

Amanda de M. Zimmermann

Uso da marca alheia nos links patrocinados

Entendimento jurisprudencial brasileiro
sobre marcas, concorrência desleal
e anúncios na internet

Apresentação: Liz Beatriz Sass

Prefácio: Luiz Otávio Pimentel

EDITORA LUMEN JURIS

RIO DE JANEIRO

2021

Copyright © 2021 by Amanda de M. Zimmermann

Categoria: Direito Digital

PRODUÇÃO EDITORIAL
Livraria e Editora Lumen Juris Ltda.

Diagramação: Patricia Castillo

A LIVRARIA E EDITORA LUMEN JURIS LTDA.
não se responsabiliza pelas opiniões
emitidas nesta obra por seu Autor.

É proibida a reprodução total ou parcial, por qualquer meio ou processo, inclusive quanto às características gráficas e/ou editoriais. A violação de direitos autorais constitui crime (Código Penal, art. 184 e §§, e Lei nº 6.895, de 17/12/1980), sujeitando-se a busca e apreensão e indenizações diversas (Lei nº 9.610/98).

Todos os direitos desta edição reservados à
Livraria e Editora Lumen Juris Ltda.

Impresso no Brasil
Printed in Brazil

CIP-BRASIL. CATALOGAÇÃO-NA-FONTE

Z73u

Zimmermann, Amanda de M.

Uso da marca alheia nos links patrocinados : entendimento jurisprudencial brasileiro sobre marcas, concorrência desleal e anúncios na internet / Amanda de M. Zimmermann ; Prefácio de Luiz Otávio Pimentel ; Apresentação de Liz Beatriz Sass. – Rio de Janeiro : Lumen Juris, 2021.

194 p. ; 21 cm.

Bibliografia : p. 141-161.

ISBN 978-65-5510-826-2

1. Propriedade industrial – Brasil. 2. Marca registrada – Legislação Brasil. 3. Concorrência desleal. 4. Internet – Legislação – Brasil. Pimentel, Luiz Otávio. II. Sass, Liz Beatriz. III. Título.

CDD 346.81048

Sumário

Introdução	1
1 Direito Concorrencial no Sistema Jurídico Brasileiro	5
1.1 Concorrência sob o prisma constitucional.....	5
1.1.1 Direito concorrencial na Constituição da República Federativa do Brasil de 1988	5
1.1.2 Concorrência leal.....	11
1.2 Concorrência Desleal	13
1.2.1 Conceito de concorrência desleal e a legislação brasileira aplicada nos atos individuais.....	13
1.2.2 Concorrência parasitária versus aproveitamento parasitário	23
2 Marcas no Ordenamento Jurídico Brasileiro	33
2.1 Direito da Propriedade Industrial.....	33
2.1.1 Propriedade intelectual e industrial no âmbito constitucional, infraconstitucional e acordos internacionais	34
2.2 Marca na Atividade Empresarial	41
2.2.1 Princípios do direito marcário	41
2.2.2 Conceito, função e natureza jurídica das marcas	46
2.2.3 Classificação das marcas e sistema de classes	51
2.2.4 Direitos adquiridos com o registro da marca	56
2.2.5 Atos de confusão na internet.....	60

3 Conflito Entre Marcas, Concorrência Desleal e Condutas Parasitárias na Internet	67
3.1 Objeto do Conflito	67
3.1.1 Google Search e Google Ads	68
3.1.2 Levantamento de dados – casos do Tribunal de Justiça de São Paulo (TJSP)	73
3.2 Concorrência Desleal Caracterizada Pelo Uso Parasitário da Marca	75
3.2.1 Parâmetro atual do tema no Tribunal de Justiça de São Paulo	75
3.2.2 Entendimento consolidado.....	81
3.2.3 Posicionamento divergente.....	102
3.3 Responsabilidade Pelas Indenizações Decorrentes da Concorrência Desleal	115
3.3.1 Aplicação do instituto ao concorrente parasita	116
3.3.2 Aplicação do instituto ao provedor de busca	118
3.4 Compensação do Prejuízo Causado – Aplicação do Dano Moral	125
3.4.1 Conduta que caracteriza a aplicação do dano moral presumido à pessoa jurídica	126
3.4.2 Quantum indenizatório	131
Conclusão	135
Referências.....	141
Apêndice I -	163