



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

Registro: 2025.0000920679

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos estes autos de Apelação Cível nº 1162338-89.2023.8.26.0100, da Comarca de São Paulo, em que é apelante GOOGLE BRASIL INTERNET LTDA, é apelado TICKET360 TECNOLOGIA E SOLUÇÕES LTDA..

ACORDAM, em sessão permanente e virtual da 33ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça de São Paulo, proferir a seguinte decisão: **Negaram provimento ao recurso. V. U.**, de conformidade com o voto do relator, que integra este acórdão.

O julgamento teve a participação dos Desembargadores LUIZ EURICO (Presidente sem voto), ANA LUCIA ROMANHOLE MARTUCCI E CARMEN LUCIA DA SILVA.

São Paulo, 2 de setembro de 2025.

MARCELLO DO AMARAL PERINO

Relator(a)

Assinatura Eletrônica



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

Apelação Cível nº 1162338-89.2023.8.26.0100
Apelante: Google Brasil Internet Ltda
Apelado: Ticket360 Tecnologia e Soluções Ltda.
Comarca: 15ª Vara Cível do Foro Central Cível
Magistrado(a): Fernando Antonio Tasso

Voto nº 7137

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 auferir 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.

Trata-se de recurso de apelação interposto por **Google Internet Brasil Ltda** contra a r. sentença proferida às fls. 128/131, cujo relatório se adota, que, nos autos da ação ordinária com pedido liminar, proposta por **Tis Eventos Culturais Ltda - Me**, julgou procedente os pedidos para condenar a ré: (i) a fornecer os dados cadastrais (nome, endereço físico e eletrônico, CPF e número de telefone) da pessoa que contrata os anúncios do 'Google Ads' referentes aos links acostados às fls. 9; (ii) a excluir o site utilizado de modo abusivo. Consignou que “a distribuição do ônus de sucumbência merece fundamentação específica, diante da peculiaridade do presente caso. Como foi afastada a incidência do artigo 19 do

Marco Civil da Internet, há presença do princípio da causalidade, de modo que condenado a ré ao pagamento das custas e de honorários de sucumbência que fixo em R\$5.000,00 (cinco mil reais), dada a irrisoriedade do valor da causa, o que chama a incidência do art. 85, §8º do Código de Processo Civil”.

Embargos de declaração interpostos pela ré, às fls. 134/143, que restaram rejeitados na r. decisão de fls. 149.

Irresignada, apela a ré, às fls. 153/177, sustentando, em apertada síntese, que não possui obrigação legal de armazenar ou fornecer dados cadastrais (como nome, CPF, e-mail ou número de telefone), mas tão somente os registros de acesso à aplicação (IP, data e hora), nos termos do artigo 15 da Lei 12.965/2014 (Marco Civil da Internet). Alega que a sentença extrapolou os limites legais ao exigir a entrega de dados não previstos em lei e que não estão em sua posse, o que configuraria obrigação de impossível cumprimento, vedada pelo artigo 248 do Código Civil. Afirma ainda que a própria legislação e jurisprudência do STJ reconhecem a suficiência do fornecimento do IP para identificação do usuário, e que, uma vez fornecidos os dados previstos, eventuais identificações pessoais devem ser buscadas junto ao provedor de conexão.

Quanto à desindexação da URL apontada, afirma que cumpriu integralmente a obrigação nos limites técnicos possíveis, pois o conteúdo não se encontra mais disponível, tampouco indexado na Busca do Google. Sustenta, ainda, que a remoção de conteúdo depende de ordem judicial específica, com a devida individualização por meio de URL, sendo inviável a análise subjetiva pela plataforma acerca de eventual ilicitude, sob pena de censura e violação à liberdade de expressão.

Por fim, alega ausência de pretensão resistida, requerendo o afastamento da condenação em custas e honorários, ou, subsidiariamente, que cada parte arque com os honorários de seus patronos.

Recurso regularmente processado e preparado às fls. 176/178.

Contrarrazões apresentadas às fls. 181/204.



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

As partes não se opuseram ao Julgamento Virtual.

É o relatório.

Em fase de juízo de admissibilidade, anoto que se encontram presentes nos autos os requisitos legais necessários para o processamento do recurso.

O recurso não comporta provimento.

Inicialmente, cumpre analisar o cerne da controvérsia: se a Google pode ser responsabilizada civilmente pela veiculação de anúncios patrocinados que utilizam indevidamente marca registrada de terceiro, no caso, “Ticket360”, em sua plataforma Google Ads.

A apelante se vale do artigo 19 do Marco Civil da Internet, que condiciona a responsabilização do provedor de aplicações à inércia após ordem judicial específica. No entanto, tal dispositivo deve ser interpretado de forma sistemática, teleológica e ponderada, em conformidade com os princípios da boa-fé, da função social do contrato, da livre concorrência e da proteção ao consumidor, todos alicerces do ordenamento jurídico pátrio (art. 2º, V, do Marco Civil).

No presente caso, não se trata de conteúdo espontâneo gerado por usuários em redes sociais ou fóruns públicos, mas de anúncios pagos, claramente inseridos no contexto de atividade comercial, dos quais a Google auferiu lucros diretos, razão pela qual não incide ao caso o referido dispositivo legal.

A jurisprudência majoritária, inclusive do C. Superior Tribunal de Justiça, vem reconhecendo a responsabilidade civil objetiva de provedores de internet em situações que envolvem conteúdo patrocinado ou impulsionado, haja vista a natureza ativa e intermediária exercida por tais plataformas. Confira-se:

“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. LITISCONSÓRCIO NECESSÁRIO.

*CONCORRENCIA DESLEAL. CONCORRENCIA PARASITÓRIA . CONFUSÃO DO CONSUMIDOR. RESPONSABILIDADE CIVIL. RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA. 1 . Ação de obrigação de fazer cumulada com pedido indenizatório por danos morais e materiais, ajuizada em 21/11/2018, da qual foram extraídos os presentes recurso especiais, interpostos em 13/10/2021 e 18/10/2021 e conclusos ao gabinete em 01/08/2022 e 14/04/2023.2. 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) há litisconsórcio passivo necessário entre o anunciante que adquiriu os serviços de links patrocinados e o provedor de pesquisa; e c) 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 .3. O litisconsórcio necessário, à exceção das hipóteses de imposição legal, encontra sua razão de ser na natureza da relação jurídica de direito material, pois haverá indispensabilidade da presença de todos os litisconsortes em um dos polos da ação, porquanto os efeitos da decisão de mérito atingirão todos os titulares do direito material em questão.4. Na ação em que um terceiro pretende receber indenização e desconstituir os efeitos de um contrato oneroso de publicidade digital, firmado entre sua concorrente e o provedor de pesquisas, sob o fundamento de que o objeto do contrato se configura como ato de concorrência desleal, há litisconsórcio necessário dos contratantes para que possam realizar sua defesa em juízo e garantir a efetividade do contrato oneroso que firmaram .5. **A finalidade da proteção ao uso das marcas - garantida pelo disposto no art. 5º, XXIX, da Constituição da Republica e regulamentada pelo art. 129 da LPI - é dupla: por um lado, protegê-las contra (I) usurpação, (II) proveito econômico parasitário e (III) desvio desleal de clientela alheia e, por outro, evitar que o (IV) consumidor seja confundido quanto à procedência do produto (art . 4º, VI, do CDC). Precedentes.6. 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.7. **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.*⁸ . Nos termos do art. 32 do Código Brasileiro de Autorregulamentação da Publicidade, não há que se falar em publicidade comparativa quando o ato em questão gera (I) confusão entre os consumidores, (II) concorrência desleal e (III) proveito injustificado do prestígio da empresa concorrente.⁹ O art. 209 da Lei de Propriedade Intelectual garante ao prejudicado o direito de haver perdas e danos decorrentes de atos dessa natureza, 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.¹⁰ 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.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.¹² **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.**¹³. Recurso especial de LOUNGERIE S/A conhecido e desprovido; recurso especial de GOOGLE BRASIL INTERNET LTDA conhecido e desprovido, com majoração de honorários.” (STJ - REsp: 2012895 SP 2022/0210121-4, Relator.: Ministra NANCY ANDRIGHI, Data de Julgamento: 08/08/2023, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJe 15/08/2023) - destaquei

O artigo 14 do Código de Defesa do Consumidor, também aplicável, estabelece a responsabilidade objetiva do fornecedor de serviços por defeitos na prestação do serviço, sendo evidente, no caso, o defeito na curadoria e



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

controle de anúncios fraudulentos.

Assim, não subsiste a tese de que a Google não poderia ser responsabilizada senão após ordem judicial específica, pois o ônus de zelar pela legalidade dos anúncios veiculados mediante pagamento é inerente à própria prestação do serviço.

A omissão da plataforma diante de conteúdo evidentemente fraudulento, que viola direito marcário e expõe consumidores a risco, configura negligência grave, ultrapassando a proteção prevista no artigo 19 do Marco Civil da Internet.

No que tange à concorrência desleal e violação da marca, restou incontroverso nos autos que anúncios patrocinados veiculados por meio do Google Ads utilizavam indevidamente a marca registrada “Ticket360”, direcionando os usuários a sites de phishing, com o propósito de enganar o consumidor e capturar indevidamente seus dados e valores.

Tais condutas se enquadram no artigo 195, III, da Lei de Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/96), que considera ato de concorrência desleal o “emprego de meio fraudulento para desviar clientela de outrem”.

Assim a r. sentença de origem corretamente afastou a incidência do artigo 19 do Marco Civil da Internet, com base nos princípios da especialidade normativa e da proteção ao consumidor, além de reconhecer a responsabilidade solidária da Google, nos termos do artigo 927, parágrafo único, do Código Civil.

Conforme abordado no *decisum* recorrido e nas contrarrazões, a Google atua, no âmbito do Google Ads, como intermediadora ativa entre anunciantes e consumidores, além de se beneficiar diretamente das transações realizadas. Exercendo controle sobre a plataforma, define, por meio de algoritmos, quais anúncios serão exibidos e para qual público, o que evidencia sua participação ativa na dinâmica de veiculação de conteúdo patrocinado, afastando a tese de mera neutralidade técnica.

Dessa forma, é inegável que a Google assume posição de protagonismo na cadeia de consumo, atraindo para si a responsabilidade por eventuais ilícitos praticados mediante sua plataforma publicitária.

Quanto à alegação da apelante de que é tecnicamente impossível fornecer dados cadastrais completos dos anunciantes, limitando-se ao fornecimento de informações mínimas, como endereço IP, data e hora de acesso, tal tese não se sustenta.

A criação de contas no Google Ads exige a inserção de diversos dados, como razão social ou nome do anunciante, endereço físico, e-mail e dados de pagamento, todos necessários ao funcionamento da plataforma e ao processamento de transações financeiras.

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/2018), em especial nos artigos 37 e 46¹, impõe ao controlador de dados a obrigação de manter registros das operações de tratamento e de adotar medidas de segurança para proteger tais informações. Nesse contexto normativo, presume-se o dever de guarda dos dados cadastrais informados pelos usuários para fins de contratação de serviços como o Google Ads.

A alegação de impossibilidade técnica para fornecimento dos dados requisitados, apresentada sem qualquer comprovação documental ou perícia independente, não encontra amparo no artigo 378 do Código de Processo Civil, que estabelece o dever de colaboração das partes com o juízo para o esclarecimento da verdade. A simples invocação de impedimentos genéricos, desacompanhada de elementos mínimos de prova, revela-se insuficiente para afastar o cumprimento da obrigação imposta na sentença.

Em relação aos honorários advocatícios, saliento que o ajuizamento da presente demanda decorreu da inércia da Google, que, notificada extrajudicialmente, recusou-se a tomar qualquer medida proativa para cessar os

¹ **LGPD: “Art. 37.** *O controlador e o operador devem manter registro das operações de tratamento de dados pessoais que realizarem, especialmente quando baseado no legítimo interesse.”; “Art. 46, caput:* *Os agentes de tratamento devem adotar medidas de segurança, técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou qualquer forma de tratamento inadequado ou ilícito”.*



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

anúncios fraudulentos e fornecer dados dos responsáveis. Tal conduta caracteriza a pretensão resistida e justifica a condenação em honorários de sucumbência, nos termos do princípio da causalidade.

A fixação dos honorários em R\$ 5.000,00 mostra-se razoável, proporcional e adequada à complexidade da causa, devendo ser mantida.

Nos termos do artigo 85, §11, do CPC, impõe-se, ainda, a majoração da verba honorária devida pela apelante em 5%, considerando o trabalho adicional do patrono da parte apelada em grau recursal.

Destarte, deu correta solução à lide o i. magistrado *a quo*, razão pela qual, a manutenção da r. sentença recorrida, por seus próprios e adequados fundamentos, é medida que se impõe.

Para que não se alegue cerceamento do direito de recorrer, dou por prequestionados todos os dispositivos legais referidos na fase recursal, bastando que as questões tenham sido enfrentadas e solucionadas no voto, como ocorreu, pois “desnecessária a citação numérica dos dispositivos legais” (STJ EDCL. No RMS 18.205/SP, Rel. Min. Felix Fischer, j.18.04.2006).

Ante o exposto, pelo meu voto, **NEGO PROVIMENTO AO RECURSO.**

MARCELLO DO AMARAL PERINO

Relator