Poder Judiciário

Supremo Tribunal Federal

Recibo de Petição Eletrônica

Número Único do Processo	0006017-80.2014.8.26.0125
Processo	RE 1037396
Petição Número	163965/2025
Enviado por	ROBERTA MIGUEIS FERREIRA DA SILVA (CPF: 138.689.387-02)
Data/Hora do Envio	12/11/2025, às 21:51:59
Peças Recebidas	1 - Petição de Oposição de Embargos de Declaração Assinado por: ROBERTA MIGUEIS FERREIRA DA SILVA 2 - Procuração Assinado por: ROBERTA MIGUEIS FERREIRA DA SILVA

Ao Exmo. Sr. Ministro Relator Dias Toffoli - Supremo Tribunal Federal

Recurso Extraordinário 1.037.396/SP
Tema 987

SLEEPING GIANTS BRASIL, já qualificado na qualidade de *amicus curiae* nos autos em epígrafe, vêm, à presença de V. Exa., opor **EMBARGOS DE DECLARAÇÃO** ao v. acórdão, com fulcro no art. 1.022 e seguintes do Código de Processo Civil (CPC) c/c art. 337 do Regimento Interno do Supremo Tribunal Federal (RISTF), pelos fatos e fundamentos a seguir expostos.

1. Tempestividade

O v. acórdão foi publicado no Diário Oficial em 05/11/2025 (quarta-feira). Desse modo, o prazo de 5 (cinco) dias para a interposição dos Embargos de Declaração, teve início em 06/11/2025 (quinta-feira), com seu termo final em 12/11/2025 (quarta-feira).

Inafastável, pois, a tempestividade destes Embargos, opostos dentro do prazo legal previsto no art. 1.023, CPC.

2. Legitimidade ativa do *amicus curiae*

O Regimento Interno do Supremo Tribunal Federal assim determina em seu art. 323, §3º:

> *Art. 323. Quando não for caso de inadmissibilidade do recurso por outra razão, o(a) Relator(a) ou o Presidente submeterá, por meio eletrônico, aos demais ministros, cópia de sua manifestação sobre a existência, ou não, de repercussão geral.*
> *(...)*
> *§ 3º Mediante decisão irrecorrível, poderá o(a) Relator(a) admitir de ofício ou a requerimento, em prazo que fixar, a manifestação de terceiros, subscrita por procurador habilitado, sobre a questão da repercussão geral.*

A partir dessa previsão, e conforme jurisprudência dessa Corte, **admite-se**, excepcionalmente, **a interposição de embargos de declaração por *amicus curiae*** regularmente habilitado nos autos, caso a peça traga relevantes questões, reconhecidas pelo Relator.

Nesse escopo, merece destaque a consolidação, pela Corte, do posicionamento externado pelo Exmo. Min. Cristiano Zanin, quando do julgamento do RE 955.227[1].

A título exemplificativo, trazemos as palavras do já saudoso Min. Luís Roberto Barroso:

> *De modo que* ***o* amicus curiae*, ou qualquer outro interessado, pode se dirigir ao Relator e dizer: aqui, há uma questão de repercussão geral que ficou em aberto, que eu fiquei em dúvida. E o Relator decide se ele quer trazer; e, se o Relator achar que ele deve trazer, é uma faculdade que ele tem***.
>
> *Eu penso que há uma posição, eu vou acompanhar o Ministro Zanin, pois Sua Excelência suscitou uma válvula de escape que permite equacionar ao menos parte das preocupações manifestadas pelos Ministros André, Fachin, Nunes Marques, Toffoli e Luiz Fux, ou seja, o Relator, provocado pelo* amicus curiae *ou por qualquer terceiro, pode trazer a matéria para ser esclarecida, se a ele parecer que seja o caso.*
>
> *Com essa observação de que a porta não fica fechada, e cumprimentando o Ministro Zanin pela lembrança desse dispositivo (...), estou acompanhando a posição, desempatando, portanto, em favor da posição liderada pelo Ministro Cristiano Zanin.*

Outrossim, é imperioso lembrar: **o caráter *erga omnes* da decisão** evidencia que os efeitos do julgado se projetam para além das partes diretamente envolvidas, alcançando toda a coletividade. **Tal amplitude reforça a pertinência da atuação do Embargante, que age na defesa de interesses difusos e coletivos, buscando assegurar que eventual vício formal na decisão não repercuta de forma indevida sobre um número indefinido de pessoas**.

Nesse contexto, é possível **aplicar, por analogia, o raciocínio utilizado na função da Ação Civil Pública como instrumento paradigmático de tutela coletiva no ordenamento jurídico brasileiro**. Prevista na Lei nº 7.347/85, ela confere legitimidade a diversos entes e associações para a defesa judicial de direitos metaindividuais,

funcionando como via processual apta a reparar e prevenir danos de alcance sistêmico.

Trata-se de um mecanismo de inegável importância, utilizado inclusive como parâmetro jurisprudencial para aferir a legitimidade de atuação de *amici curiae* em procedimentos próprios do controle de constitucionalidade.

Assim, a importância da Ação Civil Pública transcende seu campo de aplicação originário, servindo como **referência para legitimar a manifestação ampla de terceiros qualificados perante a Suprema Corte**.

A possibilidade de intervenção está **alinhada com o objetivo da atuação, com vistas a elucidar, esclarecer e aprimorar as decisões sobre tutelas coletivas, sobretudo quando a decisão objeto de Embargos possui altíssimo impacto social e efeitos expansivos.**

Tendo como contexto o impacto da decisão ora discutida e seu efeito *erga omnes*, se reforça a **função institucional dos *amici curiae*** como colaboradores qualificados da jurisdição constitucional, especialmente em matérias de relevante impacto jurídico e social, bem como garante que todas as nuances e potenciais vícios do julgado sejam levados à apreciação do Colegiado.

3. Síntese da controvérsia e do v. acórdão embargado

O Supremo Tribunal Federal, ao julgar o Tema nº 987 da Repercussão Geral, **fixou tese indicando a inconstitucionalidade parcial do art. 19 da lei 12.965/2014** (Marco Civil da Internet – MCI) e ampliando as hipóteses de responsabilização dos provedores de aplicações pelos conteúdos de terceiros veiculados em suas plataformas.

Entre as exceções ao regime de responsabilidade do art. 19, MCI, destacamos a de que as plataformas serão presumidamente responsáveis nos casos de veiculação de conteúdo ilícitos por meio de anúncios e impulsionamentos pagos, em razão da ciência prévia de seus conteúdos antes da disponibilização.

Entretanto, **embora a decisão represente um avanço essencial** na definição de parâmetros para a responsabilidade de provedores de aplicações de internet, **o acórdão, com a devida vênia, incorreu em omissão, contradição e obscuridades** que comprometem sua plena eficácia e aplicabilidade, merecendo os presentes Embargos serem acolhidos para fins de integração do julgado.

4. **Obscuridade e contradição quanto à isenção de responsabilidade das plataformas que comprovarem atuação em "tempo hábil" e de "forma diligente" - falta de clareza na fixação de parâmetros objetivos**

Conforme narrado, restou estabelecida, no item 4 da Tese firmada, a **presunção de responsabilidade** dos provedores em caso de conteúdos ilícitos quando se tratar de **(a) anúncios e impulsionamentos pagos ou de (b) rede artificial de distribuição (chatbot ou robôs).**

Nestes casos, a responsabilização poderá se dar independentemente de notificação. Entretanto, esta Corte entendeu que tal **presunção poderá ser afastada e os provedores serão isentos de responsabilidade se comprovarem que atuaram diligentemente e em tempo razoável** para tornar indisponível o conteúdo indevido.

Ocorre que, **não se definiu, de forma clara, conceitos essenciais**, como o que se entende por "atuação diligente", "em tempo hábil" e "rede artificial de distribuição", incorrendo o v. acórdão em relevante obscuridade. A dúvida sobre a responsabilidade (e suas excludentes) gera insegurança jurídica e impede o pleno cumprimento da decisão.

Repise-se, por se tratar de parâmetro para a aferição de responsabilidade, é necessário que os critérios possam ser objetivamente aferíveis, de modo a afastar qualquer julgamento subjetivo e que possa gerar decisões conflitantes no território nacional. Ademais, a fixação de parâmetros objetivos é crucial para garantir a efetividade da decisão, principalmente ao se considerar a Repercussão Geral e seu efeito de aplicabilidade em todo o Judiciário.

Para que essa objetividade seja alcançada, num viés prático, é essencial que a

plataforma possa desenvolver e aplicar políticas internas *em conformidade* com o entendimento da Corte.

Neste sentido, é necessário que se esclareça o seguinte:

(I) Qual seria a definição de "rede artificial de distribuição"?

(II) Quais seriam as medidas concretas que configuram a "atuação diligente" por parte da plataforma?

(III) Qual seria o tempo considerado "hábil" na adoção de tais medidas?

A experiência global demonstra que a clareza regulatória é determinante para a manutenção de políticas que permitam a aferição de uma atuação diligente.

No que se refere à responsabilização de conteúdos divulgados por *"rede artificial de distribuição",* é necessário definir tal conceito. Isto porque a tese permite a interpretação de que **conteúdos disponibilizados ao usuário através da recomendação algorítmica (curadoria) atrairiam a responsabilidade presumida dos provedores**.

Com a expansão das redes sociais, **a seleção dos conteúdos entregues a cada pessoa é realizada de forma *automatizada*, desconsiderando a seleção orgânica feita pela vontade ativa do usuário**, o que, semanticamente, equivaleria dizer tratar-se de uma rede artificial de distribuição.

Como bem explicado pelos pesquisadores Gustavo Rodrigues e Lahis Kurtz, no Relatório Transparência sobre moderação de conteúdo em políticas de comunidade[2], do Instituto de Referência em Internet e Sociedade (IRIS):

> *(...) uma das principais atividades de uma plataforma é **decidir que conteúdo será priorizado, a quem será mostrado, de quem será ocultado ou quando será removido**. O conteúdo mostrado a cada indivíduo é **personalizado por meio de algoritmos**, que analisam o que mantém a atenção de determinado usuário.*

Mostra-se imprescindível que a Corte esclareça, portanto, o conceito, para que seja possível apurar o alcance real da responsabilidade.

Outro ponto de **obscuridade quanto à responsabilidade dos provedores pelo conteúdo publicitário diz respeito ao material patrocinado disponibilizado ou distribuído por meio de serviços de e-mail.** A Tese aqui debatida mantém a aplicação do regime previsto no art. 19 para os provedores de serviços de e-mail, sem distinguir situações em que esses serviços também veiculam publicidade diretamente aos usuários.

> 6. *Aplica-se o art. 19 do MCI ao (a) provedor de serviços de e-mail; (b) provedor de aplicações cuja finalidade primordial seja a realização de reuniões fechadas por vídeo ou voz; (c) provedor de serviços de mensageria instantânea (também chamadas de provedores de serviços de mensageria privada), exclusivamente no que diz respeito às comunicações interpessoais, resguardadas pelo sigilo das comunicações (art. 5º, inciso XII, da CF/88).*

Um exemplo concreto é a aba "Promoções" nas caixas de entrada do Gmail, que exibe anúncios publicitários de diversas empresas aos usuários - ou seja conteúdo distribuído pelos provedores de e-mail mediante o recebimento de uma contraprestação pecuniária para tal. Assim, ao não reconhecer que provedores de aplicações de serviços de e-mail também permitem a veiculação de publicidade digital, o acórdão incorre em contradição. Sem que isso seja retificado, conteúdos patrocinados veiculados através de plataformas de e-mail gozariam de uma imunidade não prevista para qualquer outro conteúdo publicitário.

Por fim, a obscuridade na determinação dos parâmetros de exclusão da responsabilidade tem um impacto direto na transparência de dados das plataformas – como veremos a seguir.

5. Dos deveres adicionais relacionados à transparência e a necessária correlação deles como sinal de atuação diligente das plataformas

Relacionada ainda à obscuridade sobre definição de "*atuação diligente*" como excludente de responsabilidade, não se pode perder de vista que, nos itens 8 a 10 da

Tese, **esta Corte impôs o estabelecimento de obrigações básicas de transparência no desenvolvimento das atividades dos provedores**.

Assim, transcrevemos os trechos referentes aos deveres adicionais:

> ***Deveres adicionais***
>
> *8. Os provedores de aplicações de internet deverão editar autorregulação que abranja, necessariamente, sistema de notificações, devido processo e* ***relatórios anuais de transparência em relação a notificações extrajudiciais, anúncios e impulsionamentos****.*
>
> *9. Deverão, igualmente, disponibilizar a usuários e a não usuários canais específicos de atendimento, preferencialmente eletrônicos, que sejam acessíveis e amplamente divulgados nas respectivas plataformas de maneira permanente.*
>
> *10. Tais regras deverão ser publicadas e revisadas periodicamente, de forma transparente e acessível ao público.*

Nesse sentido, ao partir do pressuposto de que o art. 19, MCI não isenta o provedor de aplicações da responsabilidade em relação ao conteúdo publicitário, o Plenário também reconheceu a **necessidade de que as empresas desenvolvam mecanismos de transparência** compatíveis com as suas capacidades técnicas.

Ademais, **novamente são citados os anúncios e impulsionamentos** – item 8 – **constatando-se assim a importância da transparência e dos dados para esse tipo de conteúdo**.

A relevância de **fixar e cobrar padrões mínimos de transparência é inconteste, sob pena inclusive de a presunção da responsabilidade - item 4 da tese - tornar-se ineficaz** diante da opacidade dos serviços de publicidade, impulsionamento, monetização etc. apurada por pesquisadores e órgãos de proteção ao consumidor.

Há que se considerar, a falta de clareza viola o próprio conceito de publicidade, entendido como aquilo que é público, que é possível de ser visto e fiscalizado – a exemplo do princípio de publicidade da administração pública (art. 37, CF).

A histórica do mercado da publicidade também está ligada a esse princípio,

considerando que a publicidade foi desenvolvida para dar espaço público a um certo produto, serviço ou, ainda, ideia. Essa característica é o que proporciona a possibilidade, por exemplo, da autorregulação do setor publicitário tradicional. Isso porque o próprio setor consegue avaliar se os conteúdos disseminados no mundo *offline* estão de acordo com os parâmetros definidos pelo setor, atuando de forma proativa, gerando a responsabilização e as melhores práticas.

Entretanto, a publicidade digital, microssegmentada a partir dos dados e metadados pessoais dos usuários, acaba com o sentido público de conteúdos publicitários e os torna individuais. Somente a plataforma sabe para quem determinado anúncio ou conteúdo está sendo exibido. Aqui, muitas vezes, nem mesmo o anunciante tem acesso à informação de onde seu conteúdo está sendo exibido.

Todas os atributos mencionados fazem com que **a publicidade digital seja intencionalmente opaca.** Neste sentido, nos últimos anos **o setor tem pressionado as empresas de tecnologia a desenvolver mecanismos que aumentem a transparência**. **Só é possível analisar – e, porventura, buscar a responsabilização – de plataformas onde existe transparência.**

Atualmente, por exemplo, não é sequer possível "rever" um conteúdo publicitário a fim de produção de prova em diversas plataformas. Tal fato impede que pesquisadores ou *watch dogs* da sociedade civil possam investigar práticas danosas das e nas plataformas digitais. Porém, ainda mais preocupante, tal realidade também se aplicaria a um possível órgão que exerça atividade de controle dos danos da publicidade (a exemplo da atuação do Conar, para conteúdo publicitário não digital) exatamente porque **a atividade da publicidade digital é microssegmentada e opaca.**

Corroborando com essa afirmação, o NetLab da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), em parceria com a Secretaria Nacional do Consumidor do Ministério da Justiça e Segurança Pública (Senacon/MJSP), publicou um **relatório crucial sobre a indústria da desinformação e seu impacto nas relações de consumo no Brasil**. O estudo, realizado em 2024, **analisou como as plataformas digitais lidam com a transparência de seus dados e publicidade.**

Para isso, o relatório criou dois índices importantes: o Índice de Transparência Digital (ITD) e o Índice de Transparência de Publicidade (ITP). O objetivo de ambos os índices é fornecer dados sólidos para a criação de políticas públicas que protejam os consumidores.

Os resultados, entretanto, acendem um alerta, sendo mais preocupante, o cenário obtido no Índice de Transparência de Publicidade (ITP). Neste índice, que mede a clareza e a honestidade na publicidade, constatou-se que **nenhuma das plataformas atingiu sequer o nível de transparência satisfatória – tampouco a ideal.**

De acordo com as "Faixas de Pontuação e Classificação", divulgadas no site do Netlab[3] a Meta, atualmente, é a empresa que apresenta maior transparência de anúncios em plataformas de redes sociais no Brasil, atingindo a classificação "regular" ao somar 49,8 pontos na avaliação do ITP.

Plataformas como Telegram, Linkedin, Google Ads, Twitter, Tik Tok, Kwai e Pinterest alternaram entre níveis de transparência considerados precários, irrelevantes ou nulos.

Os dados reforçam que **a transparência não deve ser encarada apenas como uma "boa-prática", mas como verdadeiro dever legal.** Isto porque, uma vez inexistente ou sendo de difícil verificação, não é possível garantir que indivíduos exerçam sua autonomia, inclusive digitalmente.

Assim, nos critérios de excludente de responsabilidade mencionados do item 4, **a transparência - apesar de não ser a única qualidade a ser averiguada - é, indubitavelmente, um dos alicerces da dita "*atuação diligente*".** Assim, o provedor não pode alegar que agiu com zelo se não disponibiliza ferramentas para que essa diligência possa ser aferida.

Inclusive, os Tribunais de Justiça pátrios já responsabilizaram redes sociais e buscadores por anúncios fraudulentos quando constatada omissão no controle ou falta de mecanismos para rastrear o anunciante, ou seja, falta de transparência.

> *Apelação cível. Ação de obrigação de fazer c/c pedido de tutela de urgência. Anúncios patrocinados (Google Ads). Uso indevido de marca registrada ("Ticket360") como palavra-chave em anúncios veiculados por terceiros, com direcionamento a sites fraudulentos (phishing). Alegação de ausência de responsabilidade da plataforma com fundamento no art. 19 do Marco Civil da Internet. Inaplicabilidade do dispositivo.* ***Atividade publicitária remunerada. Provedora que aufere lucro direto e atua de forma ativa na curadoria e exibição de conteúdo patrocinado. Responsabilidade objetiva com base no CDC (art. 14) e no art. 927, parágrafo único, do Código Civil.*** *Concorrência desleal configurada (art. 195, III, da LPI).* ***Dever de fornecer dados cadastrais dos anunciantes e de remover os anúncios abusivos.*** *Alegação de impossibilidade técnica não comprovada. Dever de cooperação processual (art. 378 do CPC). Responsabilidade solidária reconhecida à luz de precedentes do STJ (REsp 2.012.895/SP). Manutenção da condenação ao pagamento de honorários, diante da caracterização da pretensão resistida. Sentença mantida. Recurso desprovido.*
> (TJSP; Apelação Cível 1162338-89.2023.8.26.0100; Relator (a): Marcello do Amaral Perino; Órgão Julgador: 33ª Câmara de Direito Privado; Foro Central Cível - 15ª Vara Cível; Data do Julgamento: 02/09/2025; Data de Registro: 02/09/2025)

Nesse escopo, incidem também o dever de informação, previsto no art. 6º, III, e no art. 31, ambos do CDC, impondo à plataforma a obrigação fornecer informações adequadas e claras sobre os diferentes produtos e serviços, a exemplo daquelas que permitam a identificação do anunciante.

As nuances apresentadas levam a constatação de que garantir a segurança de marcas e consumidores no ambiente digital não é uma tarefa simples, que possa ser delegada a um único ator ou setor; trata-se de um desafio estrutural que só pode ser superado por meio de ação coletiva e coordenada. Entretanto, é necessário garantir as ferramentas para que essa coordenação aconteça.

Diante de tal cenário, mostra-se ainda mais premente a necessidade de que este pretório excelso faça os esclarecimentos necessários para afastar as obscuridades apontadas.

6. Da obscuridade quanto a cooperação institucional entre os poderes republicanos – papel do Poder Executivo

A função social exercida pelas plataformas digitais e o impacto direto de seus serviços sobre as relações de consumo criam um contexto propício para a instituição de uma **obrigação formal de autorregulação**, conforme estabelecido no tópico de deveres adicionais da Tese aventada.

Naturalmente, **tal obrigação não substituiria a atuação estatal**, mas a complementaria e por isso o julgamento da repercussão geral pelo Poder Judiciário ilustra a relevância dessa abordagem que acaba por expor outra **condição indispensável para transformar decisões em resultados concretos: a efetiva cooperação institucional entre os Poderes da República**.

Sem essa articulação, mesmo diretrizes bem fundamentadas correm o risco de permanecer no plano teórico, sem produzir o impacto prático que a sociedade demanda.

Desde o início dos debates houve um esforço para deixar claro que a presente discussão envolvendo a constitucionalidade do dispositivo da lei infraconstitucional não configura invasão de competência de poder alheio, mas verdadeira incumbência da qual a Corte, uma vez acionada, não pode se olvidar de decidir.

Tendo isso em mente, o Min. Luís Roberto Barroso proferiu as seguintes palavras, durante a sessão plenária do dia 26/06/2025:

> *As democracias liberais assentam-se sobre dois grandes pilares: a separação de poderes e (a) proteção de direitos fundamentais.*
> *Esses dois temas estão em questão nesse caso que nós estamos julgando neste momento. No que diz respeito à separação de poderes, como é de conhecimento convencional: o Legislativo legisla, portanto, é ele que cria as leis; o Executivo aplica as leis de ofício e presta os serviços públicos; e o Judiciário aplica a lei contenciosamente, ou seja, aplica a lei nos casos em que surgem conflitos de interesse que são trazidos para julgamento. É precisamente disso que se trata aqui.*

Ato contínuo, Sua Excelência permaneceu defendendo que o Tribunal não está "*legislando*", mas sim "***decidindo dois casos concretos que se puseram perante ele e definindo critérios que vão prevalecer até o momento que o Poder Legislativo****, quando e se entender por bem,* ***vier a prover sobre essa matéria***".

Afinal, na ausência de uma legislação atualizada e adequada, **o art. 19, MCI, deve ser interpretado *de acordo* com a Constituição**.

O Plenário encerrou a leitura da Tese renovando o apelo para que o legislador elabore norma capaz de sanar as deficiências do atual regime quanto à proteção de direitos fundamentais.

De igual modo, se reconheceu a tramitação em curso de importantes projetos de lei sobre temas digitais, referenciando-se, expressamente, o episódio envolvendo a coação coordenada por Big Techs contra a Câmara dos Deputados, durante a tentativa de votação do PL 2630/2020.

Todavia, ainda que seja imperioso que o Brasil, através do Congresso Nacional, avance na seara regulatória, **o Supremo foi silente em relação a participação do Poder Executivo** no contexto abordado.

A partir disso, surge uma **obscuridade significativa**. A omissão da Corte em definir o papel do Executivo em um contexto que exige avanço legislativo do Congresso Nacional cria uma zona cinzenta de competências.

A falta de clareza sobre quem deve agir — ou como — gera uma lacuna que pode levar à inação. Afinal, **sem uma definição clara de responsabilidade e poder, o Executivo pode não se sentir legitimado a atuar de forma proativa na regulamentação de leis com repercussões sobre a matéria**, resultando em um impasse que dificulta o progresso necessário.

Essa obscuridade **não apenas adia a criação de regras essenciais, mas também compromete a coordenação entre os poderes**, algo crucial para uma resposta eficaz e integrada aos desafios do ambiente digital.

O Poder Executivo dispõe de competências normativas e institucionais que podem ser utilizadas para promover um ecossistema digital mais transparente, justo e alinhado aos valores constitucionais, entre os quais se incluem decretos presidenciais, normas indutivas, portarias, entre outros mecanismos de articulação estatal.

Tal atuação também consiste em concretizar a alta interpretação constitucional do STF para que se gere proteção efetiva para os cidadãos, vez que **é plenamente possível – e recomendado – que o Poder Executivo atue através de seus órgãos técnicos e defina padrões para produtos e serviços**, bem como crie procedimentos obrigatórios voltados ao atendimento ao consumidor.

Portanto, ao fazer recomendações somente à atuação do Legislativo, sem recomendar atuação do Executivo, **o Judiciário acaba por reforçar interpretação equivocada de que o Governo não teria competência para atuar em temas afetos à Internet, como a transparência da publicidade e o estabelecimento de deveres de informação.** Tal cooperação entre os poderes da república tanto é necessário que este julgado é reflexo disto. O estabelecimento de normas sobre o ambiente digital é também responsabilidade do judiciário.

Nesse diapasão, requer-se que seja **sanada a obscuridade no tocante a necessária cooperação institucional aventada, para que a Corte esclareça a possibilidade de atuação do Poder Executivo** na tradução da norma jurídica abstrata em regras e políticas claras e aplicáveis, a fim se perfectibilizar a coerência e integração da

interpretação constitutional desenvolvida.

7. **Omissão e contradição quanto a modulação de efeitos temporais**

Finalizando o assentamento da Tese de Repercussão Geral, no item 14, decretou-se que, para *"preservar a segurança jurídica, ficam* ***modulados os efeitos da presente decisão, que somente se aplicará prospectivamente, ressalvadas decisões transitadas em julgado***".

O emprego prospectivo, ainda que tenha previsão legal, é uma exceção à regra geral que estabelece a nulidade da norma inconstitucional desde sua origem. Todavia, é medida compreensível diante da tentativa de não se desestabilizar os ordenamentos jurídico e social de forma abrupta.

Ressalta-se a afirmação categórica de que somente não seriam afetados pelo julgamento os casos em que haja decisão transitada em julgado.

Com a devida vênia, a Colenda Corte incorreu em **significativa omissão ao não especificar critérios cruciais na aplicação da modulação temporal**, eis que **não define o momento exato em que os efeitos da decisão entrarão em vigor**.

Logo, **não resta claro se processos já iniciados** – e que trazem o art. 19, MCI em seu cerne – mas que ainda não foram julgados ou não tiveram sentença transitada em julgado, **serão diretamente afetados pelo v. acórdão**.

Fato que reforça esse entendimento se deu com o **julgamento do próprio RE 1.037.396/SP** (que originou o Tema 987), o qual foi interposto pelo Facebook com base em fatos ocorridos em 2014. Ainda assim, **a Tese foi aplicada ao caso concreto e a plataforma restou vencida**.

Não obstante, **ao negar provimento ao Recurso e, ao mesmo tempo, decretar a modulação de efeitos com caráter *ex nunc,* resta configurada a contradição**.

Ressalta-se, que a implicação mais lógica e favorável aos usuários é a de que a

ampliação da responsabilidade civil das plataformas digitais é aplicável aos processos em curso, não sendo a data do "fato gerador" o critério determinante — mas a fase processual em que os autos se encontram.

À título de exemplo, caso que seria diretamente afetado pela interpretação atual da modulação imposta seria a Ação Civil Pública proposta pela Advocacia-Geral da União (AGU). Tal ação busca a reparação de danos suportados pela coletividade em razão da veiculação em massa de anúncios (1.770 anúncios, segundo a AGU) com golpes e fraudes se utilizando de símbolos e marcas do governo federal, bem como de políticas públicas como o Desenrola e o Voa Brasil.

Portanto, **não aplicar a decisão aqui discutida aos provedores que já estejam sendo processados, implicaria em revitimização dos consumidores afetados.**

Em todo caso, no que tange aos conteúdos publicitários, o novo regime de responsabilidade deriva da aplicação do ato próprio das plataformas, art. 3°, IV, MCI, e não de uma declaração parcial de inconstitucionalidade do art. 19, MCI. Assim, a modulação para o caso de conteúdos publicitários deve se dar de forma diversa daquela apresentada para o art. 19, MCI.

Corroborando com tal entendimento, o Superior Tribunal de Justiça possui precedentes anteriores ao v. acórdão que já reconheciam a inaplicabilidade do art. 19, MCI em casos envolvendo publicidade digital abusiva.

No julgamento do Recurso Especial n° 2.096.417-SP, a Terceira Turma decidiu de forma unânime que mecanismos de busca de plataformas digitais – como o Google Ads – se enquadram na categoria de fornecedores e não de meros hospedeiros de conteúdos gerados por terceiros.

Em trecho de seu voto, a Ministra Nancy Andrighi assim destacou:

> *7. Na análise da responsabilidade civil dos provedores de internet por atos de concorrência desleal no mercado de links patrocinados, não é o conteúdo gerado no site patrocinado que origina o dever de indenizar, mas* ***a forma que o provedor de pesquisa comercializa seus serviços publicitários ao apresentar resultados de busca*** *que fomentem a concorrência parasitária e confundam o consumidor. Por essa razão,* ***não há que se falar na***

> ***aplicação do art. 19 do Marco Civil da Internet***. *[...] (STJ - REsp: 2096417 SP 2023/0328252-0, Relator.: Ministra NANCY ANDRIGHI, Data de Julgamento: 20/02/2024, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJe 07/03/2024)*

Desse modo, na hipótese da egrégia Corte modular os efeitos de sua decisão para que esta possua eficácia prospectiva, **é imperativo que se analise, subsidiariamente, a necessidade de se estabelecer uma distinção em relação aos casos que envolvem publicidade digital**.

Essa distinção é, inclusive, uma forma de se preservar a segurança jurídica, tendo em vista que já existe um entendimento pacificado em matéria infraconstitucional, tanto no STJ (REsp 2.096.417), quanto no TJSP (a exemplo da Apelação Cível 1162338-89.2023.8.26.0100).

Conforme já evidenciado nos tópicos anteriores, a efetividade da decisão depende intrinsecamente da fixação de critérios objetivos, cuja ausência compromete a própria exequibilidade do julgado.

Requer-se, portanto, que seja sanada a contradição em relação aos efeitos prospectivos da Tese aventada e seu eventual marco inicial de vigência.

8. Conclusão

Pelas razões expostas, requer-se que sejam acolhidos os presentes Embargos de Declaração, com fulcro no art. 1022, I e II, CPC, para que sejam sanados os vícios apontados, reformando-se o v. acórdão, para o aprimoramento da Tese fixada, de modo a:

a) Esclarecer os parâmetros objetivos que definem a “atuação diligente”, o “tempo hábil” e o conceito de “rede artificial de distribuição”, para fins de aferição da responsabilidade das plataformas digitais, conforme item 4 da Tese fixada no Tema 987 da Repercussão Geral;

b) Esclarecer se os provedores de serviços de e-mail (como Gmail e similares) também se submetem à mesma presunção de responsabilidade quanto à veiculação de

conteúdos publicitários pagos, sanando a contradição existente no acórdão;

c) Reconhecer e explicitar que os deveres de transparência previstos nos itens 8 a 10 da Tese constituem critérios indissociáveis da "atuação diligente" das plataformas, vinculando a transparência e a rastreabilidade de conteúdos publicitários à excludente de responsabilidade;

d) Sanar a obscuridade quanto à cooperação institucional entre os Poderes da República, esclarecendo a possibilidade e o dever de atuação do Poder Executivo na implementação, regulamentação e fiscalização das normas decorrentes da decisão, de forma articulada com o Legislativo e o Judiciário;

e) Sanar a omissão e contradição relativas à modulação temporal dos efeitos da decisão, definindo com precisão o marco inicial de vigência da Tese e esclarecendo:

- Se os processos em curso, ainda não transitados em julgado, estarão sujeitos à nova interpretação do art. 19, MCI; ou, não sendo o caso,

- Que subsidiariamente, seja conferido tratamento diferenciado para os casos que envolvem publicidade digital e conteúdos patrocinados, em razão da aplicação do art. 3º, IV, MCI.

Termos em que,
pede deferimento.

ASSINADO DIGITALMENTE
ROBERTA MIGUEIS FERREIRA DA SILVA
A conformidade com a assinatura pode ser verificada em:
https://serpro.gov.br/assinador-digital
Serpro

Humberto Ribeiro
OAB/MG 213.535

Roberta Migueis
OAB/RJ 219.395

Flora Santana
OAB/SP 539.728