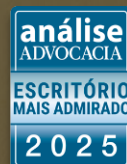


**ARTIGO
ESPECIALISTA**

Do Uso Indevido de Marcas como Palavras-Chave em Anúncios Patrocinados: Reflexões sobre o caso Ticket360 vs. Google Brasil

**MORAIS
ANDRADE**

LEANDRIN | MOLINA ADVOGADOS



Do Uso Indevido de Marcas como Palavras-Chave em Anúncios Patrocinados: Reflexões sobre o caso Ticket360 vs. Google Brasil

Por Fernando Henrique Anadão Leandrin

Recentemente, o Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo proferiu decisão relevante no campo da propriedade intelectual e da publicidade digital, ao julgar procedente a ação movida pela empresa Ticket360 contra o Google Brasil. **O cerne da controvérsia residia no uso indevido da marca registrada “Ticket360” como palavra-chave em anúncios patrocinados no Google Ads, prática que, segundo a autora, violava seus direitos marcários e causava confusão ao consumidor.**

A sentença de primeira instância determinou que o Google fornecesse os dados cadastrais do contratante dos anúncios — nome, endereço, CPF, e-mail e telefone — e excluísse o site utilizado de forma abusiva. Notadamente, o juízo afastou a aplicação do artigo 19 do Marco Civil da Internet, reconhecendo a peculiaridade do caso e a necessidade de responsabilização direta da plataforma.

O Google, por sua vez, recorreu alegando que não possui obrigação legal de armazenar ou fornecer tais dados, limitando-se aos registros de acesso (IP, data e hora), conforme o artigo 15 da Lei 12.965/2014. Argumentou ainda que a sentença impôs obrigação de impossível cumprimento, vedada pelo artigo 248 do Código Civil, e que a desindexação da URL foi realizada nos limites técnicos possíveis.

Do Uso Indevido de Marcas como Palavras-Chave em Anúncios Patrocinados: Reflexões sobre o caso Ticket360 vs. Google Brasil

Por Fernando Henrique Anadão Leandrin

Como advogado atuante na área de propriedade intelectual e tecnologia, vejo nesse julgado uma oportunidade de reflexão sobre os limites da responsabilidade das plataformas digitais e a proteção efetiva das marcas no ambiente online. A decisão sinaliza uma tendência de maior exigência quanto à transparência e colaboração das big techs em litígios envolvendo direitos de terceiros, especialmente quando há indícios de concorrência desleal ou aproveitamento parasitário.

É preciso ponderar, contudo, os desafios técnicos e jurídicos que envolvem a identificação de usuários em ambientes digitais, bem como os riscos de se exigir das plataformas uma atuação que possa resvalar em censura ou violação à liberdade de expressão. O equilíbrio entre proteção de direitos e preservação de garantias fundamentais deve ser buscado com cautela e rigor técnico.

O caso Ticket360 vs. Google Brasil é emblemático e certamente será citado em futuras discussões sobre o uso de marcas como palavras-chave em campanhas de marketing digital. Trata-se de um tema que exige constante atualização e vigilância por parte dos operadores do direito, sobretudo diante da velocidade com que as práticas comerciais evoluem no ambiente virtual.

Importante rememorar que, embora a prática de utilização de sinais distintivos de terceiros como palavras-chave em plataformas de busca seja reconhecida como potencialmente lesiva, conforme o Enunciado XVII das Câmaras Reservadas de Direito Empresarial, o Tribunal tem mantido o entendimento de

**Do Uso Indevido de Marcas como Palavras-Chave em Anúncios
Patrocinados: Reflexões sobre o caso Ticket360 vs. Google Brasil**

Por Fernando Henrique Anadão Leandrin

que a tutela em casos como este, depende do grau elevado de originalidade ou notoriedade do sinal no caso concreto, de forma que, o entendimento jurisprudencial que tem prevalecido é o que a mera utilização de palavras genéricas ou descritivas como palavras-chave não configura, por si só, infração à propriedade intelectual. É necessária a prova do potencial distintivo elevado e o desvio manifesto e concreto de clientela.

Casos como este, são tratados pela equipe de Propriedade Intelectual do Moraes Andrade com recorrência. Não deixe de nos consultar acerca das possíveis medidas acerca do seu caso e sua concorrência.

**Quer conversar com o Fernando
sobre esse tema?**

Entre em contato com a gente!

 contato@moraistrade.com

 +55 (11) 5555.6128

 www.moraistrade.com



**MORAIS
ANDRADE**

LEANDRIN | MOLINA ADVOGADOS