



**Universidade:
presente!**

UFRGS
PROPEAQ



XXXI SIC

21. 25. OUTUBRO • CAMPUS DO VALE

Evento	Salão UFRGS 2019: SIC - XXXI SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2019
Local	Campus do Vale - UFRGS
Título	Quando alguém pesquisa online a marca da minha empresa, surge anúncio da marca da empresa concorrente. O que a Google tem a ver com isso?
Autor	GABRIELA RAYMUNDI DOS SANTOS
Orientador	LISIANE FEITEN WINGERT ODY

Título 1: Quando alguém pesquisa *online* a marca da minha empresa, surge anúncio da marca da empresa concorrente. *O que a Google tem a ver com isso?*

Autora: Gabriela Raymundi dos Santos

Orientadora: Lisiane Feiten Wingert Ody

Instituição de Ensino: Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Centro de Pesquisa em Propriedade Intelectual

Com a utilização cada vez maior dos meios virtuais para a realização de negócios e a venda de produtos e serviços, a forma de divulgação deles (e eventuais violações a direitos de terceiro) também se desloca para o ambiente digital. Nesse cenário, o serviço publicitário ‘GoogleAds’ da empresa Google Brasil Internet Ltda (doravante denominada ‘Google’) apresenta-se como uma das principais ferramentas para tal divulgação. Essa empresa possibilita que outras empresas utilizem o ‘GoogleAds’ para determinar que, sempre que uma pessoa procure determinadas palavras-chave na ferramenta de buscas da Google, os anúncios delas apareçam como o primeiro resultado na página.

Todavia, o mecanismo pode configurar um problema: se empresa contratante desse serviço decide vincular marca de empresa concorrente como palavra-chave a seu anúncio, a empresa Google possui responsabilidade por essa vinculação?

Essa questão é hipótese de trabalho, sendo objetivo geral investigar se há responsabilidade civil por parte da empresa Google sobre essa utilização e, em caso positivo, qual é o tipo. Os objetivos específicos serão averiguar a presença ou não dos requisitos para a incidência da responsabilidade civil. A metodologia de tal estudo será descritiva e exploratória, analisando a legislação, doutrina e jurisprudência relevante no assunto. No que tange à legislação, mostra-se indispensável o estudo à luz do Código Civil de 2002, bem como da Lei 9.279 (Lei de Propriedade Intelectual), da Lei 12.529 de 2011 (Lei de Defesa à Concorrência) e da Lei 12.965 (Marco Civil da Internet). Quanto à jurisprudência, delimitar-se-á tal pesquisa ao Superior Tribunal de Justiça, Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul e Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, analisando todas as decisões que tratem sobre o assunto referido no texto, encontrados por meio da busca com as palavras “direito marcário concorrência palavra-chave”, ‘google concorrência palavra chave’, ‘google adwords’, ‘google ad words’ e ‘link patrocinado google’.

A pesquisa encontra-se em andamento. A conclusão parcial encontrada até o momento demonstra que o entendimento da doutrina e jurisprudência é de que essa vinculação seria ilícita e a Google tem a obrigação de desvincular o termo. Todavia, não é unânime o entendimento sobre qual tipo de ilícito se comete, qual teoria de responsabilidade civil seria aplicável e se haverá ou não danos indenizáveis a terceiros.