



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**  
**COMARCA DE SÃO CARLOS**  
**FORO DE SÃO CARLOS**  
**5ª VARA CÍVEL**  
**RUA SOURBONE, 375, São Carlos - SP - CEP 13560-970**  
**Horário de Atendimento ao Público: das 12h30min às 19h00min**

### SENTENÇA

Processo Digital nº: **1008397-89.2017.8.26.0566**  
 Classe - Assunto: **Procedimento Comum - Marca**  
 Requerente: **Imobiliária Cardinali Ltda**  
 Requerido: **Google Brasil Internet Ltda e outro**

Juiz(a) de Direito: Dr(a). **Daniel Luiz Maia Santos**

### Vistos.

**Imobiliária Cardinali Ltda** ajuizou ação de obrigação de fazer com pedido de indenização por danos morais contra **Google Brasil Internet Ltda** e **Maria Aires Serviços Imobiliários Ltda** alegando, em síntese, ser titular da marca "Cardinali" devidamente registrada no INPI desde o ano de 1999. Ocorre que a ré Maria Aires Serviços Imobiliários Ltda, que atua no mesmo ramo de mercado da autora, utilizou-se indevidamente de sua marca, pois ao realizar uma pesquisa no site *google* por meio das palavras-chave "Cardinali" ou "Imobiliária Cardinali" o consumidor é remetido aos *links* de seguintes títulos: "imobiliária cardinali imóveis - São Carlos e Região" ou "Cardinali imóveis são carlos". Porém, ao clicar em referidos *links*, o consumidor é redirecionado ao sítio eletrônico da ré Maria Aires, pois se trata de *links* patrocinados por ela adquiridos junto à *corrê* Google. Disse que a ré Maria Aires se utilizou de forma indevida de sua marca, visando desviar a clientela por meio da utilização de seu conhecido nome no mercado e sua respectiva reputação, o que deve ser reprimido. Aduziu que a ré Maria Aires se utilizou do serviço oferecido pela *corrê* Google denominado *Google AdWords* a fim de realizar a publicidade indevida com o uso da marca que é de propriedade da autora. Disse que a conduta de ambas as rés violou sua propriedade industrial, causando-se dano moral *in re ipsa*, passível de indenização. Por isso, postulou a procedência do pedido, para o fim de determinar que a ré Maria Aires se abstenha de utilizar ou comprar expressões idênticas ou semelhantes à marca "Cardinali" e determinar que a *corrê* Google cesse, impeça e se abstenha de veicular sua marca em *links* patrocinados adquiridos por seus concorrentes. Ainda, requereu que ambas as rés sejam condenadas ao pagamento de indenização pelos danos morais que ela sofreu, no valor de R\$ 40.000,00, de forma solidária. Juntou



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**  
**COMARCA DE SÃO CARLOS**  
**FORO DE SÃO CARLOS**  
**5ª VARA CÍVEL**  
**RUA SOURBONE, 375, São Carlos - SP - CEP 13560-970**  
**Horário de Atendimento ao Público: das 12h30min às 19h00min**

documentos.

As rés foram citadas e contestaram o pedido.

**Google Brasil Internet Ltda** alegou, como preliminares: a ausência de interesse processual em razão da remoção do *link* patrocinado questionado dos resultados de buscas por ela fornecidos aos usuários. Disse que a autora poderia ter se utilizado da ferramenta disponibilizada em seu *site* para denúncia de possível violação à sua marca; ilegitimidade passiva, pois ela não pode ser responsabilizada por publicidade paga e adquirida por terceiro, no caso, a ré Maria Aires. No mérito, discorreu sobre a forma como é prestado seu serviço *AdWords* e afirmou ter inexistido violação à marca da autora por meio da aquisição de *links* patrocinados. Argumentou que a único responsável por eventual violação da marca da autora seria apenas a anunciante, pois o Google não realiza controle prévio e proativo de todos os termos adquiridos por seus usuários. Por isso, não há que se falar em responsabilidade civil. Também, inexistiram danos morais na hipótese narrada na petição inicial. Sustentou ainda que o pedido foi deduzido de forma abrangente e não pode ser concedido por implicar em bloqueio desmedido de diversos conteúdos. Pugnou pela improcedência. Juntou documentos.

**Maria Aires Serviços Imobiliários Ltda**, por sua vez, alegou preliminarmente, a inépcia da petição inicial; falta de documento indispensável e ilegitimidade daqueles apresentados com a peça vestibular; ilegitimidade passiva. Ainda, promoveu a denunciação da lide à corré Google. No mérito, sustentou a ausência de requisitos para caracterização de sua responsabilidade civil, pois não há prova nos autos que demonstre a conduta ilícita descrita pela autora na petição inicial. Disse que os documentos apresentados são meros *prints* de telas obtidos pela autora e não se prestam a demonstrar a prática de alguma ilegalidade. Aduziu que a autora não cuidou de providenciar, por exemplo, uma ata notarial, a fim de que se comprovasse a veracidade das informações contidas nas telas juntadas. Argumentou que não há prova de que ela tenha contratado, de forma intencional, o serviço da corré Google para utilização da marca da autora. Não houve concorrência desleal. O valor postulado a título de indenização por dano moral não tem fundamento. Por estes motivos, requereu a improcedência do pedido. Juntou documentos.



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**

COMARCA DE SÃO CARLOS

FORO DE SÃO CARLOS

5ª VARA CÍVEL

RUA SOURBONE, 375, São Carlos - SP - CEP 13560-970

**Horário de Atendimento ao Público: das 12h30min às 19h00min**

A autora apresentou réplica.

**É o relatório.**

**Fundamento e decido.**

O pedido comporta julgamento antecipado, nos termos do artigo 355, inciso I, do Código de Processo Civil, pois não há necessidade de outras provas, haja vista o teor das alegações das partes e documentos apresentados, que bastam para a pronta solução do litígio.

As preliminares invocadas pela corré Google não podem ser acolhidas. Ainda que se admita a perda do objeto quanto ao pedido para remoção dos anúncios apontados como violadores do direito marcário pela autora na petição inicial em razão da adoção dessa providência na via administrativa, tem-se que subsiste íntegro o pedido para abstenção de nova conduta semelhante por parte das rés.

Ainda, a existência de mecanismo eletrônico para reclamação de que eventual anúncio viole direitos de terceiros não pode impedir aquele que se diz prejudicado de buscar a tutela de sua pretensão junto ao Poder Judiciário. Pensar diferente significaria desconsiderar a garantia constitucional da inafastabilidade jurisdicional insculpada no artigo 5º, inciso XXXV, da Constituição da República.

Da mesma forma, a preliminar de inépcia da petição inicial levantada pela ré Maria Aires não merece acolhimento. Isso porque, da narração dos fatos da inicial decorre, de forma lógica, a conclusão apontada pela parte autora, assim como as consequências jurídicas por ela pretendidas, motivo pelo qual está plenamente viabilizado o exercício do direito de defesa por parte das rés. Além disso, *a petição inicial só deve ser indeferida, por inépcia, quando o vício apresenta tal gravidade que impossibilite a defesa do réu, ou a própria prestação jurisdicional*. (REsp 193.100/RS, Rel. Min. **Ari Pargendler**, 3ª Turma, julgado em 15/10/2001, DJ 04/02/2002, p. 345), circunstâncias não presentes no caso dos autos.

As demais matérias preliminares (ilegitimidade passiva e falta de documentos), da forma como deduzidas por ambas as rés, confundem-se com o mérito da demanda e nesta sede serão analisadas.

A denúncia da lide pretendida pela ré Maria Aires à corré Google não


**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**
**COMARCA DE SÃO CARLOS**
**FORO DE SÃO CARLOS**
**5ª VARA CÍVEL**
**RUA SOURBONE, 375, São Carlos - SP - CEP 13560-970**
**Horário de Atendimento ao Público: das 12h30min às 19h00min**

pode ser admitida. Não há fundamento legal ou contratual apto a imputar responsabilidade regressiva do provedor de internet caso seja acolhido o pedido deduzido na inicial. Ao menos a ré-denunciante não cuidou de demonstrar qual seria este fundamento. Isto seria indispensável para acolhimento da intervenção de terceiros pretendida e, uma vez ausente, cumpre indeferir desde logo este pleito.

No mérito, o pedido é procedente.

A Constituição da República tem como fundamento da ordem econômica a livre iniciativa e por princípio a livre concorrência (artigo 170, *caput* e inciso IV). De outro turno, a proteção à propriedade industrial e intelectual figura como exceção a este sistema, o que se justifica em razão do interesse social presente na necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico do país.

Daí a existência de proteção, também de estatura constitucional, às criações industriais, marcas e outros signos distintivos, garantindo-se aos autores a exclusividade de utilização, reprodução e publicação de suas obras, contexto em que se insere a autora da presente demanda.

No que interessa ao objeto desta demanda, tem-se que a autora ajuizou por ter verificado que a marca por ela titularizada, qual seja, "Cardinali", ao ser inserida no mecanismo de pesquisa administrado pela *corrê* Google, vinculava-se ao sítio eletrônico da ré Maria Aires por meio dos denominados *links* patrocinados, adquiridos por meio do serviço *AdWords* oferecido no mercado pela Google. Ou seja, a pesquisa da expressão marcária da autora, conforme relato da petição inicial, levava o consumidor a acessar o sítio mantido pela ré Maria Aires, prestadora de serviço no ramo imobiliário, assim como a autora.

Deste fato teria decorrido a violação à marca descrita na inicial, pois os consumidores, ao buscarem acesso ao sítio eletrônico da autora, eram direcionados ao da ré Maria Aires, que teria se utilizado do serviço oferecido pela Google para desviar a clientela já consolidada da autora em razão de anos de experiência no mercado de administração de imóveis.

A utilização da marca da autora por meio de anúncios adquiridos pela ré Maria Aires é inegável. Primeiro porque os documentos de fls. 17/23 deixam bem claro


**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**
**COMARCA DE SÃO CARLOS**
**FORO DE SÃO CARLOS**
**5ª VARA CÍVEL**
**RUA SOURBONE, 375, São Carlos - SP - CEP 13560-970**
**Horário de Atendimento ao Público: das 12h30min às 19h00min**

que ao pesquisar a marca "Cardinali" no mecanismo de pesquisa mantido pela Google, em primeiro lugar aparecia um *link* patrocinado que remetia ao sítio eletrônico [www.mariaaires.com.br](http://www.mariaaires.com.br).

Este fato também é inegável pelo teor da própria contestação da corre Google, pois ela afirmou ter removido os anúncios questionados pela autora em razão de "violação das políticas e termos de uso de proteção de marcas da Google Inc" (fl. 35). Ademais, a Google imputou claramente a responsabilidade pelo anúncio à ré Maria Aires, por ter sido adquirente do serviço disponibilizado (*AdWords*). Logo, conclui-se que existem provas suficientes acerca da utilização indevida da marca da autora para realização de publicidade que remetia ao site da ré Maria Aires em flagrante desrespeito à propriedade industrial.

Marca, nas palavras de **Ricardo Negrão**, *é o sinal distintivo visualmente perceptível usado para distinguir produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou afim, de origem diversa, bem como para atestar a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas ou especificação técnicas e, ainda, para identificar produtos ou serviços provindos de membros de determinada entidade* (Curso de direito comercial e de empresa. Vol. 1. 13 ed. São Paulo: Saraiva, 2017, p. 175). Em resumo, uma das principais funções da marca é distinguir o produto ou serviço de outros semelhantes ou de mesmo ramo, permitindo principalmente ao consumidor escolher de forma adequada aquilo que deseja adquirir ou utilizar.

Por isso, a vinculação da marca da autora em anúncio adquirido pela ré Maria Aires, ao sítio eletrônico desta última, violou claramente os direitos da detentora do sinal distintivo, pois levava o consumidor, ao inserir uma palavra-chave característica da demandante no mecanismo de busca da corre Google, a ser redirecionado ao sítio eletrônico da demandada, tendo acesso aos serviços por ela disponibilizados no mercado de consumo.

Nada impedia que a ré Maria Aires contratasse anúncios por meio deste sistema de palavras-chave que fossem genéricas e pudessem permitir ao consumidor o acesso a qualquer imobiliária da cidade. No julgamento do recurso de apelação nº 1017951- 94.2016.8.26.0562, o eminente relator bem sintetizou a questão: *O Google, por*


**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**
**COMARCA DE SÃO CARLOS**
**FORO DE SÃO CARLOS**
**5ª VARA CÍVEL**
**RUA SOURBONE, 375, São Carlos - SP - CEP 13560-970**
**Horário de Atendimento ao Público: das 12h30min às 19h00min**

*exemplo, oferece esse produto e permite, como todas as demais, que os anunciantes indiquem as palavras-chave que definirão os resultados da busca, conforme se lê na pesquisa acerca de adwords: As pessoas veem seu anúncio no Google. Se as palavras que as pessoas digitarem no Google corresponderem a suas palavras-chave, seu anúncio pode ser exibido acima ou ao lado dos resultados de pesquisa. Cabe ao anunciante indicar essas palavras, podendo fazer uso lícito de expressões genéricas como “sapatos”, “roupas”, “roupas masculinas” ou “calçados femininos”, por exemplo, considerando o segmento das partes neste processo. Contudo, agirá maliciosamente o fornecedor ao associar a marca de terceiros a seus produtos ou serviços à exibição de seu anúncio na pesquisa realizada pelo consumidor quando este navega e realiza buscas específicas na rede mundial de computadores. (TJSP; Apelação nº 1017951-94.2016.8.26.0562; Rel. Des. **Ricardo Negrão**; Órgão Julgador: 2ª Câmara Reservada de Direito Empresarial; j. 28/08/2017).*

E foi exatamente isso o que ocorreu. Ao pesquisar a marca da autora, o usuário era direcionado ao sítio eletrônico da ré. Logo, é bem clara a violação ao direito de propriedade industrial e, por consequência é certa a responsabilidade da anunciante (Maria Aires) pela prática deste ato ilícito. Ao se utilizar dos serviços de anúncio do Google para que a palavra-chave vinculada à marca da autora remetesse os usuários ao seu sítio eletrônico, Maria Aires desrespeitou as regras atinentes à propriedade industrial da autora, sendo necessária a repressão.

Cumprir analisar também a responsabilidade da Google pela veiculação deste anúncio violador da marca da autora, sublinhando que na contestação ela sustentou a responsabilidade exclusiva da ré Maria Aires por ser dela a indicação das palavras-chave vinculadas ao anúncio.

A ré invocou a aplicação do artigo 19, *caput*, da Lei 12.965/2014 (Marco Civil da Internet), com o intuito de escapar à responsabilização. O dispositivo tem a seguinte redação: Art. 19. *Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, o provedor de aplicações de internet somente poderá ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros se, após ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço*




**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**
**COMARCA DE SÃO CARLOS**
**FORO DE SÃO CARLOS**
**5ª VARA CÍVEL**
**RUA SOURBONE, 375, São Carlos - SP - CEP 13560-970**
**Horário de Atendimento ao Público: das 12h30min às 19h00min**

*e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente, ressalvadas as disposições legais em contrário.*

A interpretação desse dispositivo da lei referida não pode estar em desacordo com todo o restante do mesmo diploma legal. Logo em seu § 2º, há previsão de que: *§ 2º A aplicação do disposto neste artigo para infrações a direitos de autor ou a direitos conexos depende de previsão legal específica, que deverá respeitar a liberdade de expressão e demais garantias previstas no art. 5º da Constituição Federal.* Este mencionado parágrafo é complementado pelo artigo 31, do mesmo diploma: *Art. 31. Até a entrada em vigor da lei específica prevista no § 2º do art. 19, a responsabilidade do provedor de aplicações de internet por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros, quando se tratar de infração a direitos de autor ou a direitos conexos, continuará a ser disciplinada pela legislação autoral vigente aplicável na data da entrada em vigor desta Lei.*

Por isso, a responsabilidade do provedor de internet, quando se trata de possível violação aos direitos de autor, continua regida pela lei específica vigente, no caso a Lei nº 9.279/1996 (Lei de Propriedade Industrial) e a novel Lei nº 12.965/2014 não teve o condão de afastar a aplicabilidade dessa norma especial. Logo, ela é aplicável em toda sua intensidade, em particular, no que diz respeito à proteção conferida às marcas, proteção legal esta conferida contra todos, seja o anunciante ou o responsável por permitir sua veiculação.

Diz-se isso porque a propriedade industrial gera direitos absolutos e a requerida Google não pode alegar ignorância acerca da divulgação indevida e parasitária da marca alheia. Se o provedor não realiza controle prévio das palavras-chave escolhidas pelos anunciantes que se utilizam do sistema *AdWords*, deve sim arcar com o ônus desse tipo de conduta. Trata-se da responsabilização pelo risco-proveito, pois o provedor se vale dessa forma de contratação para obter lucro com o anúncio pago por terceiros, potencializando a possibilidade de danos. Se esse contrato entre provedor e anunciante viola direito de outrem, ambos são responsáveis. E a responsabilidade é solidária pela disposição expressa do artigo 942, do Código Civil.

Sublinhe-se que a pessoa jurídica é titular de honra objetiva, ou seja, aquela



**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**  
**COMARCA DE SÃO CARLOS**  
**FORO DE SÃO CARLOS**  
**5ª VARA CÍVEL**  
**RUA SOURBONE, 375, São Carlos - SP - CEP 13560-970**  
**Horário de Atendimento ao Público: das 12h30min às 19h00min**

refletida na reputação, no bom nome e na imagem perante a sociedade, que é comum a ela e à pessoa natural.

Por isso, entende-se que a pessoa jurídica faz jus à indenização por dano moral, sempre que o seu nome for afetado ou, como no caso dos autos, quando a marca por ela titularizada for indevidamente utilizada.

A súmula 227 do Superior Tribunal de Justiça estabelece que a pessoa jurídica pode sofrer dano moral. A respeito, já se decidiu que *a evolução do pensamento jurídico, no qual convergiram jurisprudência e doutrina, veio a afirmar, inclusive nesta Corte, onde o entendimento tem sido unânime, que a pessoa jurídica pode ser vítima também de danos morais, considerados estes como violadores da sua honra objetiva, isto é, sua reputação junto a terceiros* (STJ, 4ª. T., Resp 223494-DF, rel. Min. **Sálvio de Figueiredo Texeira**, v.u., j. 14.9.1999, DJU 25.10.1999, p. 94).

Acresça-se que para justificar pleito de indenização por danos dessa natureza, necessário se mostra examinar a conduta do agente causador do fato, verificando sua reprovabilidade, assim como a potencialidade danosa dessa conduta em relação ao patrimônio imaterial da vítima, de modo a reprimir a prática de atos que atinjam a honra, a imagem e outros direitos inerentes à personalidade, os quais são protegidos em relação à pessoa jurídica (Código Civil, artigo 52).

Em casos análogos ao presente, as Câmaras Reservadas de Direito Empresarial do egrégio Tribunal de Justiça de São Paulo, já decidiram que a violação ao direito de marca provoca danos morais *in re ipsa* em seu titular, sendo certo o acolhimento da pretensão indenizatória.

Veja-se: *Obrigação de não fazer c.c. reparação de dano moral. Uso do nome empresarial da autora como palavra-chave de link patrocinado contratado pela corré ODONTOPREV junto ao site de busca mantido pelo corréu Google. O consumidor que faz uma busca na internet pelo nome da autora é direcionado para o site da corré ODONTOPREV, que atua no mesmo ramo da requerente. Legitimidade passiva do Google, pois mantém relação contratual com a correquerida para a utilização do sistema. Eleição, de método impediante de controle prévio, acarreta responsabilidade do Google acerca de eventuais prejuízos causados a terceiros, sobretudo porque a contratação do*




**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**
**COMARCA DE SÃO CARLOS**
**FORO DE SÃO CARLOS**
**5ª VARA CÍVEL**
**RUA SOURBONE, 375, São Carlos - SP - CEP 13560-970**
**Horário de Atendimento ao Público: das 12h30min às 19h00min**

*aludido programa confere-lhe retorno pecuniário. Direito do depositante à proteção da marca. Artigo 130, III, da Lei 9279/96. Concorrência desleal caracterizada. Determinação para que os corréus se abstenham da conduta, sob pena de multa diária de R\$ 1.000,00. Danos morais devidos e oriundos da ilicitude que advém da violação da marca e da concorrência desleal. Prejuízo presumido. Lesão à honra, reputação e imagem da autora que, ao lado do uso parasitário do nome da sociedade empresária, deve ser indenizada para prestígio da marca e do nome e em benefício do consumidor. Teoria do "ilícito lucrativo" mencionada em embargos infringentes em que prevaleceu a tese sustentada. Danos morais que devem ser diminuídos e arbitrados em R\$ 50.000,00 de modo a se ajustar aos parâmetros da jurisprudência. Recurso provido em parte para tanto. (TJSP; Apelação 0218907-50.2011.8.26.0100; Rel. Des. **Maia da Cunha**; Órgão Julgador: 1ª Câmara Reservada de Direito Empresarial; j. 13/07/2016).*

*PROPRIEDADE INDUSTRIAL. MARCA. VEICULAÇÃO PUBLICITÁRIA. LINK PATROCINADO DO GOOGLE. UTILIZAÇÃO INDEVIDA DA MARCA DA AUTORA. REPARAÇÃO POR DANOS MORAIS. A ré, ao cadastrar seu anúncio junto ao Google, em link patrocinado, citou como palavra-chave de busca a marca "Neocom", registrada em nome da autora. Assim, por ocasião de buscas feitas por usuários, que citavam a palavra "Neocom", constava-se o registro da autora, titular da marca, e, em destaque, como um dos primeiros apontamentos, a publicidade da ré, que buscava atrair, portanto, clientela antes direcionada exclusivamente à autora. Ao pretender que sua empresa estivesse atrelada ao signo da autora no momento da veiculação de anúncio, a ré, além do uso indevido da marca da autora, cometeu desvio de clientela, o que não pode ser admitido, ainda que tenha vigência o princípio da livre concorrência. Acrescenta a doutrina referida que para caracterizar a concorrência desleal é preciso que haja a quebra da competitividade pela busca desleal da clientela alheia. Ambas as partes atuam no mesmo segmento mercadológico e, seguramente, o uso indevido da marca pela ré induziu clientes a erro. Danos morais. Não se cuida de admitir a indenização punitiva, mas, em face da realidade que se apresenta, deve-se admitir que o dano efetivamente ocorreu pelo ato de concorrência desleal. Os atos ofendem direitos intangíveis da empresa, como a clientela, independentemente da prova de qualquer diminuição*


**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**
**COMARCA DE SÃO CARLOS**
**FORO DE SÃO CARLOS**
**5ª VARA CÍVEL**
**RUA SOURBONE, 375, São Carlos - SP - CEP 13560-970**
**Horário de Atendimento ao Público: das 12h30min às 19h00min**

*patrimonial da vítima. Outra solução assegura o que a doutrina moderna denomina ilícito lucrativo. Incidência de correção monetária desde o arbitramento da reparação por danos morais. Súmula 362, do STJ. Recurso parcialmente provido para este fim. (TJSP; Apelação 1050285-49.2015.8.26.0100; Rel. Des. **Carlos Alberto Garbi**; Órgão Julgador: 2ª Câmara Reservada de Direito Empresarial; j. 11/12/2017).*

A autora faz jus, portanto, ao pedido de indenização por danos morais, porque não se trata de simples aborrecimento, mas sim de perturbação continuada, e, não que se refere ao *quantum*, é o eminente **Rui Stoco** quem nos ensina os parâmetros na fixação do valor das indenizações. Confira-se a doutrina desse jurista: *Em resumo, tratando-se de dano moral, nas hipóteses em que a lei não estabelece os critérios de reparação, impõe-se obediência ao que podemos chamar de binômio do equilíbrio, de sorte que a compensação pela ofensa irrogada não deve ser fonte de enriquecimento para quem recebe, nem causa da ruína para quem dá. Mas também não pode ser tão apequenada, que não sirva de desestímulo ao ofensor, ou tão insignificante que não compense e satisfaça o ofendido, nem o console e contribua para a superação do agravo recebido.* (in **Tratado de Responsabilidade Civil**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004. p. 1709).

Portanto, levando-se em consideração esses critérios, bem como pelo fato de que o anúncio foi retirado tão logo a *corrê Google* tomou conhecimento dessa demanda, fixa-se a indenização em R\$ 20.000,00 (vinte mil reais), valor que se reputa suficiente para que compense a ofendida e, ao mesmo tempo, desestímule as rés a adotar prática desse jaez.

Em ação de indenização por danos morais, a condenação em montante inferior ao postulado não implica sucumbência recíproca (Súmula 326 do Colendo Superior Tribunal de Justiça). A correção monetária deve incidir desde a data do arbitramento (Súmula 362 do Colendo Superior Tribunal de Justiça). Os juros moratórios, tratando-se de inadimplemento extracontratual, do qual resultaram danos morais, deveriam incidir desde a prática do evento danoso.

No entanto, como não se pode delimitar a data em que o primeiro anúncio indevido foi divulgado, bem como os documentos dos autos não revelam data certa, utilizar-


**TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO**
**COMARCA DE SÃO CARLOS**
**FORO DE SÃO CARLOS**
**5ª VARA CÍVEL**
**RUA SOURBONE, 375, São Carlos - SP - CEP 13560-970**
**Horário de Atendimento ao Público: das 12h30min às 19h00min**

se-á como parâmetro, de forma excepcional para esse fim, a data de ajuizamento da demanda, pois é inegável que nesta data o anúncio veiculado indevidamente pelas rés ainda estava sendo exibido. Esta conclusão é possível, porque a corre Google removeu referida publicidade após o recebimento da citação.

Deve-se observar ainda que a obrigação de fazer postulada contra a corre Google perdeu em parte seu objeto em razão da remoção do anúncio. De todo, da forma como deduzido o pedido (parte final do item "b" de fl. 10), a obrigação não pode ser imposta, pois é impossível que a corre tenha conhecimento de todos os concorrentes da autora. Reserva-se a ela o direito de, uma vez ocorrida alguma violação, ajuizar demanda específica para inibir referida prática e pleitear a indenização em tese cabível. Apenas por isso é que o pedido será acolhido em parte, sem repercussão na sucumbência, pois é mínimo o decaimento.

Ante o exposto, **julgo procedente em parte o pedido, para: (i) impor à ré Maria Aires Serviços Imobiliários Ltda a obrigação de não fazer, consistente em se abster de utilizar ou empregar, de qualquer modo, a marca da autora em anúncios patrocinados por ela adquiridos; (ii) condenar as rés a pagar à autora, de forma solidária, a título de indenização por danos morais, o importe de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais), com correção monetária, utilizada a tabela prática do egrégio Tribunal de Justiça de São Paulo, a contar deste arbitramento, e juros de mora, de 1% (um por cento) ao mês, contados da data do ajuizamento da ação. Em consequência, julgo extinto o processo, com resolução do mérito, nos termos do artigo 487, inciso I, do Código de Processo Civil.**

Ante o decaimento mínimo do pedido por parte da autora, condeno as rés ao pagamento das custas e despesas processuais, além de honorários advocatícios, fixados em 15% sobre o valor atualizado da condenação, quantia que está em consonância com os critérios do artigo 85, § 2º, do Código de Processo Civil.

Publique e intime-se.

São Carlos, 01 de fevereiro de 2018.

**DOCUMENTO ASSINADO DIGITALMENTE NOS TERMOS DA LEI 11.419/2006,  
CONFORME IMPRESSÃO À MARGEM DIREITA**