

RECURSO ESPECIAL Nº 1.398.985 - MG (2013/0273517-8)

RELATORA : MINISTRA NANCY ANDRIGHI
RECORRENTE : YAHOO DO BRASIL INTERNET LTDA
ADVOGADO : FERNANDA S PASCALE LEONARDI E OUTRO(S)
RECORRIDO : CENTRO EDUCACIONAL DE FORMAÇÃO SUPERIOR
ADVOGADO : SÉRGIO MOURÃO CORRÊA LIMA E OUTRO(S)

EMENTA

CIVIL E CONSUMIDOR. INTERNET. RELAÇÃO DE CONSUMO. CDC. INCIDÊNCIA. PROVEDOR DE CONTEÚDO. USUÁRIOS. IDENTIFICAÇÃO. DEVER. GUARDA DOS DADOS. OBRIGAÇÃO. PRAZO. 03 ANOS APÓS CANCELAMENTO DO SERVIÇO. OBTENÇÃO DE DADOS FRENTE A TERCEIROS. DESCABIMENTO. DISPOSITIVOS LEGAIS ANALISADOS: ARTS. 5º, IV, DA CF/88; 6º, III, e 17 DO CDC; 206, §3º, V, E 1.194 DO CC/02; E 358, I, DO CPC.

1. Ação ajuizada em 17.05.2010. Recurso especial concluso ao gabinete da Relatora em 25.09.2013.

2. Recurso especial que discute a responsabilidade dos gerenciadores de fóruns de discussão virtual pelo fornecimento dos dados dos respectivos usuários.

3. A exploração comercial da Internet sujeita as relações de consumo daí advindas à Lei nº 8.078/90. Precedentes.

4. O gerenciador de fóruns de discussão virtual constitui uma espécie do gênero provedor de conteúdo, pois esses *sites* se limitam a abrigar e oferecer ferramentas para edição dos fóruns criados e mantidos por terceiros, sem exercer nenhum controle editorial sobre as mensagens postadas pelos usuários.

5. Ao oferecer um serviço por meio do qual se possibilita que os usuários divulguem livremente suas opiniões, deve o provedor de conteúdo ter o cuidado de propiciar meios para que se possa identificar cada um desses usuários, coibindo o anonimato e atribuindo a cada imagem uma autoria certa e determinada. Sob a ótica da diligência média que se espera do provedor, do dever de informação e do princípio da transparência, deve este adotar as providências que, conforme as circunstâncias específicas de cada caso, estiverem ao seu alcance para a individualização dos usuários do *site*, sob pena de responsabilização subjetiva por culpa *in omittendo*.

6. As informações necessárias à identificação do usuário devem ser armazenadas pelo provedor de conteúdo por um prazo mínimo de 03 anos, a contar do dia em que o usuário cancela o serviço.

7. Não há como exigir do provedor de conteúdo que diligencie junto a terceiros para obter os dados que inadvertidamente tenha apagado dos seus arquivos, não apenas pelo fato dessa medida não estar inserida nas providências cabíveis em sede ação de exibição de documentos, mas sobretudo porque a empresa não dispõe de poder de polícia para exigir o repasse dessas informações. Por se tratar de medida cautelar de natureza meramente satisfativa, não há outro caminho senão reconhecer a impossibilidade de exibição do documento, sem prejuízo, porém, do direito

da parte de buscar a reparação dos prejuízos decorrentes da conduta desidiosa.

8. Recurso especial parcialmente provido.

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos estes autos, acordam os Ministros da TERCEIRA Turma do Superior Tribunal de Justiça, na conformidade dos votos e das notas taquigráficas constantes dos autos, por unanimidade, dar parcial provimento ao recurso especial, nos termos do voto da Sra. Ministra Relatora. Os Srs. Ministros Sidnei Beneti, Paulo de Tarso Sanseverino e Ricardo Villas Bôas Cueva votaram com a Sra. Ministra Relatora. Ausente, justificadamente, o Sr. Ministro João Otávio de Noronha. Dr(a). FERNANDA S PASCALE LEONARDI, pela parte RECORRENTE: YAHOO DO BRASIL INTERNET LTDA

Brasília (DF), 19 de novembro de 2013(Data do Julgamento)

MINISTRA NANCY ANDRIGHI
Relatora

CÓPIA

RECURSO ESPECIAL Nº 1.398.985 - MG (2013/0273517-8)

RELATORA : MINISTRA NANCY ANDRIGHI
RECORRENTE : YAHOO DO BRASIL INTERNET LTDA
ADVOGADO : FERNANDA S PASCALE LEONARDI E OUTRO(S)
RECORRIDO : CENTRO EDUCACIONAL DE FORMAÇÃO SUPERIOR
ADVOGADO : SÉRGIO MOURÃO CORRÊA LIMA E OUTRO(S)

RELATÓRIO

A EXMA. SRA. MINISTRA NANCY ANDRIGHI (Relator):

Cuida-se de recurso especial interposto por YAHOO! DO BRASIL INTERNET LTDA., com fulcro no art. 105, III, “a” e “c”, da CF, contra acórdão proferido pelo TJ/MG.

Ação: cautelar de exibição de documentos, ajuizada pelo CENTRO EDUCACIONAL DE FORMAÇÃO SUPERIOR – CEFOS em desfavor da recorrente, objetivando o fornecimento dos dados pessoais de participante do fórum de discussão virtual YAHOO GRUPOS, gerenciado pela recorrente.

Depreende-se dos autos que nas Faculdades Milton Campos, mantidas pelo CEFOS, foi formado um fórum de discussão virtual entre alunos e professores, tendo um de seus usuários feito uso desse veículo para postar mensagem de conteúdo discriminatório frente aos alunos que ingressaram na instituição por meio do PROUNI – Programa Universidade para Todos, instituído pela Lei nº 11.096/05, destinado à concessão de bolsas para estudantes de baixa renda.

Dizendo-se extremamente preocupada com a manifestação discriminatória e considerando ser indispensável um posicionamento da instituição, o CEFOS ajuizou a presente medida cautelar, a fim de identificar o responsável pela mensagem.

Sentença: julgou improcedente o pedido ante à constatação de que a conta de e-mail do usuário responsável pela mensagem discriminatória havia sido encerrada, aliada à informação da YAHOO de que, com o encerramento, as

informações daquele usuário haviam sido excluídas da sua base de dados (fls. 112/116, e-STJ).

Acórdão: o TJ/MG deu provimento ao apelo da YAHOO, afirmando que “cabe ao provedor de conta utilizada para envio de mensagem ofensiva diligenciar na busca da identificação do seu autor, mormente quando ele próprio admite conhecer os trâmites necessários para tanto, pouco importando que a conta utilizada tenha sido cancelada” (fls. 192/196, e-STJ).

Embargos de declaração: interpostos pela YAHOO foram rejeitados pelo TJ/MG (fls. 212/215, e-STJ).

Embargos de declaração nos embargos de declaração: novamente interpostos pela YAHOO e mais uma vez rejeitados pelo TJ/MG (fls. 293/296, e-STJ).

Recurso especial: alega violação dos arts. 355, 356, 360 e 460 do CPC; e 265 do CC/02, bem como dissídio jurisprudencial (fls. 301/322, e-STJ).

Prévio juízo de admissibilidade: o TJ/MG admitiu o recurso especial, determinando a remessa dos autos ao STJ.

É o relatório.

RECURSO ESPECIAL Nº 1.398.985 - MG (2013/0273517-8)

RELATORA : **MINISTRA NANCY ANDRIGHI**
RECORRENTE : **YAHOO DO BRASIL INTERNET LTDA**
ADVOGADO : **FERNANDA S PASCALE LEONARDI E OUTRO(S)**
RECORRIDO : **CENTRO EDUCACIONAL DE FORMAÇÃO SUPERIOR**
ADVOGADO : **SÉRGIO MOURÃO CORRÊA LIMA E OUTRO(S)**

VOTO

A EXMA. SRA. MINISTRA NANCY ANDRIGHI (Relator):

Cinge-se a lide a determinar a responsabilidade dos gerenciadores de fóruns de discussão virtual pelo fornecimento dos dados dos respectivos usuários.

1. Da responsabilidade da YAHOO. Violação dos arts. 355, 356, 360 e 460 do CPC; e 265 do CC/02.

01. A presente ação foi ajuizada pelo CEFOS visando a obter os dados de usuário do fórum de discussão virtual YAHOO GRUPOS responsável pela postagem de mensagem ofensiva aos alunos que ingressaram nas Faculdades Milton Campos por meio do PROUNI.

02. O Juiz de primeiro grau de jurisdição julgou improcedente o pedido diante do encerramento da conta de e-mail do usuário responsável pela mensagem discriminatória, aliada à informação da YAHOO de que as informações daquele usuário haviam sido excluídas da sua base de dados.

03. O TJ/MG, no entanto, entendeu que, na qualidade de provedora da conta utilizada para envio da mensagem, caberia à YAHOO, “diligenciar na busca da identificação do seu autor, mormente quando ele próprio admite conhecer os trâmites necessários para tanto, pouco importando que a conta utilizada tenha sido cancelada” (fl. 192, e-STJ).

04. A YAHOO, por sua vez, sustenta estar sendo compelida a fornecer dados que não possui, ressalvando que as informações pretendidas podem ser obtidas diretamente junto aos provedores de conexão à Internet e ao

Comitê Gestor da Internet no Brasil. Acrescenta que “não existe qualquer legislação que imponha aos provedores de serviços de Internet a guarda dos dados de seus usuários para sempre, tampouco por um certo período de tempo”, esclarecendo que o descarte desses dados segue uma orientação técnica que visa a garantir a privacidade dos usuários, para que “informações mais recentes possam ser armazenadas com a mesma segurança” (fls. 201/202, e-STJ).

1.1 A natureza jurídica do serviço prestado pelo YAHOO GRUPOS.

05. Inicialmente, deve-se determinar a natureza jurídica dos gerenciadores de fóruns de discussão virtual, pois somente assim será possível definir os limites da responsabilidade da YAHOO.

06. A *world wide web* (www) é uma rede mundial composta pelo somatório de todos os servidores a ela conectados. Esses servidores são bancos de dados que concentram toda a informação disponível na internet, divulgadas por intermédio das incontáveis páginas de acesso (webpages).

07. Os provedores de serviços de Internet são aqueles que fornecem serviços ligados ao funcionamento dessa rede mundial de computadores, ou por meio dela. Trata-se de gênero do qual são espécies as demais categorias, como: (i) provedores de *backbone* (espinha dorsal), que detêm estrutura de rede capaz de processar grandes volumes de informação. São os responsáveis pela conectividade da internet, oferecendo sua infraestrutura a terceiros, que repassam aos usuários finais acesso à rede; (ii) provedores de acesso, que adquirem a infraestrutura dos provedores *backbone* e revendem aos usuários finais, possibilitando a estes conexão com a Internet; (iii) provedores de hospedagem, que armazenam dados de terceiros, conferindo-lhes acesso remoto; (iv) provedores de informação, que produzem as informações divulgadas na internet; e (v) provedores de conteúdo, que disponibilizam na rede as informações criadas ou desenvolvidas pelos provedores de informação.

08. É frequente que provedores ofereçam mais de uma modalidade de serviço de internet; daí a confusão entre essas diversas modalidades. Entretanto, a diferença conceitual subsiste e é indispensável à correta imputação da responsabilidade inerente a cada serviço prestado.

09. No que tange especificamente ao YAHOO GRUPOS, trata-se de um *site* que gerencia fóruns de discussão virtual.

10. Os fóruns ou listas de discussão permitem a troca de mensagens eletrônicas em grupo. Os e-mails dos usuários são cadastrados no *site* de gerenciamento e, a partir daí, as mensagens postadas por qualquer desses usuários são automaticamente encaminhadas para os e-mails dos demais membros, além de ficarem disponíveis na página virtual do grupo, cujo acesso pode ser público ou restrito apenas aos próprios usuários.

11. Na prática, portanto, as mensagens postadas são instantaneamente disponibilizadas na *web*, ficando acessíveis para todos os usuários cadastrados e àqueles que tiverem acesso à página do grupo.

12. A maioria dos fóruns de discussão veicula opiniões e/ou notícias acerca de um determinado assunto, sendo inerente à sua concepção e funcionamento a participação de todos os usuários e, quando possibilitado o acesso público, também de terceiros, que interagem ativamente promovendo debates e troca de informações sobre interesses comuns.

13. Conclui-se, pois, que o gerenciador de fóruns de discussão virtual constitui uma espécie do gênero provedor de conteúdo, pois esses *sites* se limitam a abrigar e oferecer ferramentas para edição dos fóruns criados e mantidos por terceiros, sem exercer nenhum controle editorial sobre as mensagens postadas pelos usuários.

1.2. Os limites de responsabilidade dos gerenciadores de fóruns de discussão virtual.

14. Apesar de o STJ já ter decidido que “a exploração comercial da Internet sujeita as relações de consumo daí advindas à Lei nº 8.078/90” (REsp

1.193.764/SP, 3ª Turma, minha relatoria, DJe de 08.08.2011. No mesmo sentido: REsp 1.316.921/RJ, 3ª Turma, minha relatoria, DJe de 29.06.2012; e AgRg no REsp 1.325.220/MG, 3ª Turma, Rel. Min. Paulo de Tarso Sanseverino, DJe de 26.06.2013), a responsabilidade dos *sites* de gerenciamento de fóruns de discussão virtual deve se restringir à natureza da atividade por eles desenvolvida que, como visto, corresponde à típica provedoria de conteúdo.

15. Nesse aspecto, os gerenciadores de fóruns de discussão virtual devem garantir o sigilo, a segurança e a inviolabilidade dos dados cadastrais de seus usuários, bem como o funcionamento e a manutenção das páginas na Internet que contenham os diversos grupos de debate.

1.2.1. O dever de identificação dos usuários.

16. No que tange especificamente ao dever de identificação dos usuários, esta 3ª Turma, em precedentes de minha relatoria, decidiu que ao oferecer um serviço por meio do qual se possibilita a livre divulgação de opiniões, deve o provedor de conteúdo “ter o cuidado de propiciar meios para que se possa identificar cada um desses usuários, coibindo o anonimato e atribuindo a cada imagem uma autoria certa e determinada”.

17. Diante disso, concluiu que, sob a ótica da diligência média que se espera do provedor de conteúdo e tendo em vista o dever de informação e o princípio da transparência, “deve este adotar as providências que, conforme as circunstâncias específicas de cada caso, estiverem ao seu alcance para a individualização dos usuários do *site*, sob pena de responsabilização subjetiva por culpa *in omittendo*” (REsp 1.186.616/MG, 3ª Turma, minha relatoria, DJe de 31.08.2011. No mesmo sentido: 1.300.161/RS, 3ª Turma, minha relatoria, DJe de 26.06.2012; e 1.192.208/MG, 3ª Turma, minha relatoria, DJe de 02.08.2012).

18. Embora os serviços analisados nos referidos precedentes – rede social virtual, hospedagem de *blogs* e hospedagem de correio eletrônico (e-mail) – não sejam exatamente iguais ao apreciado nestes autos, todos eles são do

mesmo gênero, qual seja, provedoria de conteúdo, de sorte que as conclusões alcançadas nos julgados alçados a paradigma se aplicam perfeitamente à espécie.

19. Portanto, como ressalvei naqueles julgados, os provedores que, movidos pela ânsia de facilitar o cadastro e aumentar exponencialmente seus usuários, ou por qualquer outro motivo, optarem por não exercer um controle mínimo daqueles que se filiam ao seu *site*, assumem o risco dessa desídia, respondendo subsidiariamente pelos danos causados a terceiros.

20. A esse respeito, Marcel Leonardi observa que o provedor deve exigir do usuário, conforme a natureza do serviço prestado, “os números de IP atribuídos e utilizados pelo usuário, os números de telefone utilizados para estabelecer conexão, o endereço físico de instalação dos equipamentos utilizados para conexões de alta velocidade e demais informações que se fizerem necessárias para prevenir o anonimato do usuário” (Responsabilidade civil dos provedores de serviços de Internet. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2005, p. 82).

21. Em complemento a esse raciocínio, Antonio Jeová Santos anota que a não identificação, pelo provedor, das pessoas que hospeda em seu *site*, “não o exime da responsabilidade direta, se o anônimo perpetrou algum ataque causador de dano moral. Não exigindo identificação dos seus usuários, assume o ônus e a culpa pelo atuar indiscreto, criminoso ou ofensivo à honra e intimidade acaso cometido” (Dano moral na Internet. São Paulo: Método, 2001, p. 143).

22. A obrigação de manter dados mínimos indispensáveis à identificação de seus usuários deriva do art. 5º, IV, da CF/88, que não obstante assegure a liberdade de manifestação do pensamento, ressalva que esta não é irrestrita, sendo “vedado o anonimato”. Em outras palavras, qualquer um pode se expressar livremente, desde que se identifique.

23. Essa obrigação decorre, também, do art. 6º, III, do CDC, que institui o dever de informação e consagra o princípio da transparência, aplicáveis à essência das relações de consumo, na medida em que a informação repassada ao consumidor integra o próprio conteúdo do contrato. Trata-se de dever intrínseco ao negócio e que deve estar presente não apenas na formação do contrato, mas também durante toda a sua execução.

24. Muito oportuna, nesse ponto, a lição de Cláudia Lima Marques, no sentido de que “informar é mais do que cumprir com o dever anexo de informação: é cooperar e ter cuidado com o parceiro contratual, evitando os danos morais e agindo com lealdade (pois é o fornecedor que detém a informação) e boa-fé” (Comentários ao código de defesa do consumidor, 2ª ed., São Paulo: RT, 2006, pp. 178-179).

25. A partir dessas considerações, conclui-se que o comando do art. 6º, III, do CDC, somente estará sendo efetivamente cumprido pelo fornecedor quando a informação for prestada ao consumidor de forma adequada, assim entendida, conforme já decidiu o STJ, como “aquela que se apresenta simultaneamente *completa, gratuita e útil*, vedada, neste último caso, a diluição da comunicação efetivamente relevante pelo uso de informações soltas, redundantes ou destituídas de qualquer serventia para o consumidor” (REsp 586.316/MG, 2ª Turma, Rel. Min. Herman Benjamin, DJe de 19.03.2009).

26. Nesse contexto, ao oferecer um serviço de provedoria de conteúdo, deve o fornecedor obter e manter dados mínimos de identificação de seus usuários, com vistas a assegurar a eventuais prejudicados pela utilização indevida ou abusiva do serviço – consumidores por equiparação nos termos do art. 17 do CDC – informações concretas sobre a autoria do ilícito. Cuida-se de cautela básica, decorrente da legítima expectativa do consumidor – mesmo aquele que jamais tenha feito uso do serviço – de que, sendo ofendido por intermédio de um *site*, o seu provedor tenha condições de individualizar o usuário responsável.

27. Não se está a propor uma burocratização desmedida da Internet. O crescimento e popularidade da rede devem-se, em grande medida, justamente à sua informalidade e à possibilidade dos usuários a acessarem sem identificação. Essa liberdade tornou-se um grande atrativo, inclusive nos *sites* de compartilhamento de vídeos, em que pessoas desenvolvem “personalidades virtuais”, absolutamente distintas de suas próprias, assumindo uma nova identidade, por meio da qual se apresentam e interagem com terceiros. Criou-se

um “mundo paralelo”, em que tudo é intangível e no qual há enorme dificuldade em se distinguir a realidade da fantasia.

28. Dessarte, quanto mais a *web* se difunde, maior o desafio de se encontrar um limite para o anonimato dos seus usuários, um equilíbrio entre o virtual e o material, de modo a proporcionar segurança para as inúmeras relações que se estabelecem via Internet, mas sem tolher a informalidade que lhe é peculiar.

29. Por mais que se queira garantir a liberdade daqueles que navegam na rede, reconhecendo-se essa condição como indispensável à própria existência e desenvolvimento da Internet, não podemos transformá-la numa “terra de ninguém”, onde, sob o pretexto de não aniquilar as suas virtudes, se acabe por tolerar sua utilização para a prática dos mais variados abusos.

30. A Internet é sem dúvida uma ferramenta consolidada em âmbito mundial, que se incorporou no cotidiano de todos nós, mas cuja continuidade depende da criação de mecanismos capazes de reprimir sua utilização para fins perniciosos, sob pena dos malefícios da rede suplantarem suas vantagens, colocando em xeque o seu futuro.

31. Diante disso, ainda que muitos busquem na *web* o anonimato, este não pode ser pleno e irrestrito. A existência de meios que possibilitem a identificação de cada usuário se coloca como um ônus social, a ser suportado por todos nós, em especial por aqueles que exploram economicamente a rede, objetivando preservar a sua integridade e o seu próprio destino.

32. Isso não significa colocar em risco a privacidade dos usuários. Os dados pessoais fornecidos aos provedores devem ser mantidos em absoluto sigilo – tal como já ocorre nas hipóteses em que se estabelece uma relação sinalagmática via Internet, na qual se fornece nome completo, números de documentos pessoais, endereço, número de cartão de crédito, entre outros – sendo divulgados apenas quando se constatar a prática de algum ilícito e, aí sim, mediante ordem judicial.

33. Também não significa que se deva exigir um processo de cadastramento imune a falhas. A mente criminosa é astuta e invariavelmente

encontra meios de contornar até mesmo os mais modernos sistemas de segurança. O que se espera dos provedores é a implementação de cuidados mínimos, consentâneos com seu porte financeiro e seu *know-how* tecnológico – a ser avaliado casuisticamente, em cada processo – de sorte a proporcionar aos seus usuários um ambiente de navegação saudável e razoavelmente seguro.

1.2.2. A identificação dos usuários pelo YAHOO GRUPOS.

34. Como visto, os limites do dever de identificação dos usuários devem ser analisados conforme as circunstâncias específicas de cada caso.

35. No particular, a política de privacidade do próprio YAHOO consigna que, “quando você se cadastra, solicitamos informações tais como seu nome, endereço de e-mail, data de nascimento, sexo, CEP, ocupação profissional, setor de trabalho e assuntos de interesse pessoal, dentre outras. **Ao se cadastrar no Yahoo e utilizar nossos serviços, você deixa de ser anônimo para nós**” (grifei).

36. A YAHOO ressalva, ainda, que “recebe e armazena automaticamente as informações de seu computador e navegador, **incluindo seu endereço IP**, cookies, atributos de *software* e *hardware* e a página que você solicita” (grifei).

37. Não bastasse isso, a YAHOO ressalva que poderá compartilhar as informações pessoais de seus usuários, entre outros motivos, “**para atender a ordens judiciais** nos termos da legislação em vigor, ou em processos judiciais para estabelecer ou exercer nossos direitos legais ou empreender defesa contra ações judiciais” (grifei) (disponível em: <http://info.yahoo.com/privacy/br/yahoo>).

38. Assim, na hipótese dos autos, não há dificuldade em delimitar quais os dados de identificação que deveriam ser fornecidos, pois a própria YAHOO informa que mantém registro do nome, endereço e número de IP dos seus usuários, elementos suficientes à individualização dos usuários.

39. Note-se, por oportuno, que ao contrário do alegado, não se está obrigando a YAHOO a buscar essas informações perante terceiros, mas exigindo

que ela as obtenha junto ao próprio usuário no ato de seu cadastramento para utilização dos serviços virtuais, mantendo registro dessas informações em seu banco de dados.

1.2.3. O dever de guarda das informações.

40. Apesar de, nos itens anteriores, ter se definido, ao menos em tese, o dever da YAHOO de identificar seus usuários e os respectivos dados a serem fornecidos, o presente processo guarda uma peculiaridade, consistente no fato de a provedora alegar que a própria conta de e-mail utilizada para envio da mensagem ofensiva foi “apagada de seus servidores, dado o lapso temporal entre os fatos descritos e a propositura da ação” (fl. 303, e-STJ).

41. Nesse contexto, a YAHOO aduz que “não existe qualquer legislação que imponha aos provedores de serviços de Internet a guarda dos dados de seus usuários para sempre, tampouco por um certo período de tempo”, esclarecendo que o descarte desses dados segue uma orientação técnica que visa a garantir a privacidade dos usuários, para que “informações mais recentes possam ser armazenadas com a mesma segurança” (fls. 201/202, e-STJ).

42. Todavia, de acordo com o art. 1.194 do CC/02, aplicável por analogia à hipótese dos autos, “o empresário e a sociedade empresária são obrigados a conservar em boa guarda toda a escrituração, correspondência e mais papéis concernentes à sua atividade, enquanto não ocorrer prescrição ou decadência no tocante aos atos neles consignados”.

43. O STJ já teve a oportunidade de apreciar a questão, tendo decidido que o “a existência de prazo para pleitear a exibição de documentos prende-se à possibilidade de ajuizarem-se ações relacionadas aos ditos documentos cuja exibição se busca”, ressaltando que “cabe à sociedade empresária preservar os documentos em relação aos quais ainda se possa ajuizar alguma ação” (REsp 995.375/SP, 4ª Turma, Rel. Min. Luis Felipe Salomão, DJe de 01.10.2012. No mesmo sentido: REsp 1.046.497/RJ, 4ª Turma, Rel. Min. João Otávio de Noronha, DJe de 09.11.2010).

44. Não obstante na hipótese específica dos autos as informações estejam registradas em um banco de dados, os arquivos em formato digital se enquadram no conceito de documento, que corresponde a qualquer meio apto ao armazenamento de informações.

45. Partindo das premissas adrede fixadas, de que os provedores de conteúdo estão obrigados a armazenar os dados de seus usuários, de modo a possibilitar a sua identificação caso o teor de postagens venha a ser questionado, bem como de que o arquivo contendo os dados pessoais desses usuários se equipara ao conceito de documento, conclui-se pela existência do dever legal de guarda desse banco de dados.

46. Com relação ao tempo de conservação dessas informações, considerando que sua obtenção visa a possibilitar o exercício da pretensão de reparação civil por danos materiais e morais, deve-se fixar, como regra, o prazo de 03 anos previsto no art. 206, §3º, V, do CC/02, contado do dia em que o usuário cancelar o serviço.

47. Essa, aliás, a prática que vem sendo adotada por outros países. No âmbito da Comunidade Europeia, por exemplo, foi editada a Diretiva 24/2006, conhecida como *Data Retention Directive* (Diretiva de Retenção de Dados), que obriga, entre outras coisas, os provedores de serviços de Internet a manterem registro, pelo prazo de até 02 anos, do nome e endereço do assinante a quem esteja vinculado um determinado IP.

48. Nem se diga que, diante do enorme número de usuários, esse prazo seria exagerado, causando uma suposta inviabilidade técnica e/ou física de manutenção do arquivo, em detrimento da segurança do banco de dados como um todo.

49. Não há como conceber que provedores de serviços de Internet, cuja própria atividade pressupõe a utilização das mais modernas e avançadas tecnologias em matéria digital, responsáveis pelo tráfego e armazenamento de um volume brutal de informações, não tenham espaço em seus servidores para manter o registro dos dados pessoais de seus usuários.

50. Noto, à guisa de exemplo, que consoante informações obtidas na própria rede mundial de computadores (<http://www.tecmundo.com.br/google/20758-como-a-google-consegue-armazenar-tanta-coisa-.htm>), apenas o serviço de pesquisas virtuais da GOOGLE consome, por dia, mais de 20 *petabytes*, ou seja, mais de 20 quatrilhões de *bytes* de memória.

51. Fica evidente, pois, que esse argumento da YAHOO se mostra totalmente despropositado, beirando as raias da má-fé.

1.2.4. Conclusão.

52. Em suma, pois, tem-se que os provedores de conteúdo devem manter um sistema minimamente eficaz de identificação de seus usuários, cuja efetividade será avaliada caso a caso. As informações pessoais devem ser armazenadas por um prazo mínimo de 03 anos, a contar do dia em que o usuário cancela o serviço.

53. Ainda que não ideais, certamente incapazes de possibilitar todos os usuários da rede mundial de computadores, a solução ora proposta se afigura como a que melhor equaciona os direitos e deveres dos diversos *players* do mundo virtual.

54. Na análise de Newton De Lucca, “a implementação de medidas drásticas de controle de conteúdos na Internet deve ser reservada para casos extremos, quando estiver presente manifesto interesse público e desde que ponderado o potencial prejuízo causado a terceiros, não havendo de ser adotada nas demais hipóteses, principalmente quando se tratar de interesse individual, salvo em situações absolutamente excepcionais, que representarão exceções raríssimas” (Direito e internet: aspectos jurídicos relevantes, vol. II. São Paulo: Quartier Latin, 2008, p. 400).

55. As adversidades indissociáveis da tutela das inovações criadas pela era digital dão origem a situações cuja solução pode causar certa perplexidade. Há de se ter em mente, no entanto, que a Internet é reflexo da

sociedade e de seus constantes avanços. Se, ainda hoje, não conseguimos tutelar com total equidade direitos seculares e consagrados, seria utópico contar com resultados mais eficientes nos conflitos relativos à rede mundial de computadores.

1.3. A hipótese dos autos.

56. Embora se tenha concluído pelo dever da YAHOO de manter registro do nome, endereço e número de IP dos usuários do YAHOO GRUPOS pelo prazo mínimo de 03 anos, não se pode ignorar a realidade fática presente na espécie, de que a empresa excluiu de seus arquivos os dados do usuário responsável pela mensagem reputada ofensiva.

57. Essa circunstância, porém, não induz violação dos arts. 355, 356 e 360 do CPC, na medida em que os documentos cuja exibição se pretende deveriam estar em poder da YAHOO.

58. Note-se que o e-mail reputado ofensivo foi encaminhado em 25.02.2010, de onde se conclui que o seu cancelamento (com a consequente exclusão dos dados do usuário dos arquivos da YAHOO) ocorreu depois dessa data, sendo certo que a ação de exibição de documentos foi ajuizada menos de 03 meses depois, em 17.05.2010, portanto dentro do termo de 03 anos em que os provedores de conteúdo devem manter registro dos dados de seus usuários.

59. Nesse aspecto, de acordo com o art. 358, I, do CPC, o Juiz não admitirá a recusa se o requerido tiver obrigação legal de exibir o documento.

60. Por outro lado, ao contrário do que decidiu o TJ/MG, não há como exigir da YAHOO que diligencie junto a terceiros para obter os dados que inadvertidamente apagou dos seus arquivos, não apenas pelo fato dessa medida não estar inserida nas providências cabíveis em sede de exibição de documentos, mas sobretudo porque a empresa não dispõe de poder de polícia para exigir o repasse dessas informações.

61. Assim, por se tratar de medida cautelar de natureza meramente satisfativa – por meio da qual o CEFOS pretendia identificar o responsável pelo

ato ofensivo, a fim de adotar as providências cabíveis – não há outro caminho senão reconhecer a impossibilidade de exibição do documento, sem prejuízo, porém, do direito da universidade de buscar a reparação dos prejuízos decorrentes da conduta da YAHOO, em consonância inclusive com os precedentes anteriormente citados, que estabelecem o dever do provedor de conteúdo de “adotar as providências que, conforme as circunstâncias específicas de cada caso, estiverem ao seu alcance para a individualização dos usuários do *site*, **sob pena de responsabilização subjetiva por culpa in omittendo**” (REsp 1.186.616/MG, 3ª Turma, minha relatoria, DJe de 31.08.2011. No mesmo sentido: 1.300.161/RS, 3ª Turma, minha relatoria, DJe de 26.06.2012; e 1.192.208/MG, 3ª Turma, minha relatoria, DJe de 02.08.2012) (grifei).

62. Acrescente-se, por oportuno, que não obstante a YAHOO alegue que “oportunamente informou os dados de conexão relacionados a uma outra mensagem enviada pelo titular da mesma conta de e-mail [objeto da ação]”, a partir dos quais “poderia obter informações adicionais” (fl. 303, e-STJ), essa iniciativa não elide sua obrigação de fornecer o nome, endereço e número de IP do usuário responsável pela mensagem reputada ofensiva.

Forte nessas razões **DOU PARCIAL PROVIMENTO** ao recurso especial, mas em menor extensão do que a pretendida, declarando o dever da YAHOO de exibir os dados requeridos na inicial, porém reconhecendo a impossibilidade de fazê-lo.

Em conformidade com o princípio da causalidade, condeno a YAHOO ao pagamento das custas processuais e dos honorários advocatícios, estes arbitrados com fundamento no § 4º do art. 20 do CPC, em R\$5.000,00.