



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA**  
**PODER JUDICIÁRIO**  
São Paulo

**Registro: 2019.0000741266**

**ACÓRDÃO**

Vistos, relatados e discutidos estes autos de Apelação Cível nº 1013234-57.2016.8.26.0071, da Comarca de Bauru, em que é apelante W3 DO BRASIL SERV. INTERNET LTDA, é apelada ADRIANA MAROSTICA GIACOMINI (JUSTIÇA GRATUITA).

**ACORDAM**, em 10ª 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 Exmos. Desembargadores JOÃO CARLOS SALETTI (Presidente sem voto), ELCIO TRUJILLO E SILVIA MARIA FACCHINA ESPÓSITO MARTINEZ.

São Paulo, 10 de setembro de 2019

**J.B. PAULA LIMA**

**RELATOR**

**Assinatura Eletrônica**



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA**  
**PODER JUDICIÁRIO**  
 São Paulo

**Apelação Cível nº 1013234-57.2016.8.26.0071**

**Comarca: Bauru (6ª Vara Cível)**

**Apelante: W3 do Brasil Serviços de Internet Ltda**

**Apelada: Adriana Maróstica Giacomini**

**Voto nº 13.605**

REDE MUNDIAL DE COMPUTADORES. PROVEDOR DE CONTEÚDO. RESPONSABILIDADE CIVIL. INDENIZAÇÃO POR DANO MORAL. NÚMERO DO TELEFONE DA AUTORA QUE FOI INDICADO EM SITE ADMINISTRADO PELO RÉU COMO DE ACOMPANHANTE. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. CONSUMIDORA POR EQUIPARAÇÃO. RESPONSABILIDADE DO RÉU CONFIGURADA. DANO MORAL CARACTERIZADO IN RE IPSA. INDENIZAÇÃO DEVIDA. VALOR MANTIDO. RECURSO NÃO PROVIDO.

Rede mundial de computadores. Provedor de conteúdo. Responsabilidade civil. Indenização por dano moral. Número do telefone celular da autora que foi indicado no site gerenciado pelo réu como sendo de acompanhante.

Código de Defesa do Consumidor. Aplicação. Autora consumidora equiparada à luz dos artigos 17 e 29, da Lei nº 8.078/90. Responsabilidade objetiva do réu. Caracterização.

Dano moral. Reconhecimento in re ipsa. Indenização devida. Mantido o valor fixado (R\$ 15.000,00), proporcional e razoável ao caso.

Recurso não provido.



TRIBUNAL DE JUSTIÇA  
PODER JUDICIÁRIO  
São Paulo

A sentença de fls. 83/89, de relatório adotado, julgou parcialmente procedente o pedido para condenar a ré a abster-se de publicar novamente a imagem ou o número telefônico da autora, pena de multa por infração de R\$ 15.000,00, bem como a pagar indenização pelo dano moral fixada em R\$ 20.000,00.

Recorreu o réu alegando, em síntese, que não pode ser responsabilizado pelo sucedido; que não teve culpa; que somente poderia ser responsabilizado em caso de negativa de exclusão da publicidade; que excluiu a publicidade tão logo foi requerido; e que não procede o pedido inicial.

Contrarrazões da autora.

**É o relatório.**

A autora teve seu nome, fotografia e telefone envolvidos em falsa publicidade erótica junto à rede mundial de computadores. A documentação juntada aos autos com a inicial comprovaram o ocorrido e o conhecimento do sucedido por terceiros, já que recebeu mensagens de pessoas interessadas nos serviços oferecidos.

A ré, citada, alegou que o sítio eletrônico no qual criado o anúncio permite que terceiros o manipulem, certo que sua receita advém dos anúncios de publicidade que hospeda. Sustentou que o **Marco Civil da Internet**, aplicável ao caso, dispõe que somente pode ser responsabilizado se não excluir a postagem ofensiva, o que não ocorreu na hipótese, de modo que pediu a improcedência da pretensão inicial.



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA**  
**PODER JUDICIÁRIO**  
 São Paulo

Com efeito, entendo que a sentença deva ser mantida como proferida.

O referido **Marco Civil da Internet** – Lei nº 12.965/2014 – dispõe no art. 7º que **O acesso à internet é essencial ao exercício da cidadania, e ao usuário são assegurados os seguintes direitos: I - inviolabilidade da intimidade e da vida privada, sua proteção e indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação.**

Demais disso, consta no artigo 3º, inc. VI, que **A disciplina do uso da internet no Brasil tem os seguintes princípios: (...) VI - responsabilização dos agentes de acordo com suas atividades**, convindo observar que o réu consiste num *provedor de conteúdo* da rede mundial de computadores, já que explora o comércio da publicidade, da oferta e da propaganda através de sítio eletrônico que administra.

O réu gerencia específico sítio que tem como foco a intermediação de negócios na rede mundial de computadores. Trata-se de *site* no qual é possível oferecer gratuitamente bens e serviços, sendo que é remunerado pelos anúncios de publicidade, como expressamente afirmou em sua defesa.

Nessa linha, entendo que incide a Lei nº 8.078/90, já que considerada a autora *consumidora equiparada*, nos termos dos artigos 17 e 29, do referido normativo: **Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento e Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas**



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA**  
**PODER JUDICIÁRIO**  
 São Paulo

**determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.**

O Tribunal já deliberou sobre a questão: *“A ré, na qualidade de fornecedora e prestadora de serviços, é responsável pelas informações que publica, e a situação narrada nos autos, traduz inequívoca falha na prestação de seus serviços, devendo ela responder, de forma objetiva. Ainda que não exista contrato de consumo entre as partes, a ré é responsável, nos termos do art. 17 do Código de Defesa do Consumidor, que considera consumidores todas as vítimas do evento”* (Ap. n.º 0017296-93.2013.8.26.0482, rel. Juiz Marcus Vinicius Rios Gonçalves, j. 28.11.2017).

Conforme o Egrégio Superior Tribunal de Justiça, sobre o artigo 29 do Código de Defesa do Consumidor:

*“A previsão desse enunciado normativo contém o que se pode denominar consumidor equiparado-exposto, a par do equiparado-interveniente (art. 2º, p. u.) e do equiparado-vítima (art. 17) (cf. SCHWARTZ, Fábio. O conceito de consumidor equiparado como forma de proteção ampla e gradual. Revista de Direito do Consumidor [versão eletrônica]. São Paulo: ed. RT, v. 109, jan.-fev./2017).*

*Essa extensão do conceito de consumidor visa abranger no estatuto protetivo as pessoas às quais*



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA**  
**PODER JUDICIÁRIO**  
 São Paulo

*as práticas comerciais se dirigem (consumidores reais ou em potencial), bem como aquelas pessoas que não ocupam no mercado condição de consumidoras de determinado produto ou serviço, mas que estão expostas aos danos causados pelas práticas comerciais abusivas (cf. MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor [livro eletrônico]: o novo regime das relações contratuais. São Paulo: Editora RT, 2016, segunda parte, cap. 3, item 2.1.*

*Observe-se que tantos os consumidores em potencial, como os não consumidores, por não integrarem uma relação jurídica de consumo específica, estariam fora da abrangência do CDC, não fosse a equiparação prevista no aludido art. 29”*

(REsp n. 1.435.979/SP, rel. Ministro Paulo de Tarso Sanseverino, j. 30.03.2017).

A autora esteve exposta, inequivocamente, a conduta criminosa. É certo que o ato contra ela praticado foi perpetrado por terceiro, mas o réu, enquanto administrador do *site*, do local digital no qual obtém lucro de sua atividade e onde a ofensa foi praticada, atuando como



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA**  
**PODER JUDICIÁRIO**  
 São Paulo

fornecedor de serviços junto à rede mundial de computadores, deve responder pelo sucedido.

Nesse sentido, já decidiu o Tribunal: *“Provedor de conteúdo. Responsabilidade pela propaganda veiculada, porque por ele elaborado seu conteúdo. A exploração comercial da Internet sujeita às relações de consumo daí advindas da Lei nº 8.078/90. Divulgação errônea do número de telefone dos autores. Presença dos requisitos necessários à responsabilidade civil. Aplicabilidade do CDC, diante da configuração de consumidor equiparado. Responsabilidade que independe de culpa. Empresa anunciante. Dever de fiscalizar os dados lançados sobre o seu negócio e corrigir eventual erro. Responsabilidade objetiva configurada”* (Ap. n. 0026199-45.2013.8.26.0506, rel. Des. Edson Luiz de Queiroz, j. 12.12.2017).

Também: *“RESPONSABILIDADE CIVIL. INTERNET. DIVULGAÇÃO INCORRETA DE NÚMERO DE TELEFONE COMO SENDO DE INSTITUIÇÃO BANCÁRIA. DANOS MORAIS CARACTERIZADOS. Divulgação errônea, em site administrado pela requerida, do número de telefone dos autores como se fosse de instituição bancária. Insurgência contra sentença de improcedência. Reforma. Presença dos requisitos necessários à responsabilidade civil. Aplicabilidade do CDC, diante da configuração de consumidor equiparado. Responsabilidade que independe de culpa. Danos morais, por sua vez, verificados. Abalo significativo da tranquilidade das vítimas que supera o mero dissabor cotidiano. Condenação determinada. Valor arbitrado com base nos princípios da razoabilidade e proporcionalidade. Precedentes. Recurso*



TRIBUNAL DE JUSTIÇA  
PODER JUDICIÁRIO  
São Paulo

*provido*” (Ap. n. 0063376-89.2012.8.26.0114, rel. Des. Carlos Alberto de Salles, j. 24.06.2014).

A sentença assim também decidiu, acertadamente, reconhecendo o dano moral que, no caso, decorre do fato em si – *in re ipsa*:

**“Cabe ainda entender que, pelo Código de Defesa do Consumidor, a responsabilidade é objetiva. Não precisa compor o suporte fático do ato ilícito danoso qualquer subjetivismo de conduta. Não há necessidade de, por parte do fornecedor, maldade, culpa, má-fé, dolo. Basta a falha a prestação de serviço fornecido, o que está evidente nos autos. Aliás, não houve sequer contrariedade ao fato de ser sido, por terceiro, criado perfil falso imputando a autora pecha de acompanhante (sendo público e notório o que significa tal substantivo).**

**O fato de terceiro (quem sem a óbvia autorização da autora criou o perfil falso), no caso, não exclui a causalidade, pois inserido no risco da própria atividade lucrativa da ré. Se o fornecedor explora a própria criação de sítios e publicação de todo tipo de comentários e**





TRIBUNAL DE JUSTIÇA  
PODER JUDICIÁRIO  
São Paulo

**imagens, certo pensar que não pode excluir a causalidade o próprio fato fornecido. Seria uma contradição em termos.**

**Em vista disso, houve falha ou fato do serviço ao consumidor, consubstanciado na ofensa à sua identidade, com a publicação de perfil falso na internet fornecida pelo réu, a merecer compensação pecúnia a título indenizatório”**

Quanto à valoração do dano moral, tenho observado que o Egrégio Superior Tribunal de Justiça sedimentou o entendimento de que o ressarcimento deve ser arbitrado com razoabilidade e proporcionalidade, considerando as circunstâncias do caso concreto: *“recomendável que o arbitramento seja feito com moderação, proporcionalmente ao grau de culpa, ao nível socioeconômico dos autores e, ainda, ao porte econômico dos réus, orientando-se o juiz pelos critérios sugeridos pela doutrina e pela jurisprudência com razoabilidade, valendo-se de sua experiência e do bom senso e atento à realidade da vida e às peculiaridades de cada caso”* (AgRg no Ag 884139/SC, rel. Min. João Otávio de Noronha, j. 18.12.2007).

Assim, entendo que o valor arbitrado pela sentença, de R\$ 15.000,00, bem indeniza o prejuízo da autora sem causar enriquecimento indevido, de maneira que não comporta redução.



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA**  
**PODER JUDICIÁRIO**  
São Paulo

Entendo, assim, que a sentença decidiu com acerto a controvérsia e, acrescida dos argumentos ora tecidos, deve ser mantida como proferida.

Pelo exposto, **NEGO PROVIMENTO** ao recurso.

**J. B. PAULA LIMA**

— RELATOR —