



Usar marca de outros como termo-chave no Google não viola direitos

Cadastrar uma marca registrada como palavra-chave nos serviços de busca e AdWords do Google não afeta a função essencial da marca nem viola os direitos de seus titulares. Se não fosse assim, usuários de internet não poderiam vender produtos de segunda mão, avaliá-los ou comparar preços. Com esse entendimento, a 38ª Vara Cível de São Paulo julgou improcedente ação movida pela Estok Comercio e Representações, dona da marca de venda de móveis Tok & Stok, contra o Google Brasil e Marcelo Nunes, dono da loja de móveis Westwing.

No caso, a Estok alegou que o Google permitiu que Nunes usasse um anúncio da Westwing para desviar a clientela da Tok & Stok. De acordo com a empresa, ao fazer uma busca pelo nome da Tok & Stok no site, o primeiro resultado é o do site da Westwing, oferecendo falsos descontos de até 70% nos móveis daquela firma e induzindo o consumidor ao erro. Por isso, a Estok moveu ação pedindo que o Google retire do ar tal anúncio pago e que Nunes exclua todas as páginas que mencionem indevidamente a Tok & Stok. Além disso, a companhia requereu que os réus se abstenham de usar sua marca e paguem indenização por danos morais e emergentes e por concorrência desleal.

Em contestação, o Google argumentou que, no AdWords, o contratante do anúncio é o único responsável pela escolha das palavras-chave, e que a empresa não tem qualquer responsabilidade sobre isso. Nunes, por sua vez, sustentou que não foi ele quem contratou o serviço, e que a marca Westwing é totalmente diferente da Tok & Stok, não induzindo os consumidores a erro.

A juíza da 38ª Vara Cível paulistana, Carolina de Figueiredo Dorlhiac Nogueira, concedeu liminar para proibir os réus de continuar a comercializar propaganda e usar a marca Tok & Stok, sob pena de multa diária de R\$ 1 mil para cada violação. No entanto, ela mudou seu entendimento ao julgar o mérito da ação.

Segundo Carolina, não é razoável exigir do Google um controle prévio das palavras escolhidas por anunciantes, uma vez que isso não viola o direito de marca. Se violasse, “difícilmente não se aplicaria esse entendimento também à utilização da marca como palavra-chave no motor de busca da Google, o ‘Google Search’”, notou a juíza.

Ela afirmou que caso o Google fosse obrigado a restringir o uso de termos, isso teria “consequências imprevisíveis”, e ignoraria um dos grandes motivos do sucesso da internet, o da ausência de um controle central. Para fortalecer seu argumento, Carolina ofereceu um cenário que poderia ocorrer se o pedido da Estok fosse aceito: “Na medida em que as palavras-chaves referentes às marcas registradas somente possam ser utilizadas por seus titulares, os internautas seriam impedidos de ver os anúncios de outros operadores para atividades perfeitamente legítimas relacionadas às marcas, por exemplo, sítios que se dedicam à avaliação dos produtos, à comparação de preços ou à venda de produtos em segunda mão”.

Assim, ela opinou que somente deve ser reprimido o uso de marca como palavra-chave quando ele for feito com a intenção de violá-la e prejudicar o titular dela, afetando a proteção da ordem econômica e da concorrência.



Quanto a Nunes, a juíza destacou que ele era dono do domínio da Westwing quando a ação foi ajuizada, mas que não contratou a publicidade enganosa quanto à Tok Stok. Isso foi feito pela empresa WW Comercio Varejista, da qual o réu não é sócio.

Com isso, Carolina julgou improcedentes os pedidos da Estok e revogou a liminar anteriormente concedida em benefício da empresa.

Clique [aqui](#) para ler a íntegra da decisão.

Processo 0130935-08.2012.8.26.0100

Date Created

01/09/2015