

# Google terá que indenizar consumidor por golpe em anúncio patrocinado

Ao veicular anúncios por meio de [links patrocinados](#), a plataforma agrega valor e confiança ao conteúdo promovido, induzindo o consumidor à ideia de legitimidade. Se o anúncio for fraudulento, não se pode falar em culpa exclusiva da vítima.

A fundamentação é do juiz José Augusto Nardy Marzagão, da 4ª Vara Cível de Atibaia (SP), que condenou o **Google** a indenizar um consumidor que foi vítima de golpe ao clicar em um anúncio da plataforma *Google Ads*. A condenação totalizou R\$ 3,8 mil, sendo R\$ 1,8 mil por danos materiais, em restituição ao valor perdido, e R\$ 2 mil a título de danos morais.

O autor foi vítima de fraude na compra de produtos para tabacaria. Depois do contato com o suposto vendedor, o usuário fez o pagamento de R\$ 1,8 mil para uma chave Pix em nome de terceiro, que seria “sócio” do vendedor, mas os produtos nunca foram entregues.

A situação foi agravada quando, em seguida, um indivíduo se passando por “gerente da Caixa Econômica Federal” entrou em contato com o consumidor, alegando tratar-se de um golpe, e tentou aplicar uma nova fraude, solicitando acesso ao aplicativo bancário para “realizar o estorno”. O consumidor se recusou a seguir as orientações, mas já havia sofrido o prejuízo inicial.

## Responsabilização

O consumidor pediu nos autos a remoção imediata do site fraudulento e indenizações totais superiores a R\$ 19 mil. Além das reparações por danos morais e materiais — em dobro —, o autor pediu R\$ 6 mil por lucros cessantes, alegando que o golpe acarretou prejuízos em sua atividade comercial.

O Google, em resposta, argumentou ser um mero provedor de pesquisa. A plataforma sustentou que houve culpa exclusiva do autor e de terceiros, argumentando que o consumidor agiu com negligência ao fazer Pix para um desconhecido, contrariando recomendações públicas sobre segurança em compras online.

O juiz rejeitou o argumento. Segundo o magistrado, a plataforma fornece serviços digitais de publicidade e intermediação de tráfego, integrando a cadeia de consumo nos termos do CDC (artigos 3º, 7º, e 25º). O magistrado entendeu que a plataforma não apresentou prova robusta de que a conduta do consumidor foi a única causa do dano.

“O nexos causal entre a conduta da ré e o dano sofrido pelo autor evidencia-se pelo fato de que o gatilho inicial da confiança do consumidor foi precisamente o anúncio patrocinado exibido pela plataforma”, afirmou o juiz.

“O princípio da solidariedade social e a função preventiva da responsabilidade civil impõem ao fornecedor o dever de zelar pela segurança dos serviços prestados, implementando mecanismos de controle e verificação que minimizem os riscos aos consumidores.”

## Compensação limitada

O magistrado rejeitou o pedido de lucros cessantes, ao considerar que o autor não comprovou sua atividade comercial regular no ramo de tabacaria, nem demonstrou a probabilidade objetiva de lucro esperado com a revenda dos produtos.

O pedido de restituição em dobro dos danos materiais também foi negado, pois a sanção do artigo 42, parágrafo único, do CDC, pressupõe cobrança indevida por parte do fornecedor, o que não ocorreu, já que o prejuízo decorreu de fraude de terceiro veiculada na plataforma.

O advogado **Cléber Stevens Gerage** defendeu o consumidor no processo.





**Clique [aqui](#) para ler a sentença**  
**Processo 1006375-79.2025.8.26.0048**

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2025-nov-30/google-tera-que-indenizar-consumidor-por-golpe-em-anuncio-patrocinado/>