

Cade arquiva processo contra Google sobre buscas na internet

O Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) arquivou, nesta quarta-feira (26/6), processo administrativo que investigava prática anticompetitiva do Google.

Divulgação



ReproduçãoRelator do caso entendeu que não houve manipulação de algoritmos da busca orgânica do Google

O processo foi aberto a partir da denúncia feita pela Media Group Informação e Tecnologia. De acordo com as alegações, o Google Buscas teria privilegiado seus próprios sites temáticos nos resultados da busca orgânica.

Segundo a denúncia, o Google beneficiou seu serviço quando decidiu, em 2013, posicionar de maneira fixa os resultados do Google Shopping no topo ou na lateral da página do buscador, por meio de anúncios com imagens. Contudo, esses anúncios seriam incompatíveis com o funcionamento dos comparadores de preços concorrentes, o que configuraria suposto tratamento discriminatório.

Para o relator do caso, conselheiro Mauricio Oscar Bandeira Maia, não foi possível verificar manipulação de algoritmos da busca orgânica do Google no mercado brasileiro. O relator considerou que a redução de comparadores de preço no mercado brasileiro não tem nexos causal com as práticas comerciais do Google.

Além disso, entendeu que não foram confirmadas as condutas de bloqueio de acesso a uma estrutura essencial, venda casada e falta de transparência por parte do Google.

Segundo Bandeira Maia, também não foi verificada a relação do aumento do valor do custo por clique (CPC) com alguma conduta anticoncorrencial do Google.

Eficiências

O relator também apontou eficiências para consumidores e anunciantes brasileiros decorrentes de práticas do mercado de busca na internet.

Com o lançamento do modelo *Product Listing Ads* (PLA), os anúncios de shopping passaram



efetivamente a ser pagos. No formato anterior, chamado *Product Universal*, a exibição de resultados temáticos de produtos era um serviço gratuito.

Para o relator, a consequência não pode ser considerada negativa aos usuários ou aos agentes de varejo online porque o padrão PLA incentiva varejistas a manter as informações de seus produtos detalhadas e atualizadas.

Sobre a apresentação de imagens nos anúncios, Bandeira Maia afirmou que a prática gera benefícios para os lojistas porque também aumenta as chances de conversão do clique para uma compra, além de chamar mais atenção dos usuários.

O tribunal entendeu que, ao lançar o PLA, o Google inovou com o objetivo de melhorar a qualidade e a experiência de buscas na internet para os usuários, o que é considerado uma conduta pró-competitiva. *Com informações da Assessoria de Imprensa do Cade.*

Processo Administrativo: 08012.010483/2011-94

Date Created

26/06/2019