *et al.* **Manual de direito na era digital: constitucional e ambiental**. Indaiatuba: Editora Foco, 2022. p. 12. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/208871/epub/0?>. Acesso em: 26 out. 2024.

SILVEIRA, Newton. Comparação entre propriedade industrial de direitos autorais. In: SILVEIRA, Newton. **Direito de autor no desenho industrial**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1982. Cap. 5. p. 81-87.

TAGIAROLI, Guilherme. **'Extremo': Mercado Livre e Amazon sairão do ar se venderem celular pirata**. 2024. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2024/06/21/anatel-portaria-celulares-piratas.htm>. Acesso em: 21 out. 2024.

TARTUCE, Flávio. **Direito Civil: Direito das Obrigações e Responsabilidade Civil**. v.2. 19. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2024. *E-book*. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559649747/>. Acesso em: 31 out. 2024.

TEPEDINO, Gustavo; BARBOZA, Heloisa Helena; MORAES, Maria Celina Bodin de. **Código Civil interpretado conforme a Constituição da República**. 2. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2014. 988 p.

TARTUCE, Flávio. **Responsabilidade Civil**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2023. *E-book*. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559647910/>. Acesso em: 01 nov. 2024.

TOOGE, Rikardy. **Mercado Livre avança no combate à pirataria – e é premiado por isso: gigante do e-commerce quer se visto como exemplo no controle de vendas de produtos ilegais no varejo online. Gigante do e-commerce quer se visto como exemplo no controle de vendas de produtos ilegais no varejo online**. 2024. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/business/mercado-livre-avanca-no-combate-a-pirataria-e-e-premiado-por-isso/>. Acesso em: 20 out. 2024.

ULHOA FILHO, Fábio. **Curso de direito civil: obrigações - responsabilidade civil. v.2**. 8. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020. *E-book*.

WAMBIER, Luiz Rodrigues. Os contratos bancários e o código de defesa do consumidor: uma nova abordagem. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, v. 742, n. 1, ano 86, p. 57-66, ago. 1997.