



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

Registro: 2025.0000327891

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos estes autos de Apelação Cível nº 1088004-84.2023.8.26.0100, da Comarca de São Paulo, em que são apelantes/apelados RWS MATERIAIS ELÉTRICOS, ELETRÔNICOS E ILUMINAÇÃO LTDA. e GOOGLE BRASIL INTERNET LTDA, é apelado/apelante ELÉTRICA SILVEIRA LTDA.

ACORDAM, em 2ª Câmara Reservada de Direito Empresarial do Tribunal de Justiça de São Paulo, proferir a seguinte decisão: "Negaram provimento aos recursos. V. U.", de conformidade com o voto do Relator, que integra este acórdão.

O julgamento teve a participação dos Exmos. Desembargadores RICARDO NEGRÃO (Presidente sem voto), SÉRGIO SHIMURA E MAURÍCIO PESSOA.

São Paulo, 1º de abril de 2025

NATAN ZELINSCHI DE ARRUDA

RELATOR

Assinatura Eletrônica



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

Apelação Cível n.º 1.088.004-84.2023.8.26.0100

Apelantes e reciprocamente apelados: RWS MATERIAIS ELÉTRICOS, ELETRÔNICOS E ILUMINAÇÃO LTDA., GOOGLE BRASIL INTERNET LTDA. E ELÉTRICA SILVEIRA LTDA.

Comarca: SÃO PAULO

Voto n.º 56.712

Obrigação de não fazer. Sentença impôs obrigação à ré Google, a fim de que se abstenha da venda ou de permissão de aquisição por terceiros de 'links' patrocinados ou anúncios que remetam à marca nominativa da requerente, por meio da ferramenta 'Google Ads' bem como determinou que a requerida Rws Materiais Elétricos se abstenha de utilizar e explorar, a qualquer título e em qualquer meio, o nome empresarial da parte autora “Elétrica Silveira”, sob pena de multa. Condenação em danos morais 'in re ipsa' e condenação em danos materiais, conforme o disposto no art. 210 da Lei n.º 9.279/96. Violação marcária configurada. Diluição da marca, afrontando o direito de exclusividade de uso. Concorrência desleal caracterizada. Ré, ora apelante, que se qualifica como simples intermediária entre anunciantes e usuários, deve observar o necessário, inclusive as cautelas para que não ocorra a violação referida. Obrigação que se

faz presente, em razão de decisão judicial, não sendo o caso de aplicação do artigo 19 do Marco Civil da Internet, visto que o pedido não envolve remoção de conteúdo, e sim abstenção de comercialização de anúncios patrocinados que utilizam indevidamente o elemento nominativo da marca da autora como palavra-chave na plataforma 'Google Ads'. Inteligência dos Enunciados XVII e XXIII do Grupo de Câmaras Reservadas de Direito Empresarial desta Egrégia Corte. Desnecessidade, ademais, de indicação de URLs específicas, pois a requerida possui condições tecnológicas para restrição de palavras-chave. Danos morais e materiais compatíveis com as peculiaridades da demanda. Pretensão de majoração não demonstra supedâneo, ante a ausência de outros dados. Sucumbência levou em consideração o desfecho da demanda. Princípios da razoabilidade e proporcionalidade destacados. Sentença que se apresenta adequada. Apelos desprovidos

1. Trata-se de apelações interpostas tempestivamente, com base na r. sentença de págs. 725/735, aclarada pelos embargos de págs. 740/741, que julgou procedente ação de obrigação de não fazer cumulada com indenização por danos materiais e morais, abrangendo o anúncio no *Google Ads*.



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

Alega a corré Google Brasil Internet Ltda. que a sentença merece reforma, destacando que o nome empresarial não contém suficiente distintividade, pois a expressão “Elétrica Silveira” é formada por termos genéricos e descritivos da própria atividade da apelada e todos os demais *players* do mercado de materiais elétricos, e a pretensão de exclusividade sobre tais expressões pode significar a restrição de inúmeros resultados de pesquisa, em prejuízo aos próprios usuários, haja vista que a norma legal reflete o princípio da distintividade do direito marcário, não tendo o condão de distinguir os seus titulares dos demais concorrentes no mercado, reportando-se à doutrina, e a expressão “Elétrica Silveira” não constitui sinal de propaganda, transcrevendo ementas de acórdãos. Menciona que a *Google* é uma empresa privada de tecnologia, qualificando-se como provedor de aplicação, salientando o *Google Search* e o *Google Ads* que têm propaganda contextualizada, sendo que o anúncio aparece em local próprio, diferenciado dos resultados orgânicos de busca como insígnia de “Anúncio”, entregando mais resultados às buscas feitas pelos usuários, que são devidamente identificados e informados, e o anunciante deve obedecer a políticas e regras estabelecidas pela *Google*, mas a *Google* não exerce censura prévia ou curadoria dos anúncios, reportando-se ao artigo 19 da Lei do Marco Civil da Internet. Ressalta o uso de marca de terceiro como palavra-chave para disparo de anúncio, sendo que a marca do terceiro não aparece no anúncio, ela é apenas o termo ou palavra-chave imputado pelo usuário no buscador, que enseja o disparo do anúncio por ocasião do resultado daquela pesquisa específica, fazendo propaganda contextualizada condizente com o contexto da busca, referindo-se a gôndolas de supermercados e produtos variados, bem como às vetustas Páginas Amarelas, além de destacar pareceres de



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

doutrinadores. Dá ênfase à ausência de prejuízo aos consumidores, já que não cabe ao provedor aferir eventual ofensa à marca registrada, muito menos a nome empresarial, haja vista uma quantidade incomensurável de informações, não havendo, assim, ato ilícito nem violação marcária, uma vez que a marca ou outros sinais distintivos são utilizados apenas como palavra-chave para executar a busca, ausente, assim, a alegada concorrência desleal, mesmo porque, a autora, ora apelada, não detém registro marcário válido e o nome comercial não gera proteção marcária, não podendo a sentença condenar a *Google* a se abster, de modo genérico de utilizar a expressão “Elétrica Silveira” como palavra-chave para todos os seus anunciantes, exceto à apelada, sendo que a proteção se restringe ao Estado de São Paulo, não havendo nenhum uso indevido da marca de terceiro. Aduz que não existe concorrência desleal, pois ausente fraude ou confusão dos consumidores, reportando-se à pesquisa realizada objetivando avaliar a capacidade de diferenciação pelos consumidores dos resultados orgânicos frente aos resultados e patrocinados por ferramentas de buscas na plataforma *Google*, indicando os percentuais respectivos, já que existe a mesma lógica da propaganda comparativa, haja vista que se limita a mais informação e opção ao consumidor, uma vez que não existe escolha sem que haja opções, destacando, ainda, que se trata de uma espécie de *marketing* direcionado, reduzindo as barreiras de acesso de novas empresas no mercado, fomentando a concorrência, e não o contrário. Faz referência à ausência do dever de indenizar, pois não existe ato ilícito, atrelado a nenhum nexos causal ou eventual dano, já que não houve violação marcária, nem concorrência desleal, não havendo fundamento legal ou jurídico para obstar a apelante do regular exercício da atividade. Declara que os danos morais não são admitidos a pessoa jurídica, uma vez que não existe abalo da idoneidade e



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

confiabilidade perante o mercado de negócios, não havendo, também, violação de propriedade industrial. Faz menção subsidiária sobre a ordem de remoção, que deve seguir os critérios do artigo 19 do Marco Civil da Internet, além do que a URL é o único meio que permite a localização inequívoca do conteúdo publicamente disponível, e a remoção está condicionada à indicação da URL do material a ser removido. Salienta a observância ao princípio da especialidade marcária, requerendo, afinal, o reconhecimento de ausência de ilícitos; delimitação do comando jurisdicional, de acordo com o artigo 19 do Marco Civil da Internet; subsidiariamente, requer que seja complementada a ordem, para que reflita sobre o comando jurisdicional específico, contendo a URL do material questionado ou identificação específica do anunciante.

A corré RWS Materiais Elétricos, Eletrônicos e Iluminação Ltda. também recorreu alegando que não utilizou o nome da apelada, nem configurou seus anúncios na plataforma *Google Ads*, para lesar direitos de terceiros. Destaca a inexistência de violação ao uso da marca/nome, pois não fez em nenhum momento uso do nome/marca “Elétrica Silveira”, havendo claras diferenças entre as formas de apresentação, o que impede confusão apta a materializar um desvio de clientela, reportando-se aos dois *sites*. Salienta que o uso de determinados termos como palavra-chave no *Google Ads* não configura ato ilícito ou desleal, não havendo violação aos direitos de propriedade industrial. Ressalta a inexistência de dano, requerendo o provimento do recurso para que a ação seja julgada improcedente ou redução da verba indenizatória.

A autora Elétrica Silveira Ltda. recorreu adesivamente



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

apresentando uma síntese da demanda e requerendo a majoração do valor fixado a título de danos morais, pois arbitrado aquém do que comumente é concedido em casos idênticos, reportando-se a ementas de acórdãos. Requer, afinal, o provimento do recurso para a fixação da indenização em valor não inferior a R\$40.000,00, condizente com a média das condenações em casos idênticos, em atenção aos princípios da razoabilidade e proporcionalidade.

Os recursos foram contra-arrazoados pela autora Elétrica Silveira Ltda., págs. 875/880 e págs. 881/885, pela corré RWS Materiais Elétricos, Eletrônicos e Iluminação Ltda., págs. 892/896, bem como pela corré Google Brasil Internet Ltda., págs. 908/926, rebatendo integralmente as recíprocas apelações.

Oposição ao julgamento virtual (pág. 930).

É o relatório.

2. A r. sentença apelada merece ser mantida.

O internauta, ao procurar pela marca de titularidade do polo ativo, digitando o seu elemento nominativo, é induzido a erro, sendo direcionado a 'sites' de terceiros, págs. 47/54, que se aproveitam do nome da marca da requerente na plataforma 'Google Ads', o que não pode ser chancelado pela requerida, haja vista que se faz presente o uso de marca sem o consentimento de quem detém a titularidade, e a apelante não procedeu às cautelas necessárias.



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

Sobre esse tema em específico, o C. Grupo de Câmaras Reservadas de Direito Empresarial deste E. Tribunal de Justiça, em sessão realizada na data de 27/09/2022, definiu no Enunciado XVII (com redação alterada na sessão de 12/12/2023):

“Caracteriza ato de concorrência desleal a utilização de elemento nominativo de marca registrada alheia, nome empresarial ou título de estabelecimento, dotado de suficiente distintividade e no mesmo ramo de atividade, como vocábulo de busca à divulgação de anúncios contratados junto a provedores de pesquisa na internet.”

Na hipótese, a apelante não impugnou o uso indevido da marca apelada através da ferramenta *Google Ads*, limitando-se a defender a legalidade e legitimidade de tal conduta, portanto, a violação marcária está reconhecida, e, consequentemente, a concorrência desleal está configurada.

Deste modo, deve ser imposto à ré, ora apelante, a abstenção de comercializar ou permitir a aquisição por terceiros de link patrocinado ou anúncio que utilizem de forma parasitária o elemento nominativo da requerente, sem a devida autorização legal desta, através do 'Google Ads'.

Não se pode olvidar que, ao vender o anúncio ou permitir a compra supramencionada, sem a anuência da titular da marca, a ora recorrente tem a responsabilidade para tanto, e a referência genérica e



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

superficial envolvendo propalada censura ou prévia análise, não pode sobressair, mas, ao contrário, a requerida deve observar as cautelas necessárias para não incidir na conduta, ou seja, o fato da *Google* comercializar palavras-chaves, não a isenta do cuidado necessário abrangendo marcas devidamente registradas, a fim de que não sejam utilizadas de forma indevida por concorrentes.

Ademais, embora a ferramenta de publicidade em si já possa gerar concorrência desleal, o uso indevido de marca alheia atrai potenciais clientes aos concorrentes, tal conduta é caracterizada como parasitária ou '*free riding*', prejudicando a identidade da marca ao impedir que os consumidores identifiquem corretamente se os produtos ou serviços anunciados são provenientes do detentor da titularidade, de uma empresa relacionada, ou de um terceiro, dificultando, assim, a informação precisa ao consumidor.

Ainda, no tocante ao pedido subsidiário, a necessidade da indicação das URLs específicas não se faz necessária, haja vista que não se trata de pedido de supressão de conteúdo, e sim de abstenção de comercialização ou permissão de aquisição, por terceiros, de anúncios ou 'links' patrocinados que utilizam indevidamente a marca de titularidade do polo ativo, de modo que não se aplica à hipótese o disposto no art. 19 do Marco Civil da Internet, salientando-se que a apelante possui tecnologia para cumprir a determinação.

Nesse sentido:



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

“(...) 11. O provedor de pesquisas tem controle ativo das palavras-chaves que está comercializando, sendo tecnicamente possível evitar a violação de propriedade intelectual. Tal entendimento não enseja monitoramento em massa nem restrição de liberdade de expressão, somente maior diligência no momento de ofertar serviços de publicidade digital. (...)” (STJ, Terceira Turma, REsp nº 2.012.895/SP, rel. Min. Nancy Andrighi, j. 08.08.2023, DJe 15.08.2023).

Do mesmo modo, oportuna a transcrição de julgado recente do C. Superior Tribunal de Justiça:

“RECURSO ESPECIAL. AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE FAZER CUMULADA COM PEDIDO INDENIZATÓRIO POR DANOS MORAIS E MATERIAIS. LINKS PATROCINADOS. PROVEDOR DE PESQUISA. MARCO CIVIL DA INTERNET. CONCORRÊNCIA DESLEAL. CONCORRÊNCIA PARASITÓRIA. CONFUSÃO DO CONSUMIDOR. RESPONSABILIDADE CIVIL. 1. Ação de obrigação de fazer cumulada com pedido indenizatório por danos morais e materiais, ajuizada em 19/11/2013, da qual foram extraídos os presentes recursos especiais, interpostos em 19/09/2022 e 20/09/2022 e conclusos ao gabinete em 17/11/2023. 2. O propósito recursal consiste em decidir se: a) configura-se como ato de concorrência desleal a compra de palavra-chave idêntica à marca de empresa concorrente, junto ao provedor de pesquisa, para que anúncio próprio apareça em destaque no resultado de buscas; b) a responsabilidade limitada dos provedores de pesquisa, prevista no art. 19 do Marco Civil da Internet, aplica-se à sua atuação no mercado de links patrocinados, c) há abuso de direito na determinação judicial que, configurada a conduta desleal, veda que o provedor de pesquisa utilize o nome de determinada empresa no Google Ads, independentemente de quem o compre ou do seu ramo de atuação comercial, e d) se é irrisória a condenação fixada a título de danos morais. 3. O art. 195, III, da Lei de Propriedade Intelectual determina que comete crime de

concorrência desleal quem emprega meio fraudulento, para desviar, em proveito próprio ou alheio, clientela de outrem. 4. A utilização de marca como palavra-chave para direcionar o consumidor do produto ou serviço para o link de seu concorrente configura-se como meio fraudulento para desvio de clientela, porquanto permite a concorrência parasitária e a confusão do consumidor. 5. A contratação de links patrocinados, em regra, caracteriza concorrência desleal quando: (i) a ferramenta Google Ads é utilizada para a compra de palavra-chave correspondente à marca registrada ou a nome empresarial; (ii) o titular da marca ou do nome e o adquirente da palavra-chave atuam no mesmo ramo de negócio, e (iii) o uso da palavra-chave é suscetível de violar as funções identificadora e de investimento da marca e do nome empresarial adquiridos como palavra-chave. Precedentes. 6. Se comprovada a concorrência desleal por links patrocinados, a ordem judicial que busque cessar essa prática deve determinar que a fornecedora dos serviços publicitários se abstenha de usar o nome de determinada empresa como palavra-chave para destacar o site de sua concorrente. 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. 8. O art. 209 da Lei de Propriedade Intelectual garante ao prejudicado por atos de violação de direitos de propriedade industrial e atos de concorrência desleal o direito de haver perdas e danos, mormente quando lesarem a reputação ou os negócios, criarem confusão entre estabelecimentos comerciais, industriais ou prestadores de serviço, ou entre os produtos e serviços postos no comércio. 9. O dano moral por uso indevido da marca é aferível in re ipsa ou seja, sua configuração decorre da mera comprovação da prática de conduta ilícita, revelando-se despicienda a demonstração de prejuízos concretos ou a comprovação probatória do efetivo abalo moral. 10. Na hipótese de concorrência desleal, os danos materiais se presumem, tendo em vista o desvio de clientela e a confusão entre as marcas, podendo ser apurados em liquidação de sentença. 11. A modificação do valor fixado a título de danos morais somente é permitida quando a quantia estipulada for irrisória ou exagerada. Precedentes. 12. Recurso especial de GOOGLE BRASIL INTERNET LTDA conhecido e parcialmente provido para reformar a



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

determinação judicial que impediu a utilização da marca "PROMEN" na ferramenta de busca Google Ads, para vedar apenas a comercialização da marca "PROMEN" para empresa que seja sua concorrente; recurso especial de GW SERVIÇOS ADMINISTRATIVOS E PARTICIPAÇÕES LTDA e MASSA FALIDA DE ARTE CLEANER CLÍNICAS MÉDICAS LTDA conhecido e não provido." (REsp n. 2.096.417/SP, relatora Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, julgado em 20/2/2024, DJe de 7/3/2024).

Ademais, embora a apelante Google, alegue que a empresa autora não possui o uso exclusivo do nome empresarial devido à falta de registro no INPI, frise-se que o C. Grupo de Câmaras Reservadas de Direito Empresarial deste E. Tribunal aprovou, em sessão realizada na data de 12/12/2023, o Enunciado XXIII:

“Enunciado XXIII – A utilização de elemento nominativo de marca, nome empresarial ou título do estabelecimento concorrente, como palavra-chave na plataforma de anúncios do Google (Google Ads), caracteriza utilização parasitária, por propiciar prática de ato de concorrência desleal (art. 195, III, da Lei n. 9.279/1996), implicando responsabilidade solidária do provedor, em razão do risco da atividade (art. 927, par. ún., do CC). Inaplicabilidade do art. 19, do MCI, porque a escolha de palavra-chave, para serviço de publicidade direcionada, não se confunde com produção de conteúdo por terceiros.”

Da mesma forma, confira-se julgados desta Egrégia Corte:



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

“Apelação. Propriedade industrial. Marca. Ação inibitória. Improcedência da ação e da reconvenção. Inconformismo das autoras e da reconvinte. Acolhimento de ambos os recursos. Marca "SUMUP", "SUM UP" e "SUMUP TOP"; e marca "REDE" de titularidade das autoras e da reconvinte, respectivamente, com ambas atuantes no ramo de serviços de processamento de transações com cartão de crédito e de cartão de débito. A utilização de elemento nominativo de marca concorrente como palavra-chave na plataforma de anúncios do Google (Google Ads) caracteriza utilização parasitária do poder atrativo da marca alheia. Ato de concorrência desleal (art. 195, III e IV, da Lei n. 9.279/1996). Acervo probatório que demonstra o uso de elemento nominativo da marca das autoras e da reconvinte como palavra-chave, na plataforma "GOOGLE ADS", que caracteriza prática de concorrência desleal, confusão do consumidor e diluição da marca. Enunciados XVII e XXIII do Grupo de Câmaras Reservadas de Direito Empresarial. Precedentes do C. STJ (REsp nº 2.012.895-SP e REsp 1.937.989/SP). Decisão reformada. Recursos das autoras provido. Recurso da reconvinte parcialmente provido.” (Apelação Cível 1082003-25.2019.8.26.0100; Relator Grava Brazil; 2ª Câmara Reservada de Direito Empresarial; j. 25/06/2024).

“PROPRIEDADE INDUSTRIAL - CONCORRÊNCIA DESLEAL – MARCAS "CASAS BAHIA" e "PONTO FRIO", QUE SE ENCONTRAM REGISTRADAS NO INPI EM NOME DA AUTORA APELANTE - AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE NÃO FAZER CUMULADA COM REPARAÇÃO DE DANOS – "LINK" PATROCINADO (GOOGLE ADS) – Ação proposta pela VIA S/A contra a MAGAZINE LUIZA S/A, visando inibir a prática de concorrência desleal, pelo uso indevido de suas marcas ("CASAS BAHIA" e "PONTO FRIO"), por meio do mecanismo de busca GOOGLE ADS - Sentença que julgou improcedente a ação, ao fundamento de inocorrência de violação às marcas da autora – Inconformismo da autora – Acolhimento - No caso, restou demonstrado que as partes exploram o mesmo ramo de atividade e que a ré MAGAZINE LUÍZA contratou os serviços de anúncios patrocinados junto ao sites de pesquisas Google, para que seu site aparecesse como resultado de destaque, caso o usuário digitasse as expressões "Casas Bahia" e "Ponto Frio" - Situação que gera confusão no mercado consumidor e desvio de clientela - Ré que utilizou indevidamente a marca da autora, violando os direitos de propriedade industrial – Incidência dos Enunciados XVII e XXIII do Grupo de Câmaras Reservadas de Direito Empresarial - Dano moral presumido - Violação ao direito de uso exclusivo



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

da marca por seu titular - Fato capaz de gerar confusão no mercado consumidor e desvio de clientela - Dano moral presumido, fixado nessa instância em R\$ 10.000,00 – Dano material a ser apurado em fase de liquidação, nos termos do art. 210 da Lei n. 9.279/1996 - Sentença reformada – RECURSO PROVIDO.” (Apelação Cível 1130874-18.2021.8.26.0100; Relator Sérgio Shimura; 2ª Câmara Reservada de Direito Empresarial; j. 28/05/2024).

Descabida as alegações do apelante Rws Materiais Elétricos que não cometeu o ato ilícito, uma vez que ficou comprovou-se que ao buscar o nome da empresa autora no Google o internauta é levado ao site do recorrente Rws. Logo, não há como afastar a responsabilidade.

Quanto a condenação por danos morais. De fato, o comprovado uso indevido da marca, que causa confusão nos consumidores, já proporciona suporte para a verba reparatória, inclusive *in re ipsa*, uma vez que a imagem do polo ativo, no âmbito mercadológico ou em análise geral, já sofrera alguma adversidade, o que se mostra suficiente para proporcionar a condenação

Aliás, a esse respeito, o E. STJ1 já decidiu que “o dano moral por uso indevido da marca é aferível '*in re ipsa*', ou seja, sua configuração decorre da mera comprovação da prática de conduta ilícita,



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

revelando-se despicienda a demonstração de prejuízos concretos ou a comprovação probatória do efetivo abalo moral.”.

Desta forma, a verba reparatória arbitrada em R\$ 15.000,00 se apresenta compatível com as peculiaridades da demanda, não merecendo qualquer reparo, pois afasta o enriquecimento sem causa do polo ativo, bem como tem finalidade pedagógica para que o polo passivo não reitere no comportamento inadequado, considerando-se, ainda, a capacidade econômica das partes.

Com isso, não merece acolhida o pedido da autora apelante.

Outrossim, nesse contexto, o dever de indenizar materialmente é inconteste, de modo que os danos materiais devem ser apurados em fase de liquidação de sentença, com base no artigo 210 da Lei n.º 9.279/96, conforme consignado em sentença.

Destarte, nada existe para ser modificado na sentença em exame, que se apresenta clara e precisa, além de devidamente fundamentada, cabendo à ré o cumprimento da obrigação correspondente.

Por fim, em decorrência do desfecho da demanda, considerando que o autor apelante decai em parte mínima do pedido recursal fixo em favor dos patronos dos réus a quantia de R\$ 1.500,00 e majoram-se os honorários advocatícios em favor do patrono do autor ao importe de 12% do valor da condenação, com base no art. 85, § 11, do Código de Processo Civil.



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

3. Em remate, cabe registrar que *“O julgador não está obrigado a responder a todas as questões suscitadas pelas partes, quando já tenha encontrado motivo suficiente para proferir a decisão. O julgador possui o dever de enfrentar apenas as questões capazes de infirmar (enfraquecer) a conclusão adotada na decisão recorrida.”* (EDcl no MS 21315-DF, Rel. Min. Diva Malerbi - Desembargadora convocada do TRF da 3ª Região, julgado em 8/6/2016).

4. Com base em tais fundamentos, **nega-se provimento aos recursos.**

NATAN ZELINSCHI DE ARRUDA
RELATOR

V353