



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

Registro: 2019.0000846352

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos estes autos de Apelação Cível nº 1033082-69.2018.8.26.0100, da Comarca de São Paulo, em que é apelante/apelado

[REDACTED], é apelado/apelante GOOGLE BRASIL INTERNET LTDA e Apelado [REDACTED].

ACORDAM, em 1ª Câmara Reservada de Direito Empresarial do Tribunal de Justiça de São Paulo, proferir a seguinte decisão: "Deram provimento em parte ao recurso da autora e negaram provimento ao recurso da corré. V. U. Sustentou oralmente a Dra. Leticia Seder.", de conformidade com o voto do Relator, que integra este acórdão.

O julgamento teve a participação dos Exmos. Desembargadores AZUMA NISHI (Presidente sem voto), GILSON DELGADO MIRANDA E CESAR CIAMPOLINI.

São Paulo, 9 de outubro de 2019.

FORTES BARBOSA

RELATOR

Assinatura Eletrônica

Apelação Cível nº 1033082-69.2018.8.26.0100



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
 São Paulo

Apelante/Apelado: [REDACTED]

Apelado: [REDACTED]

Apelado/Apelante: Google Brasil Internet Ltda

Comarca: São Paulo

Voto 15.552 - dig

EMENTA

Ação cominatória e indenizatória. Vocábulo “[REDACTED]”
 Marca de titularidade da autora. Vinculação, por meio da
 ferramenta “Google AdWords”, a anúncios de concorrente.
 Uso indevido de marca. Caracterização. Atuação da corré
 Google viabilizadora do uso da marca contrafeita,
 colaborando para o desvio de clientela. Indenização por
 danos morais devida “Quantum” majorado. Verba honorária
 sucumbencial fixada em concordância com os parâmetros
 legais, aumentado o percentual estabelecido em virtude do
 resultados dos recursos. Eventual descumprimento de tutela
 de urgência.

Discussão possível e ser feita em incidente específico.
 Provido parcialmente o apelo da autora, desprovido o apelo
 da corré.

Cuida-se de recursos de apelação
 interpostos contra sentença emitida pelo r. Juízo
 de Direito da 2ª Vara Empresarial e de
 Conflitos de Arbitragem do Foro Central (Comarca
 da Capital), que julgou procedente ação
 cominatória e indenizatória, determinando que as
 rés se abstenham de usar ou vincular o vocábulo
 “[REDACTED]” como palavra chave para

2

ativação de “links” patrocinados no buscador
 “Google”, bem como para condenar as rés ao
 pagamento, a título de indenização por danos



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
 São Paulo

morais, do importe de R\$5.000,00 (cinco mil reais), com correção monetária a partir do arbitramento e juros de mora legais a contar da citação. As rés foram, por fim, condenadas ao pagamento de custas, despesas processuais e honorários advocatícios de 10% (dez por cento) do valor da condenação (fls. 1.440/1.448).

A autora noticia, de início, que, pelo menos até 10 de maio de 2019, a tutela de urgência deferida nos presentes autos ainda não havia sido cumprida, fato que tornou inócua a multa arbitrada e limitada ao teto de R\$750.000,00 (setecentos e cinquenta mil reais). Propõe, a seguir, que a sentença contém omissão não afastada em julgamento de embargos de declaração. Frisa, nesse ponto, que deve ser, expressamente, confirmada a decisão de deferimento da tutela de urgência e a previsão da respectiva multa diária. Argumenta, ainda, que a indenização por danos morais foi arbitrada em “quantum” insuficiente, devendo, ser majorada para R\$30.000,00 (trinta mil reais), em consideração ao “poderio econômica das rés, especialmente da GOOGLE”. Requer, finalmente, a majoração da verba honorária, aplicado o disposto no § 8º do artigo 85 do CPC de 2015, diante do irrisório proveito econômico obtido. Pretende reforma (fls. 1.457/1.467).

3

A corré Google Brasil Internet Ltda frisa, de início, que a desvinculação de “links” patrocinados deve estar adstrita aos casos em que



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

de fato há violação, ou seja, quando o anunciante utiliza a marca de titularidade da autora em seu anúncio, criando confusão para o consumidor, o que já é vedado por suas políticas. Ao contrário, quando a enfocada marca “é apenas utilizada como palavrachave para se executar a busca (termo digitado no campo de busca - elemento interno), não há qualquer grau de ilicitude, na medida em que a citação da marca como palavra-chave tem o propósito único e específico de direcionar os resultados da busca àquilo que o consumidor almeja, hipótese similar à publicidade comparativa” (fls. 1.475). Argumenta, ademais, que, ausente a ilicitude, bem como o nexo de causalidade, nenhuma indenização é devida. Notícia que tribunais estrangeiros já decidiram pela legalidade do uso da marca de terceiro no “Google Ads” e destaca a função social da marca, a qual pode ser utilizada como instrumento de propaganda comparativa. Acrescenta que: “Cabe considerar que um consumidor, ao digitar no buscador do Google a expressão '[REDACTED]', não necessariamente busca atingir apenas a Apelada [REDACTED]. Isso porque o consumidor, há anos, já está acostumado com uma lógica, extremamente

4

benéfica, em que o Google auxilia o consumidor a alcançar mais informações, resultados para aquela busca” (fls. 1.481). Negando a prática de concorrência desleal, esclarece que se limita a informar, aos consumidores, a existência de



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

opções no mercado, sem desviar clientela. Em relação à indenização por danos morais, argumenta que, ausente dever de monitoramento e à vista da liberdade de expressão, só é possível eliminar resultados de buscas mediante a indicação das respectivas URL's (“Universal Resource Locator”), sendo inviável uma pesquisa nominal por força do artigo 19 da Lei 12.965/2014. Anuncia, outrossim, ter cumprindo a tutela de urgência deferida e, quanto à indenização por danos morais, sustenta que a autora “não estabeleceu nenhum critério específico para o montante atribuído a esse título, deixando de entrar no mérito do grau de reconhecimento, modo de violação e amplitude da marca supostamente violada, lucro efetivamente auferido com a exploração da marca ou montante gasto com propaganda e outros atos afetos à imagem da marca, dentre outros, como também não logrou êxito em demonstrar os alegados prejuízos efetivos à imagem de sua marca” (fls. 1.503). Pretende reforma (fls. 1.470/1.510).

Foram apresentadas contrarrazões para ambos os apelos, requerendo a autora, a

5

majoração da verba honorária “em sede de recurso de apelação” (fls. 1.544/1.561 e 1.562/1.571).

Intimadas, ambas as recorrentes promoveram o recolhimento do complemento das custas de preparo (fls. 1.581/1.583 e 1.587/1.588).



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
 São Paulo

Houve oposição ao julgamento virtual (fls. 1.471 e 1.574/1.575).

É o relatório.

Na presente ação cominatória e indenizatória, a autora noticia atuar no mercado de colchões e demais artigos de colchoaria, sendo titular de pedidos de registro relativos à marca “██████████” perante o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). Relata, a seguir, ter constatado que a corré ██████████ - Me, adquiriu da corré Google Brasil Internet Ltda, o termo “██████████”, como “Adwords”, de modo que seus anúncios ficassem mais bem posicionados no buscador administrado por referida corré. Propondo a prática de concorrência desleal, decorrente de violação de marca, pretende, em suma, compelir as rés a se absterem de usar ou vincular, por meio da ferramenta “Adwords”, o termo “██████████” em anúncios ou campanhas publicitárias da corré ██████████ ME, no sítio de pesquisas administrado pela corré Google Brasil Internet Ltda. Requer, por

fim, a condenação das rés ao pagamento de indenização no importe de R\$30.000,00 (trinta mil reais) (fls. 01/20).⁶

Em contestação, a corré ██████████ ██████████ - Me, admite, em suma, o uso da marca da autora na ferramenta “Adwords”. Frisa, no entanto, que tal utilização não lhe trouxe



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
 São Paulo

nenhum benefício, tendo, isso sim, prejudicado suas vendas. Finaliza, afirmando que a autora não teve qualquer prejuízo, uma vez que nenhuma venda ocorreu por meio da Internet (fls. 105/112).

A corré Google Brasil Internet Ltda, por sua vez, sustenta, em suma, que a simples veiculação de um anúncio patrocinado, quando utilizado um determinado termo de pesquisa, não pode configurar desvio de clientela e muito menos qualquer ato atentatório à integridade material e à reputação da marca, estando apenas um pedido de registro sob análise do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) (fls. 154/174).

Esta Câmara Reservada, em julgamento realizado em 25 de julho de 2018, deferiu a tutela de urgência requerida pela autora, determinando que as rés desvinculassem a expressão “[REDACTED]” dos anúncios ou campanhas publicitárias da corré [REDACTED] - Me veiculadas na ferramenta “Google Adwords”, sob pena de multa diária de R\$ 5.000,00(cinco

mil reais)(A. I. 2079935-31.2018.8.26.0000 - fls. 295/310).

Noticiado o descumprimento da tutela de urgência, a multa diária fixada por esta Câmara Reservada, foi majorada para R\$ 15.000,00 (quinze mil reais), limitada a R\$



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
 São Paulo

750.000,00 (setecentos e cinquenta mil reais) (fls. 1.413), frisando-se, ao depois, diante de pedido de reconsideração apresentado pela corré Google Brasil Internet Ltda, que a discussão será objeto de eventual e específico incidente a ser proposto pela parte autora (fl. 1.437).

A sentença apelada julgou procedente a ação.

Irresignadas, a autora e a corré Google Brasil Internet Ltda recorreram.

O recurso da corré Google Brasil Internet Ltda não merece provimento e o apelo da autora comporta provimento parcial.

Conforme se constatou, em primeira instância, mediante consulta ao sítio mantido na Internet pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), realizada em 24 de abril de 2019, a autora é titular de seis registros das marca mista e nominativa “XXXXXXXXXX”, nas categorias NCL (11) 10, 20 e 32, efetuado o depósito e 26 de junho de 2017 e concedido o registro em 26 de dezembro de 2018 (fls. 27/28 e 1.443).

Foi, portanto, adquirida a

8

propriedade industrial correspondente à marca invocada pela parte autora, nos termos do artigo 129 da Lei 9.279/1996, tornando ultrapassada a questão levantada, relativa à subsistência de simples depósito, evidentemente conjugada a prioridade prevista no artigo 127 do mesmo diploma



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
 São Paulo

legal e a eficácia retroativa do novo ato de registro.

Além disso, na data do ajuizamento da presente demanda, ou seja, em 23 de março de 2018, por meio de Ata Notarial, foi constatado, que, em 12 de março de 2018, que a corré [REDACTED] [REDACTED] – Me, utilizando-se da ferramenta “Google Adwords”, vinculou seu sítio na Internet à marca “[REDACTED]”, utilizada pela agravante, e sobre a qual, quando do ajuizamento da ação, repete-se, pendia pedido de registro depositado perante o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) (fls. 17/22 e 71/72).

Constatou-se, ao depois, que o anúncio da corré [REDACTED] – Me, conforme noticiou a autora, até, pelo menos a data em que foi deferida a antecipação de tutela recursal no agravo de instrumento acima referido (09 de maio de 2018 – fls. 288), permanecia vinculado ao vocábulo “[REDACTED]”, em anúncio pago na ferramenta “Google Adwords”.

A referida corré, aliás, na contestação apresentada, confessa ter se utilizado do enfocado termo, contrapondo,

9

contudo, que: “isto não lhe trouxe nenhum benefício”. Frisa que: “Tal fato prejudicou a venda dos produtos pela ré, pois associavam as promessas da autora ao produto da ré, o que ocasionou a defasagem em seu faturamento, com isto, pode se ter certeza que utilizar o tal nome



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
 São Paulo

'[REDACTED]', não trazia vantagem nenhuma à ré” (fls. 105/112).

De fato, a utilização dos chamados “links” patrocinados gera a caracterização da concorrência desleal, quando vinculada, numa ferramenta de busca na rede mundial de computadores uma palavra capaz de remeter a uma marca de titularidade de concorrente, potencializado confusão no público consumidor, com enquadramento no artigo 195, inciso III da Lei 9.279/1006, cabendo acentuar que “o uso indevido de marca alheia sempre se presume prejudicial a quem a lei confere a titularidade” (STJ, REsp 510.885-GO, Rel.

Ministro Cesar Asfor Rocha, 4ª T., j. 9.9.2003).

Persiste, a partir da instrumentalização da ferramenta de busca, a sobreposição da apresentação de um produto ou serviço fornecido por uma empresa menos conhecida àquele oferecido por um concorrente mais conhecido com o aproveitamento parasitário da fama alheia, o que implica na violação das regras de conduta impostas para a salvaguarda

10

da convivência entre os empresários, conformando, ao contrário do proposto pela corré Google, ilicitude.

Identificada, concretamente, a conduta ilícita proclamada pela parte autora, o



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
 São Paulo

deferimento do pleito inibitório é pertinente, devendo ser confirmada a sentença nessa parcela.

Pretende-se, com a presente demanda, de início, a abstenção, pela enfocada corrém de utilização do vocábulo “██████████” como palavra chave no buscador “Google”, por meio da ferramenta “Adwords” e, confrontados os relatos das partes, assiste razão à autora.

Frisa-se que, na espécie, há proteção imediatamente conferida a partir do requerimento de registro de uma marca (artigo 130, “caput” da Lei 9.279/1996), qualificada a autora, quando do ajuizamento da ação, como depositante.

Apesar da natureza constitutiva do registro da marca, o que só ocorreu no curso da demanda, o depósito provoca, imediatamente, um dever, oponível “erga omnes”, de se abster do uso do sinal distintivo cujo registro foi solicitado, sendo, aqui, extraídos os resultados naturais da identificação da violação deste dever.

Procede, então, em relação a ambas as corrés, o primeiro dos pedidos formulados, ainda que o termo “██████████” seja utilizado,

11

tão somente, como palavra-chave para se executar a busca na ferramenta administrada pela corré apelante.

Nesse ponto, cabe ressaltar que, apesar da sentença recorrida não declarar, de



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
 São Paulo

forma expressa, a confirmação da tutela de urgência deferida nesta segunda instância, a procedência dessa parcela do veredicto, por si só, já confirma a enfocada tutela provisória, conferindo-lhe caráter definitivo.

Com efeito, a sentença, ao decretar a procedência da ação, determinou que as “rés se abstenham de usar a marca ' [REDACTED] ' como palavra-chave para ativação de 'links patrocinados' em buscas pela ferramenta de pesquisa pertencente à GOOGLE” (fls. 1.447), o que implica, reitere-se, na confirmação da tutela de urgência.

Quanto ao mais, restou caracterizada, aqui, a ilícita captura da reputação alheia, o que merece ser reprimido, dado o enquadramento no artigo 195, inciso III da Lei 9.279/1996, cabendo a reparação por danos morais, pelo uso parasitário da marca.

A ré apelante, nesse ponto, sustenta, em suma, não ter uma obrigação de prévio monitoramento; contudo, conforme precedente desta Câmara Reservada, ela colaborou, diretamente e mediante a celebração de contratação onerosa, para o desvio de clientela, cabendo reproduzir o seguinte trecho

12

de acórdão relatado pelo eminente Desembargador Francisco Loureiro:

“Como caso em exame, o corrêu GOOGLE, mediante contrato, viabilizou o uso da marca contrafeita, colaborando



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

decisivamente para o desvio de internautas, clientes e público em geral para 'link' de empresa concorrente.

A responsabilidade é solidária entre as corrés. A corresponsabilidade deriva diretamente dos artigos 130, III, 190 e 195, III e V da LPI. Lembro que a propriedade industrial gera direitos absolutos, dotados de força 'erga omnes', de tal modo que ao 'GOOGLE' não é possível alegar ignorância acerca de divulgação parasitária e indevida de marca alheia.

Aliás, em tema muito mais sensível, que trata de atividade de imprensa, o Superior Tribunal de Justiça assentou o entendimento de que 'todos aqueles que concorrem para o ato lesivo, decorrente da veiculação de notícia na imprensa, ainda que paga, podem integrar o pólo passivo da ação de responsabilidade civil ajuizada pelo ofendido' (Recurso Especial n. 171262/RS, Min. Sálvio de Figueiredo

13

Teixeira, Revista dos Tribunais, v. 778, p. 225).

Em outra oportunidade, reafirmou a legitimidade do órgão de imprensa para figurar no pólo passivo de ação de



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
 São Paulo

indenização, ainda que se trate de texto publicitário (Recurso Especial n. 55.483/SP, rel. Min. Barros Monteiro, j. 28-3-1995).

Aliás, se a autora é estranha à relação contratual entre as corrés, a responsabilidade no caso tem natureza aquiliana, o que também gera responsabilidade solidária dos agentes, nos termos do artigo 942, parágrafo único do Código Civil. A argumentação de que o GOOGLE não efetua controle prévio sobre as palavras-chave escolhidas pelos anunciantes que contratam o serviço "AdWords", até porque a contratação é 'on line' e automática, não socorre o réu.

Se o requerido Google se dispõe a vender anúncios em seu 'site' de pesquisas sem analisar previamente o potencial lesivo do conteúdo inserido por aquele com quem contrata, deve arcar com as consequências de sua omissão. Aplica-se, então, a teoria do risco-proveito. Se site de buscas

14

delibera contratar com milhares de usuários sem qualquer prévio controle de violação de direitos imateriais alheios, e com isso aufere receitas, mas potencializa o risco de danos, deve responder se o risco se converte em



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
 São Paulo

prejuízo real. Em outras palavras, se o contrato firmado entre o Google e seu anunciante gera danos a terceiros, ambos os contratantes devem ser responsabilizados” (TJSP, 1ª Câmara Reservada de Direito Empresarial, Apelação Cível 0130935-08.2012.8.26.0100, j. 9.11.2016).

Com efeito, restará caracterizada a concorrência parasitária sempre quando persistir a exploração indevida do prestígio alheio para promoção de produtos ou serviços e, neste âmbito, a ilicitude, em nosso país, só será afastada diante de uma das hipóteses elencadas no artigo 132 da Lei 9.279/1996. No caso concreto, não está caracterizada qualquer destas situações excepcionais, restando claro o prejuízo à função publicitária da marca de titularidade da parte recorrente, ao ser reduzida sua visibilidade, apoderada esta propriedade industrial como “palavra-chave”.

A prática adotada, além disso,

15

corresponde a um artifício destoante dos chamados “usos honestos”, com simultânea contrariedade ao disposto no artigo 10bis, §2º da Convenção da União de Paris (ratificada pelo Decreto 75.572/1975), utilizado um bem de titularidade alheia (marca) para incremento de vendas. A



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
 São Paulo

titular da marca investe tempo, trabalho e dinheiro para angariar boa reputação diante do público, tendo o direito de colher os frutos de seu trabalho, tal como o que propõe a chamada “misappropriation doctrine” (doutrina da apropriação indevida), adotada pela Suprema Corte dos Estados Unidos da América no famoso caso *International News Service v. Associated Press* (248 U.S. 215 [1918]), em que tais postulados foram lançados pelo Juiz Pitney, cerca de cem anos atrás.

A ilicitude está caracterizada, do que decorre o dever de ressarcimento dos danos perpetrados, inclusive de caráter extrapatrimonial, como é o caso, acentuada a dupla função inerente à indenização civil por danos morais, enfatizada, sobretudo, frente ao chamado ilícito lucrativo, devendo ser estabelecida uma correlação entre o caráter punitivo da obrigação de indenizar ('punitive damages'), de um lado, e a natureza compensatória referente ao dever de proceder a uma simples recomposição, tal como o exposto, há muito anos, pelo Pretório Excelso (AI 455846, Rel. Min. CELSO DE MELLO, j.

16

11/10/2004, DJ 21/10/2004 PP-00018, RDDP n. 22, 2005, p. 160-163), superada a tradicional monofuncionalidade da responsabilidade civil (Nelson Rosenthal, *A Responsabilidade Civil pelo Ilícito Lucrativo*, JusPodium, Salvador, 2019, pp.217-20).



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
 São Paulo

O valor deferido a título de indenização por danos morais, então, admitida a indevida utilização de expressão protegida, merece majoração.

Os danos morais decorrem do uso de marca alheia, sem autorização, com a venda dos produtos pela Internet, o que importa em maior extensão do prejuízo.

Há elementos suficientes para reconhecer que a utilização indevida da marca de titularidade da autora provocou uma degradação, ainda que localizada, na propriedade industrial, tendo-se em conta as qualidades esperadas do produto que ostenta as marcas de titularidade da autora e os gastos necessários a que o público em geral pudesse, também, inculcar em sua mente, a partir de publicação ou “co-branding”, quais são estas qualidades (Naomi Klein, Sem Logo, 3ª ed. Trad.

Ryta Vinagre, Record, São Paulo, 2003, p. 54).

Soma-se, aqui, que a corré [REDACTED] [REDACTED] - ME confessa ter se utilizado do enfocado termo, em busca de benefícios financeiros, os quais, ao final, segundo alega, não se concretizaram, em razão, inclusive, de

17

“proibição expressa de divulgação”, imposta em junho de 2017, pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) (fls. 105/106); porém, o vocábulo “[REDACTED]” continuava, até, pelo menos, 9 de maio de 2018, vinculado a anúncio pago da



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
 São Paulo

referida corré na ferramenta “Google Adwords” (fls. 288).

Em relação a corré Google Brasil Internet Ltda, deve, por outro lado, ser considerado seu evidente poderio econômico.

É dispensável, aqui, a prova do prejuízo, como tem proclamado o Egrégio Superior Tribunal de Justiça: “A jurisprudência desta Corte está consolidada no sentido de que na concepção moderna da reparação do dano moral prevalece a orientação de que a responsabilização do agente se opera por força do simples fato da violação, de modo a tornarse desnecessária a prova do prejuízo em concreto” (Resp nº 196.024 – MG, in RSTJ 124/396).

O critério na fixação do “quantum” da indenização deve observar os princípios da razoabilidade e da proporcionalidade, pois se por um lado, a indenização destina-se a recompor o patrimônio moral atingido pelo ato ilícito e também a impedir a reiteração de atos análogos, por outro, não pode servir de fonte de enriquecimento indevido. Neste sentido é que se orientou o Egrégio Superior Tribunal de

18

Justiça: “Na fixação do dano moral, deve o Juiz orientar-se pelos critérios recomendados pela doutrina e pela jurisprudência, com razoabilidade, valendo-se de sua experiência e do bom senso, atento à realidade da vida e às peculiaridades de cada caso” (Resp. nº 85.205 – RJ, in RSTJ 97/280).



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

Levando-se em conta as circunstâncias acima relatadas, majora-se o “quantum” da indenização por danos morais para o importe de R\$30.000,00 (trinta mil reais), o que se mostra adequado para a correta repressão do ilícito praticado e para prevenir situações futuras, não criando uma situação de iníquo enriquecimento da autora. Ficam mantidos os termos iniciais de correção monetária e de juros de mora fixados na sentença.

Por outro lado, majorado o valor da condenação, deixa-se de aplicar o disposto no § 8º do artigo 85 do CPC de 2015, pois a verba honorária resultante não pode ser considerada irrisória.

A questão relativa ao anunciado descumprimento da tutela de urgência, outrossim, conforme foi ressaltado em decisão que antecedeu a sentença, deverá, se for o caso, discutida em incidente específico (fls. 1.437).

Tudo somado, reforma-se a sentença, para mantida a procedência da ação, majorar o “quantum” da indenização por danos morais para

R\$30.000,00 (trinta mil reais), observados os termos supra.

O valor da condenação não pode, todavia, ser tido como irrisório ou inestimável, o que afasta a possibilidade de arbitramento por equidade. A sentença recorrida já foi proferida na vigência do CPC de 2015, persistindo aplicação direta do artigo 85 deste diploma



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

Legal, que estatuiu regras detalhadas acerca da fixação da verba honorária sucumbencial, regras que, quando feita uma comparação com aquelas inseridas no antigo artigo 20 do CPC de 1973, reduziram, em muito, a flexibilidade com que pode ser feito um arbitramento, suprimindo ou limitando muito a discricionariedade do juiz (Renato Beneduzi, Comentários ao Código de Processo Civil, Dir.

Luiz Guilherme Marioni, RT, São Paulo, 2016, Vol. II, p. 130). Incide, na espécie, o §2º de dito artigo 85, tal qual já estabelecido na sentença apelada, tendo sido considerada a quantidade de atos realizados em primeira instância, ausente a abertura de instrução.

Por fim, provido parcialmente o apelo da autora e desprovido o apelo da corré Google Brasil Internet Ltda, o comando constante do § 11 do artigo 85 do CPC de 2015 tem aplicação, ainda mais, como na espécie, há requerimento expresso de majoração da verba honorária sucumbencial em contrarrazões, sendo desnecessário o ajuizamento de recurso próprio.

20

Na sistemática nova estabelecida para a verba honorária advocatícia, foi introduzida a figura dos honorários recursais, como acréscimo àqueles já anteriormente arbitrados.

Este acréscimo, efetuada uma leitura atenta do § 11 do artigo 85 do CPC de 2015, não é meramente facultativo, ele é obrigatório e decorre da atuação concreta do advogado em segunda



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

instância, efetivado novo trabalho profissional, este consistente, na espécie, na apresentação de contrarrazões a um recurso de apelação.

Em obediência ao disposto no §11 do artigo 85 do CPC de 2015, então, considerando o trabalho adicional realizado no âmbito recursal e o grau de complexidade da demanda, é efetuado o acréscimo de 5% (cinco por cento) ao já arbitrado para os honorários sucumbenciais, passando a totalizar 15% (quinze por cento) sobre o valor da atualizado da condenação, ficando restrito, esse acréscimo, à ré apelante.

Dá-se, por isso, provimento parcial ao apelo da autora, desprovido o recurso da corré.

Fortes Barbosa
Relator