

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

DÉCIMA TERCEIRA CÂMARA CÍVEL

APELAÇÃO CÍVEL Nº 0047490-38.2009.8.19.0021

APELANTE: ARACELI DA SILVA DOS SANTOS (autora)

APELADO 1: GOOGLE BRASIL INTERNET LTDA (2º réu)

APELADO 2: LUIZ FELIPE PINTO RODRIGUES (1º réu)

RELATORA : DES. SIRLEY ABREU BIONDI

Ação indenizatória movida por usuária de *site* de relacionamento (ORKUT) em face do autor, responsável pelas ofensas e da empresa proprietária do *site* (Google do Brasil Ltda). Sentença de parcial procedência, condenando o usuário que promoveu as ofensas e julgando improcedente o pedido em relação à empresa, proprietária do *site*. Legitimidade passiva do Google que não se afasta, tendo em vista a própria teoria da asserção. Relação de consumo caracterizada, ainda que aparentemente gratuito o serviço, tendo em vista o lucro indireto auferido pelo prestador dos serviços. Incidência das regras do CDCON. Compete à empresa que é a proprietária do *site*, diligenciar no sentido de que mensagens ofensivas sejam imediatamente retiradas do ar, assim que solicitado pela pessoa ofendida. *“A fiscalização prévia, pelo provedor de conteúdo, do teor das informações postadas na web por cada usuário não é atividade intrínseca ao serviço prestado, de modo que não se pode reputar defeituoso, nos termos do art. 14 do CDC, o site que não examina e filtra os dados e imagens nele inseridos. O dano moral decorrente de mensagens com conteúdo ofensivo inseridas no*



site pelo usuário não constitui risco inerente à atividade dos provedores de conteúdo, de modo que não se lhes aplica a responsabilidade objetiva prevista no art. 927, parágrafo único, do CC/02" contudo, "ao ser comunicado de que determinado texto ou imagem possui conteúdo ilícito, deve o provedor agir de forma enérgica, retirando o material do ar imediatamente, sob pena de responder solidariamente com o autor direto do dano, em virtude da omissão praticada" (RESP nº 1.193.764-SP (2010/0084512-0), Relatora: Ministra Nancy Andrighi, Data do Julgamento: 14/12/2010). Prova inequívoca de que há dificuldade de comunicação dos usuários com o prestador do serviço. Não se pode exigir que a ofendida siga todos os procedimentos pré-estabelecidos pela empresa, sem levar em conta a sua vulnerabilidade técnica, na posição de consumidora. Falha no dever de informação e transparência, culminando, assim, na prestação do serviço de forma defeituosa. Responsabilidade solidária decorrente da lei, devendo ser, *in casu*, reconhecida. Dano moral *in re ipsa*, merecendo alteração, a quantia fixada, que passa a ser R\$ 40.000,00 (quarenta mil reais), dentro dos critérios de razoabilidade e proporcionalidade exigidos, bem como atentando-se para o dano causado pelos réus. **PROVIMENTO PARCIAL DO RECURSO**, reconhecendo-se a solidariedade do 2º réu (Google), com alteração do *quantum* indenizatório. Ônus da sucumbência por conta do 2º réu juntamente com o 1º réu.

Vistos, relatados e discutidos estes autos da **APELAÇÃO CÍVEL Nº 0047490-38.2009.8.19.0021**, em que figuram como apelante, **ARACELI DA SILVA DOS SANTOS** (autora), apelada 1, **GOOGLE BRASIL INTERNET LTDA** (2ª ré) e apelado 2, **LUIZ FELIPE PINTO RODRIGUES** (1º réu),



ACORDAM os Desembargadores que integram a Décima Terceira Câmara Cível, **POR UNANIMIDADE**, em **DAR PARCIAL PROVIMENTO AO RECURSO**, nos termos do voto da Des. Relatora.

RELATÓRIO

Cuida-se de **AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE FAZER** cumulada com **INDENIZATÓRIA**, ajuizada sob o procedimento comum ordinário por **ARACELI DA SILVA DOS SANTOS** em face de **LUIZ FELIPE PINTO RODRIGUES e GOOGLE BRASIL INTERNET LTDA**, onde pretende a parte autora, inclusive em sede de antecipação de tutela, a retirada de seu nome e imagem do *site* de relacionamento, denominado "Orkut", bem como indenização a título de dano moral. Para tanto, alega que o 1º réu – Luiz Felipe - teria inserido seu nome e sua imagem na página do *site* de relacionamento "Orkut", pertencente ao 2º réu (Google) e que ali sua pessoa estaria sendo denegrada.

Com a **inicial** vieram os documentos de fls. 06/26.

Decisão interlocutória de fls. 28, **deferindo a tutela antecipada e gratuidade de justiça.**

Agravo de Instrumento interposto pelo 2º réu (Google) em face da decisão de fls. 28, cujo seguimento foi negado, sendo mantida a decisão atacada.

Contestação do 2º réu (Google) às fls. 89/117, acompanhada dos documentos de fls. 118/141, alegando ilegitimidade passiva, inaplicabilidade do CDCON, fato exclusivo de terceiro, rompimento do nexo de causalidade e ausência de dano moral.

Regularmente citado (fls. 155) o 1º réu (Luiz) não ofereceu defesa, razão pela qual foi decretada sua revelia (fls. 201).

Sentença às fls. 287/288, que **JULGOU PROCEDENTE** o pedido nos termos seguintes:

“(...) JULGO PROCEDENTE o pedido a teor do art. 269, inciso I do CPC, TORNANDO DEFINITIVA A TUTELA de fls. 28 apenas para manter a retirada do nome e a imagem da autora do site de relacionamento ‘orkut’. CONDENO o 1º réu a indenizar a autora a título de dano moral na importância de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais), quantia que deve ser devidamente corrigida pelos índices da E. Corregedoria-Geral de Justiça deste Tribunal a partir da prolação desta sentença e acrescida de juros de 1% (um por cento) ao mês contado da citação. Condeno o 1º réu nas custas processuais e honorários advocatícios que fixo em 10% sobre o valor da condenação (...)”.

A autora ingressou com recurso de **apelação** (fls. 290/295), requerendo o reconhecimento da responsabilidade solidária do 2º réu (Google), bem como a majoração da indenização pelo dano moral que lhe foi causado.

Recurso recebido no efeito devolutivo – fls. 612.

Contrarrazões às fls. 614/628, prestigiando a sentença.

Relatei.

VOTO



Presentes os pressupostos e requisitos de admissibilidade, conhece-se do recurso, passando-se, a seguir, ao exame do mérito.

Do minucioso cotejo dos autos, depreende-se que a autora, com o intuito de se ver compensada pelo dano moral que entende haver sofrido, ingressou com a presente ação de modo a responsabilizar **LUIZ FELIPE PINTO RODRIGUES** e **GOOGLE BRASIL INTERNET LTDA** pela ofensa aos seus direitos de personalidade, uma vez que o 1º réu, Sr. Luiz, fez publicar no site de relacionamento Orkut, de propriedade do 2º réu, Google, conteúdo que teria abalado a sua honra.

Impõe-se dar destaque ao fato de que o processo correu à revelia em relação ao 1º réu (Luiz). Ao final, o Juízo *a quo* julgou procedente o pedido de indenização por dano moral com relação ao réu revel (Luiz), mas afastando a responsabilidade do 2º réu (Google) quanto ao evento danoso descrito na inicial e pelo qual a autora busca a devida reparação. E inconformada com o *decisum*, a autora apelou, pretendendo obter o reconhecimento da responsabilidade do 2º réu – Google – e a exasperação do valor da indenização.

Ab initio, a respeito da ilegitimidade passiva invocada pelo 2º réu – Google -, especial destaque deve ser dado à teoria da asserção, que prevê como parte legítima, aquela que é indicada pela parte autora para responder ao processo. Nesse passo, eventual ilegitimidade passará a ser tratada como questão a ser resolvida no mérito. Termos em que, bastante para a fixação da pertinência subjetiva as assertivas relatadas na inicial.

E a respeito do assunto, mais uma vez, vale ser trazida a preciosa lição do eminente Prof. e Des.



Sergio Cavalieri Filho que, em sua obra, Programa de Responsabilidade Civil, ensina que “sempre que quisermos saber quem é o responsável teremos que identificar a quem a lei imputou obrigação, porque ninguém poderá ser responsabilizado por nada sem ter violado o dever jurídico preexistente”.

Não será demasia acentuar que **a autora, de forma clara e precisa, descreveu minuciosamente os fatos, esclarecendo que o site que albergou a ofensa pertence ao 2º réu – Google - , ora apelado, alegando, a autora/apelante, que instado a tomar providências sobre as referidas ofensas, o apelado quedou-se inerte. Aliás, não há negativa do réu nesse sentido, pautando sua defesa na tese de que não há prova de que a autora seguiu as instruções para comunicação do abuso e que não pode ser responsabilizado pelas ofensas praticadas por terceiro. Portanto, se o próprio réu Google não nega a ocorrência dos fatos e que o serviço é prestado por ele, não há que se falar, então, em ilegitimidade passiva.**

Afastada a preliminar, passamos à matéria de fundo.

Frise-se que a ofensa e abalo à honra subjetiva da autora são fatos que se afiguram incontroversos, não cabendo mais digressões acerca do tema, sendo certo **que o objeto do recurso movido pela autora repousa na tese jurídica de responsabilidade solidária da sociedade empresária Google, o que não foi reconhecido pelo Juízo a quo, bem como na possibilidade de exasperação do quantum fixado a título de indenização pelo dano moral que lhe foi causado.**

Insta mencionar que em Primeira Instância, não foi reconhecida a responsabilidade do 2º réu – Google – argumentando o ilustre Julgador nos seguintes termos (**grifos nossos**):



“não há prova de que a ré entrou em contato com o 2º réu em diversas oportunidades, solicitando que a aludida página fosse retirada do ar (fls. 04), sendo certo que às fls. 286 disse não ter outras provas a produzir. Em suma, o 2º réu quando intimado da tutela antecipada de fls. 29, a cumpriu integralmente e neste sentido observou os deveres inerentes à sua atividade, não havendo que se falar em dano moral”.

À luz dos fundamentos do *decisum* guerreado, cumpre ser observado, que **o próprio magistrado afirma que o 2º réu observou os deveres inerentes à sua atividade cumprindo a determinação contida da decisão que deferiu a antecipação de tutela de fls. 29.** O que chama a atenção é que a autora precisou obter do Judiciário uma antecipação de tutela para que a sociedade empresária Google retirasse do ar o conteúdo ofensivo. Assim, a alegação da autora no sentido de que entrou em contato com o *site* não pode, simplesmente, ser desconsiderada, pois da experiência do homem médio, e ponderando-se valores com os critérios da razoabilidade, é possível concluir que ingressar com ação judicial e obter tutela antecipada é um caminho muito mais longo e trabalhoso do que entrar em contato com o fornecedor do serviço e, o que se verifica diariamente nesta Casa de Justiça é que as pessoas buscam o Judiciário depois da omissão ou resposta negativa daqueles que vem a ser réus em ações posteriormente promovidas.

Antes de tudo, confirma-se a incidência das regras inerentes à relação de consumo existente entre a autora e a sociedade empresária Google Brasil Internet Ltda, uma vez que preenchidos, sim, os seus requisitos. Isso, porque encontram-se presentes os requisitos subjetivos (consumidor e fornecedor – artigos 2º c/c 17 e 3º da Lei 8078/90) e objetivos (produto e serviço – §§ 1º e 2º do artigo 3º da mesma lei) previstos no CDCON, **abrindo-se especial destaque para o fato de que o serviço ser prestado de forma gratuita não**



desnatura, aqui, a natureza consumerista da relação, tendo em vista que o termo “mediante remuneração” disposto no art. 3º, § 2º, do CDC deve ser interpretado de forma ampla, pois não há como ser negado o ganho indireto auferido pelo prestador do serviço ora debatido.

Não tem o menor cabimento, sequer pensar que o 2º réu, por não receber diretamente dos seus usuários, alguma parcela em dinheiro, que coloca à disposição, a rede de relacionamento Orkut, sem auferir lucro. Impossível tal ato filantrópico. Não há mistério. A partir do momento que a companhia angaria seguidores, praticamente de todas as partes do mundo, certo é que auferir renda à medida que disponibiliza espaço em todas as páginas, para anunciantes de toda sorte de compra e venda de mercadorias e serviços. E ainda, se não fosse o negócio rentável desenvolvido pelo 2º réu – Google – ainda assim a legislação consumerista teria que ser aplicada, haja vista a total desigualdade de aparato técnico entre o serviço prestado pelo Google e o conhecimento técnico do qual possui seus usuários. **E tanto assim é, que o usuário cria a sua página, que é toda administrada pelo Google, sem ao menos ter a mínima idéia de como a engrenagem virtual funciona. Por tudo isso, por ser o usuário, a parte mais vulnerável da relação jurídica com o site e o seu dono, imperiosa a aplicação de todas as regras do estatuto consumerista.**

E a respeito do assunto, em seu artigo sobre “**A RESPONSABILIDADE CIVIL DOS DANOS ADVINDOS DO SITE DE RELACIONAMENTO ORKUT**”, discorre apropriadamente o advogado Eduardo Biondi (**grifos nossos**):

“É evidente que o serviço prestado é muito bem remunerado pela publicidade que é realizado nas páginas do Orkut. O que ocorre nesse caso, é que a remuneração auferida pelo Google se dá de maneira indireta. A lei não estabelece que a remuneração seja efetivamente paga pelo tomador

do serviço, e sim, que o serviço prestado pelo fornecedor lhe faça auferir rendas, mesmo que indiretamente.

Ora, para mostrar que o ganho do Google se dá de maneira indireta, trouxemos alguns dados ilustrativos.

Para se ter uma idéia, o Google atualmente é mais do que uma empresa de faturamento medido em bilhões de dólares. **Hoje, sabe-se que o Google é a empresa de mídia mais valorizada da bolsa de valores de Nova York (sendo a quinta maior empresa dos Estados Unidos em valor).**

Seu IPO (Oferta Inicial Pública de ações na Bolsa), que ocorreu em agosto de 2004 com um valor de US\$ 85 a U\$ 95 por ação, chegou a U\$ 704,79 em 31 de outubro de 2007, fazendo com que o mecanismo de busca supere em valor de mercado empresas como Coca-Cola, IBM, HP, Wal-Mart e muitas outras.

É bem verdade, que empresas como a Google e Yahoo movimentam juntas mais do que o PIB de alguns países e valem mais do que companhias consagradas pelo tempo, como a Dell, IBM e Coca-Cola. Não são números para desprezar.

Ainda, pode-se dizer, que os lucros do Google ocorrem através dos chamados *links* patrocinados, que representam um dinheiro novo que muda dia após dia e vem aumentando ao longo dos anos de maneira substancial. Por tais motivos o Google está crescendo ano após ano seu faturamento.

Acrescenta-se a título de curiosidade, que A ZenithOptimedia prevê para 2008 que o mercado da internet avance cerca de 21% enquanto em 2009, alcance o percentual de 13%, movimentando US\$ 43 bilhões.



Portanto, é fácil visualizarmos que os ganhos da empresa Google com o site de relacionamentos Orkut, se dá de maneira indireta, auferindo bilhões e bilhões em lucro.

No próprio Orkut, podemos observar que aparecem alguns links de patrocinadores, bem como, links para instigar o consumidor digital a utilizar outros programas oferecidos pela Google. Esse é o caso da mensagem atual que aparece no Orkut com os seguintes dizeres: "Try Orkut in Google Chrome" (Google Chrome é o novo programa feito pela empresa Google que é concorrente direto do programa Internet Explorer, elaborado pelo Windows). E podemos dizer, que são vários os outros programas que aparecem *linkados* ao site de relacionamentos Orkut, como é o caso do Google maps, Google phone, gmail, Google adwords, Google adsense, Google docs" (novembro de 2009 - artigo publicado na internet).

Cumpra nesse exato ponto, ser feito um parêntesis sobre a forma que é disponibilizada para um usuário de serviço essencial, tipo luz, gás, telefone fixo, celular, internet... efetuar uma reclamação. O usuário de tais serviços tem diversas opções para entrar em contato com as empresas, seja via telefone, via internet... Ocorre que o mesmo não acontece com relação aos provedores e aos administradores de sites onde a distância entre o usuário e um preposto, é imensa , uma vez que há subdivisões incompreensíveis para o homem médio. A título de exemplo, podemos citar um ingresso no site **www.hotmail.com** e iremos nos deparar com diversos caminhos, tais como Windows Live ID, Messenger, skydrive, Xbox live, Windows Live Solution Center, o que soa extremamente complicado na maioria das vezes. E então vem a pergunta: se algo não está funcionando na minha página que é administrada pelo Google, com quem vou me comunicar para resolver o problema, se inexistente 0800 disponibilizado para os usuários e se inexistente um canal direto entre consumidor e prestador de

serviço... daí ser impossível exigir-se da autora, no presente caso, a prova concreta de quantas vezes tentou entrar em contato com o réu Google, narrando sua *via crucis*, sem que o problema tenha sido solucionado antes do ingresso no Judiciário.

Chega-se à inarredável conclusão de que o Código de Defesa do Consumidor, não pode ser afastado da relação mantida entre a autora/apelante e o 2º réu, Google, até porque é ele quem administra o site “Orkut”, é ele quem obtém lucro com as propagandas que veicula a cada segundo nas páginas dos usuários do site Orkut, é ele que detém o aparato tecnológico mais intenso; é o usuário a parte mais fraca, mais distante da engrenagem virtual, de maneira que deve o réu estar sujeito ao núcleo de regras e princípios protetores dos direitos dos consumidores enquanto tais - inclusive no que se refere à possibilidade de inversão do ônus da prova e a natureza da responsabilidade objetiva que pesa sobre seus ombros.

Sim, o STJ já examinou a matéria, concluindo que *“a fiscalização prévia, pelo provedor de conteúdo, do teor das informações postadas na web por cada usuário não é atividade intrínseca ao serviço prestado, de modo que não se pode reputar defeituoso, nos termos do art. 14 do CDC, o site que não examina e filtra os dados e imagens nele inseridos. O dano moral decorrente de mensagens com conteúdo ofensivo inseridas no site pelo usuário não constitui risco inerente à atividade dos provedores de conteúdo, de modo que não se lhes aplica a responsabilidade objetiva prevista no art. 927, parágrafo único, do CC/02”* (RESP nº 1.193.764-SP (2010/0084512-0), Relatora: Ministra Nancy Andrighi, Data do Julgamento: 14/12/2010). Todavia, no mesmo *decisum*, a eminente Ministra concluiu que **“ao ser comunicado de que determinado texto ou imagem possui conteúdo ilícito, deve o provedor agir de forma enérgica, retirando o material do ar imediatamente, sob pena de**

responder solidariamente com o autor direto do dano, em virtude da omissão praticada”.

Digno de nota é o fato de que não se está discutindo aqui questão de anonimato, pois o autor direto da ofensa já foi, inclusive, condenado pelo Judiciário. Tampouco se debate a questão da responsabilidade objetiva da empresa que administra o *site*, sob o ponto de vista do risco do empreendimento, já que não se tem a fiscalização prévia, pelo provedor de conteúdo, do teor das informações postadas na web por cada usuário, como atividade intrínseca ao serviço prestado.

O ponto que se pretende debater, a partir de agora, com olhar apontado para o caso concreto, é a responsabilidade da empresa tendo em vista a verossimilhança das alegações autorais, bem como os documentos carreados aos autos.

Frise-se, por oportuno, que **o 2º réu – Google – somente reconhece como reclamação oficial da ofensa aquela comunicação procedida segundo os ditames por ele pré-estabelecidos, desconsiderando a realidade de que alguns consumidores simplesmente não detém habilidade técnica para efetuar o procedimento exigido pela empresa.** Para que se possa esclarecer a sociedade acerca dos procedimentos exigidos, imperioso é colacionar informações elucidativas acerca dos procedimentos que, em tese, deveriam ser adotados pela vítima da ofensa veiculada no *site*.

De início, ressalta-se que se o usuário estiver como visitante de uma comunidade, ou perfil de terceiro, existe uma opção à esquerda da tela, escrito em fonte sem destaque, a opção “denunciar abuso”. Contudo, se o usuário estiver no seu próprio perfil, tal opção não aparece.

Assim, caso o usuário queira denunciar algo que esteja acontecendo em seu próprio perfil, ao que parece, de início, deverá ele ter atenção ao rodapé da página principal do site de relacionamento em tela, onde, **em letras minúsculas**, existe a opção “ajuda”:

[Sobre o orkut](#) | [Acesse orkut.com](#) | [Blog](#) | [Desenvolvedores](#) | [Central de segurança](#) | [Privacidade](#) | [Termos de uso](#) | [Publicidade](#) | [Ajuda](#)

Na página da “ajuda”, o usuário encontra diversas alternativas:

- **Informações gerais**

- [Sobre o orkut](#)
- [Dicas importantes](#)
- [Políticas do orkut](#)
- [Privacidade](#)
- [Anúncios](#)
- [Fórum de Ajuda dos usuários](#)

- **Recursos do orkut**

- [Orkut no celular](#)
- [Recados](#)
- [Fotos](#)
- [Comunidades](#)
- [Aplicativos](#)
- [Bate-Papo](#)
- [Temas](#)
- [Compartilhar no orkut](#)
- [Outros recursos](#)
- [Novidades do orkut](#)

- **Segurança**

- [Proteção à sua conta](#)
- [Configurações de privacidade](#)
- [Conteúdo impróprio](#)
- [Acesso à conta](#)

- **Minha conta**

- [Meu perfil](#)
- [Nome de usuário e senha](#)
- [Configurações da conta](#)
- [Amigos do orkut](#)



- Emails enviados pelo orkut
- Como proteger minha conta do orkut
 - Problemas
 - Mensagens de erro
 - Outros problemas
 - Problemas conhecidos

Uma vez que o usuário tenha conhecimento, por exemplo, de “conteúdo impróprio”, deve ele se dirigir a tal opção, onde surgem outras novas opções:

Conteúdo impróprio

- Política de remoção do orkut
- Ignorar outro usuário (bloquear alguém)
 - Uso não autorizado de minhas fotos
- Upload de imagens e política de remoção
 - Spam no orkut
 - Vídeos ofensivos
- Filtro de segurança no orkut
- Denunciar roubo de identidade no orkut
 - Linguagem adulta
- Informações para usuários adolescentes
 - Recursos on-line
- Políticas de Conteúdo do orkut

E, para entender melhor o que seria conteúdo impróprio, o usuário deveria, então, clicar na opção “políticas de conteúdo do orkut” e ler todas as regras ali inseridas, o que para um simples usuário, sem conhecimentos técnicos é por demais penoso:

Políticas de Conteúdo do orkut

As Políticas de Conteúdo a seguir são regras para serem compartilhadas e seguidas pelos membros do orkut. O orkut é um lugar onde os usuários podem expressar suas próprias crenças e valores, e as nossas Políticas de Conteúdo ajudam a manter um ambiente positivo que permite tal expressão. Estas políticas devem ser aplicadas a todo conteúdo disponível no orkut, tanto em perfis, como em comunidades, e serão atualizadas de acordo com as necessidades do orkut e das ferramentas disponíveis, por isso recomendamos que você revise este documento com frequência.

Nós levamos estas Políticas de Conteúdo do orkut a sério e pedimos que você também as respeite. Como membro do orkut, você tem certas responsabilidades a si mesmo e aos outros usuários.

Como denunciar abusos

Se você acredita que alguém está violando estas Políticas de Conteúdo, use o botão **ações**, no topo da página, e em seguida **denunciar abuso** na página do perfil ou comunidade em questão. Se você clicar em 'denunciar abuso', nós analisaremos a sua denúncia e tomaremos as medidas adequadas. Tenha em mente que nem todas as denúncias resultarão em remoção de conteúdo.

Nós encorajamos nossos usuários a utilizar perfis e comunidades no orkut para compartilhar idéias livremente. Entretanto, temos restrições a certos conteúdos e comportamentos inapropriados. Clique nos links abaixo para ler sobre tais restrições. A violação de qualquer uma destas restrições pode resultar na suspensão ou remoção de um perfil ou comunidade.

Nudez e material explicitamente sexual

Nós não permitimos nudez, imagens mostrando atos sexuais ou qualquer outro material explicitamente sexual. Também não permitimos conteúdo cujo propósito é levar tráfego a sites pornográficos comerciais ou que promovam pedofilia, incesto ou bestialidade. A Google tem uma política de tolerância zero contra pornografia infantil, o que inclui animação ou desenhos gráficos de pornografia infantil.

Se soubermos da existência desse tipo de conteúdo, vamos desativar o seu perfil e remover o conteúdo. Também somos obrigados a reportar o incidente e o responsável pelo conteúdo às autoridades apropriadas. Também nos reservamos o direito de remover os perfis de condenados ou de criminosos sexuais conforme determinação ou exigência das leis aplicáveis.

Conteúdo malicioso

Nós não permitimos textos criados com o único propósito de difamar e injuriar a reputação de alguém através de ataques pessoais sem qualquer comentário de cunho político, profissional ou social.

Segurança de adolescentes

Crianças menores de 13 anos não podem acessar o orkut, mas os adolescentes que têm entre 13 e 18 são permitidos no orkut com o Filtro de Segurança ativado. Se



alguém enviar comentários sexuais a um menor, sua conta pode ser excluída permanentemente.

Leia mais [informações para usuários adolescentes](#).

Comportamento violento

Não ameace, assedie ou perturbe insistentemente outros usuários. Nós encorajamos nossos usuários a tentarem resolver suas disputas por conta própria, mas poderemos agir em casos de graves ameaças. Note que também não permitimos textos ou imagens violentas que promovam crueldade contra animais.

Discurso de ódio

Nós não permitimos manifestações de ódio contra grupos de pessoas baseado em raça ou origem étnica, religião, idade, deficiência, sexo ou orientação/identidade sexual.

Idade

Ao criar um perfil no orkut, os usuários devem inserir sua real data de nascimento. Os usuários precisam ter pelo menos 13 anos de idade para usar o orkut. Se encontrarmos qualquer evidência de que um usuário tenha mentido sobre sua idade, podemos excluir sua conta.

Roubo de identidade (personificação)

Nós não permitimos perfis que roubem a identidade de outras pessoas ou qualquer comportamento que seja enganoso ou tenha como propósito propagar conteúdo enganoso. Veja mais [informações sobre roubo de identidade no orkut](#).

Informação privada e confidencial

Nós não permitimos a publicação não-autorizada de informação privada e confidencial de uma pessoa, como números de cartão de crédito, números de identidade, números de passaporte, números de carteira de motorista ou outros documentos, ou qualquer outra informação que não esteja acessível publicamente. Para proteger sua própria informação privada e confidencial, tenha cuidado com o tipo de conteúdo que você compartilha com outros.

Direitos autorais

Nós responderemos a denúncias claras de infração de direitos autorais. Para registrar uma reivindicação oficial, denuncie uma violação de direitos autorais e também veja o regulamento sobre direitos autorais.

Atividades ilegais

O orkut não deve ser usado para fins ilícitos ou para a promoção de atividades perigosas e ilegais. Se encontrarmos um perfil ou comunidade agindo de tal forma, poderemos remover o conteúdo e notificar as autoridades competentes.

Spam, malware e phishing

Nós não permitimos a transmissão de malware e vírus ou qualquer outra atividade que possa interromper o serviço ou atingir outros usuários. Spam também é proibido e, podemos incluir: propaganda não-solicitada, uso de meios automáticos para realizar ações como a criação de perfis, envio de recados, depoimentos, convites, criação de comunidades, etc. Códigos (scripts) maliciosos também não são permitidos.

E, após o usuário tentar “enquadrar” o fato concreto ocorrido com ele numa das hipóteses mencionadas pelo *site* como conteúdo impróprio, o mesmo usuário deve iniciar uma nova “saga”, na busca de alcançar seu objetivo, que é a remoção imediata do conteúdo que lhe ofendeu. **E, provavelmente, a esta altura, o usuário estará se perguntando “como é que devo fazer mesmo para denunciar o abuso?”**

Partindo do pressuposto de que o usuário se lembre de que leu em algum lugar e que existe, exatamente na parte de “política de conteúdo do orkut”, um parágrafo sobre “como denunciar abusos”, o usuário consumidor deverá, então, seguir aquelas instruções (“se você acredita que alguém está violando estas Políticas de Conteúdo, use o botão ações, no topo da página, e em seguida denunciar abuso na página do perfil ou comunidade em questão. Se você clicar em 'denunciar abuso', nós analisaremos a sua denúncia e tomaremos as medidas



adequadas. **E novamente depara-se com o fato de que nem todas as denúncias resultarão em remoção de conteúdo” – grifos nossos).**

Ora, apenas pelas breves considerações anteriores feitas a respeito do *site* de relacionamento Orkut (de onde partiram as ofensas à pessoa da autora e que é administrado pelo Google, 2º réu), o que se nota é a existência de um contrato de adesão onde o usuário/consumidor está obrigado a agir do modo unilateralmente traçado pelo 2º réu – Google – caso queira alcançar seu objetivo de ver o conteúdo removido, sendo desconsiderada totalmente, pelo prestador do serviço, a possível vulnerabilidade técnica do usuário. E, mesmo assim, caso o usuário logre êxito em cumprir todas as etapas exigidas pelo prestador de serviço, as garantias de sucesso não são absolutas, pois, se a empresa não entender o conteúdo como impróprio, mesmo que esteja abalando a honra subjetiva da pessoa, ele não será retirado do ar.

Sempre é bom rememorar a redação do artigo 51, IV do Estatuto do Consumidor:

“Art. 51. **São nulas de pleno direito**, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

(...)

IV - estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade”.

Chega-se, assim, a um ponto crucial a ser levantado no debate ora travado neste Órgão Colegiado:

Como afirmar que a autora não está dizendo a verdade quando diz que tentou, várias vezes, entrar em contato com a empresa para resolução do seu problema?



Como se pode imaginar a autora, se mantendo inerte e vendo sua imagem todos os dias, sendo denegrada virtualmente ???

Não se afigurara cristalina a violação, pelo 2º réu – Google - , dos objetivos princípios dispostos no Código de Proteção e Defesa do Consumidor, a partir do momento em que não existe um canal de comunicação eficiente com o usuário?

Relembremos, pois, quais são os objetivos e princípios basilares dispostos na Lei 8078/90:

“Art. 4º. A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo **o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos**, a melhoria da sua **qualidade de vida**, bem como a **transparência e harmonia das relações de consumo**, atendidos os seguintes princípios: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

I - **reconhecimento da vulnerabilidade** do consumidor no mercado de consumo;

II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), **sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;**

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V - **incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;**

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo".

Ora, a dificuldade de comunicação do usuário com o 2º réu já nos leva à conclusão de que o direito do consumidor está sendo violado, exsurgindo daí um dano, dano este a ser suportado, solidariamente, pelo 2º réu. Ressalte-se que o fornecedor de serviços responde não só pela prestação do serviço de forma defeituosa, mas também pelas informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e risco.

“Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, **bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos**”.

A solidariedade, então, é medida que decorre da própria Lei, valendo ressaltar que o 2º réu – Google – deve responder objetivamente não pelo risco inerente à atividade, mas pela falha em solucionar imediatamente a questão levantada pela autora, o que se presume tendo em vista a dificuldade constatada na comunicação entre usuário e prestador de serviço, bem como falta de informações claras e precisas.

Dessarte, o caso trazido a lume também nos impõe a seguinte conclusão: não se pode reconhecer a relação de consumo existente entre as partes e afastar, de todo, a obrigatoriedade do respeito aos objetivos e princípios que lhe são inerentes. O espírito da lei, fazendo leve alusão a Montesquieu, é a proteção integral do consumidor, parte vulnerável na relação de consumo. Trata-se da correta aplicação do princípio da isonomia, onde os desiguais devem ser tratados com desigualdade.

E, uma vez que Montesquieu tenha sido citado, autor cujas teorias exerceram profunda influência no pensamento político moderno e inspiram a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, de 1789, não será demais lembrar a lição extraída do seu escrito mais famoso, O Espírito das Leis (*L'Esprit des lois*), de 1748:

“Se é verdade que o caráter do espírito e as paixões são extremamente diversos nos diferentes climas, as leis devem ser relativas à diferença dessas paixões e à diferença desses caracteres”.



De conhecimento notório que problemas como este trazido nos autos ocorrem não só no Brasil, mas no mundo todo, tendo em vista a abrangência internacional do serviço prestado. Vale, a título de nota, colacionar alguns arestos sobre o tema, oriundos de julgamentos ocorridos em solo nacional (**grifos nossos**):

TJRJ

“APELAÇÃO CÍVEL. RESPONSABILIDADE CIVIL. CONSUMIDOR. DANOS MORAIS. **PERFIL FALSO EM SITE DE RELACIONAMENTO. Procedência de pretensão de indenização por danos morais oriundos de graves ofensas à reputação e à honra de usuária do Orkut,** decorrentes da criação de perfil falso no site de relacionamentos, no qual constava nome, comunidades e fotos **vulgares. Relação de consumo, caracterizada.** Remuneração indireta, advinda da exploração do espaço publicitário do Orkut, cujos anunciantes são atraídos pelo enorme público formado por seus usuários. Preenchimento dos requisitos do art. 3º, § 2º, do CDC. Precedentes do TJRJ. Responsabilidade objetiva, fundada na teoria do risco do empreendimento. Fato de terceiro (art. 14, § 3º, inc. II, do CDC). Inocorrência. Falta do dever de cautela na contratação e a falha no dever de segurança nos serviços prestado aos consumidores. Risco da atividade empresarial. Fortuito interno. Súmula 94 do TJRJ. Premissa de que aquele que recebe os bônus da exploração de uma atividade também deve responder pelo ônus. Precedente do STJ. Ademais, ainda que não seja esse o entendimento perfilhado por alguns, **a responsabilização da apelante também decorreria do fato de o provedor de hospedagem, após notificado da violação de direitos da personalidade da apelada, ter se quedado inerte, deixando de adotar as providências necessárias para pôr fim à ofensa. Precedentes do STJ.** Verba relativa ao dano moral, fixada em valor

excessivo, a impor sua redução para o montante de R\$ 30.000,00, em observância aos princípios da razoabilidade e da proporcionalidade, bem como à média fixada pelo eg. STJ para casos similares. Precedente do STJ. Sentença que, no que pertine ao valor da verba compensatória dos danos morais, está em testilha com jurisprudência dominante do eg. STJ. Art. 557, § 1º-A, do CPC. PARCIAL PROVIMENTO DO RECURSO. Demais alegações recursais, enquadradas no art. 557, caput, do CPC” (0012222-17.2008.8.19.0001 - Apelação Des. Celia Meliga Pessoa - Julgamento: 19/05/2011 - Décima Oitava Câmara Cível).

TJMG

“APELAÇÃO CÍVEL - AÇÃO INDENIZATÓRIA - DANO MORAL - OFENSAS ATRAVÉS DE SITE DE RELACIONAMENTO - ORKUT - RESPONSABILIDADE CIVIL OBJETIVA - APLICAÇÃO OBRIGATÓRIA - DEVER DE INDENIZAR - RECONHECIMENTO - QUANTUM INDENIZATÓRIO - FIXAÇÃO - PRUDÊNCIA E MODERAÇÃO - OBSERVÂNCIA NECESSÁRIA. I - **Restando demonstrado nos autos que a apelante (Google Brasil) atua como representante da Google Inc., no Brasil, fazendo parte do conglomerado empresarial responsável pelo site de relacionamento denominado Orkut, compete-lhe diligenciar no sentido de evitar que mensagens anônimas e ofensivas sejam disponibilizadas ao acesso público, pois, abstendo-se de fazê-lo, responderá por eventuais danos à honra e dignidade dos usuários decorrentes da má utilização dos serviços disponibilizados.** II - Aplica-se à espécie o art. 927, parágrafo único, do Código Civil, que adota a teoria da responsabilidade civil objetiva, estabelecendo que haverá obrigação de reparar o dano, independentemente de culpa, quando a atividade normalmente desenvolvida implicar, por sua natureza, risco para os direitos de outrem. III - No arbitramento do valor da indenização por dano moral devem ser levados em consideração a reprovabilidade da

conduta ilícita e a gravidade do dano impingido, de acordo com os princípios da razoabilidade e proporcionalidade, cuidando-se para que ele não propicie o enriquecimento imotivado do recebedor, bem como não seja irrisório a ponto de se afastar do caráter pedagógico inerente à medida” (1.0024.08.061950-5/001 Apelação Cível Des. Rel. Luciano Pinto – Julgado em 17/06/2010 - Câmaras Cíveis Isoladas / 17ª CÂMARA CÍVEL - TJMG).

TJRS

“APELAÇÃO CÍVEL. RESPONSABILIDADE CIVIL. APLICABILIDADE DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. INTERNET. ORKUT. CRIAÇÃO DE PERFIL FALSO. CONTEÚDO OFENSIVO DE USUÁRIO. DENÚNCIA DE ABUSO COMPROVADA. MANUTENÇÃO DA PÁGINA. ATO ILÍCITO CONFIGURADO. DEFEITO DO SERVIÇO. DANOS MORAIS IN RE IPSA. MAJORAÇÃO DO QUANTUM INDENIZATÓRIO. - APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR - Aplicável ao caso o Código de Defesa do Consumidor, embora a relação estabelecida entre a autora e o réu não ocorra mediante remuneração direta, ou seja, o pagamento por aquela pelo serviço disponibilizado por este. Ocorre que o conceito de remuneração, para fins de aplicação do art. 3º, § 2º, do CDC, permite interpretação mais ampla, em favor do consumidor, para abranger a remuneração indireta, como acontece na espécie, em que o requerido não recebe valores da autora, mas de terceiros, que utilizam os mais variados serviços prestados, como por exemplo, anúncios no Google, soluções empresariais na *internet*, dentre outros. Precedentes do STJ e do TJRS. - RESPONSABILIDADE CIVIL OBJETIVA DO PRVEDOR DE SITE DE RELACIONAMENTOS POR OFENSAS IMPUTADAS A USUÁRIO - **Há responsabilidade objetiva da empresa bastando que exista, para caracterizá-la, a relação de causalidade entre o dano experimentado pela vítima e o ato do agente, surgindo o dever de indenizar,**



independentemente de culpa ou dolo. O fornecedor de produtos e serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados por defeitos relativos aos produtos e prestação de serviços que disponibiliza no mercado de consumo. A empresa responde por danos morais *in re ipsa* quando disponibiliza serviço defeituoso no mercado de consumo. **Caso em que restou evidenciado o defeito do serviço, em razão da criação de perfil falso da autora contendo imagens e textos ofensivos a sua pessoa, que repercutiram negativamente no âmbito de trabalho e familiar.** Comprovado nos autos que a usuária lesada denunciou o abuso à empresa demandada que não tomou qualquer providência para fazer cessar as ofensas, como a exclusão da página do perfil falso referido. - DANOS MORAIS - CONFIGURAÇÃO E QUANTUM INDENIZATÓRIO - Inexistente dúvida quanto à configuração do dano moral, pois constou no site de relacionamentos perfil falso da autora com mensagens e textos ofensivos à sua reputação. Logo, trata-se de dano moral *in re ipsa*, porquanto despendida a comprovação do prejuízo psicológico, uma vez que evidente o abalo psicológico decorrente da conduta lesiva ora examinada. O valor a ser arbitrado a título de indenização por danos morais deve refletir sobre o patrimônio da ofensora, a fim de que sinta, efetivamente, a resposta da ordem jurídica ao resultado lesivo produzido, sem, contudo, conferir enriquecimento ilícito ao ofendido. Majoração do quantum fixado na sentença. APELO DESPROVIDO. RECURSO ADESIVO PROVIDO” (Apelação Cível Nº 70040602773, Nona Câmara Cível, TJRS, Des. Rel. Leonel Pires Ohlweiler, Julgado em 25/05/2011).

TJSP

“DANO MORAL - Indenização - Discutível a aplicação da responsabilidade objetiva do provedor de hospedagem pelos conteúdos de autoria de



terceiros - De um lado, se afirma a inexistência de um dever de censura do provedor de hospedagem sobre os pensamentos e manifestações dos usuários - De outro lado, se afirma que se trata, pela própria ausência de controle, de atividade de risco, ou de risco da atividade - **No caso concreto, o conteúdo dos perfis em site de relacionamento Orkut era manifestamente ilícito e foi o provedor admoestado pela autora e por seus amigos a proceder ao seu cancelamento**, tomando inequívoca ciência da ilicitude do conteúdo - Inocorrência de dúvida razoável sobre a ilicitude do conteúdo, que em tese permitiria ao provedor aguardar determinação judicial - Criação de perfil falso e de conteúdo *prima facie* ilícito, gerador de responsabilidade civil do provedor, tão logo tome conhecimento de tal fato e persista no comportamento de mantê-lo - **Clara violação à honra subjetiva da pessoa** - Ação procedente - Recursos não providos" (0000031-23.2008.8.26.0169 - Des. Rel. Francisco Loureiro Julgado em 29/04/2010 - 4ª Câmara de Direito Privado - TJSP).

Logo, se resta caracterizada a falha e, agora, reconhecida a responsabilidade solidária entre os réus, cumpre analisar o arbitramento do dano moral pelo Juízo *a quo*.

Consoante já exaustivamente debatido pela doutrina e jurisprudência, a indenização por danos morais não se presta à reparação da dor, sofrimento ou vexame de que a vítima foi acometida. A indenização por dano extrapatrimonial tem caráter meramente compensatório de tais eventualidades. É com base nesse caráter que esta deve ser valorada.

Logo, se afigura módica a quantia de R\$ 20.000,00 fixada pelo Juízo *a quo*, a título de dano moral, considerando-se o atuar maldoso do primeiro réu e a complacência da empresa ré, em ter ciência da página ofensiva com os dados da autora, sem nada fazer e durante

um bom tempo. Por isso, em razão da extensão do dano causado à autora, deve o valor indenizatório ser exasperado para **R\$ 40.000,00** (quarenta mil reais), não sendo possível ser atingido o patamar pretendido pela apelante, na inicial.

Após todo o exposto, a sentença merecerá, então, parcial reforma, reconhecendo-se a responsabilidade solidária, *in casu*, do 2º réu (Google do Brasil Ltda), com alteração do valor da indenização pelo dano moral sofrido pela autora. Nessa esteira, os ônus sucumbenciais se estende ao 2º réu – Google -, bem como a verba honorária fixada.

Logo, o voto é no sentido do **PARCIAL PROVIMENTO DO RECURSO** da autora, nos termos anteriormente delineados.

RJ, 29/06/2011.

**SIRLEY ABREU BIONDI
DES. RELATORA**

