

5 perguntas e repostas sobre

O uso de marcas de concorrentes nas palavras-chaves do Google Ads

Elaborado por
Glauco Martins e
Raphael Bessa
Agosto 2023



01

O que é o Google Ads e como funciona a sua ferramenta de palavras-chaves ?

Google Ads é uma plataforma de publicidade online que permite aos anunciantes exibirem anúncios em forma de texto, imagem, vídeo ou outros formatos nos resultados de busca do Google ou em sites parceiros da rede de display. Palavras-chaves são termos ou frases que os anunciantes escolhem para acionar a exibição dos seus anúncios quando os usuários pesquisam por esses termos ou frases no Google.

02

O que é o uso de marcas de concorrentes nas palavras-chaves do Google Ads?

O uso de marcas concorrentes nas palavras-chaves do Google Ads é uma estratégia que consiste em selecionar como palavras-chaves as marcas registradas, razão social ou denominação dos concorrentes, com o objetivo de atrair, para os seus próprios anúncios, os usuários que buscam por produtos e serviços identificados por estas marcas de concorrentes.

03

O que diz o Poder Judiciário sobre o uso de marcas concorrentes nas palavras-chaves do Google Ads?

A jurisprudência sobre o uso de marcas concorrentes nas palavras-chaves do Google Ads é divergente e controversa. Alguns Tribunais entendem que essa prática configura concorrência desleal, por gerar confusão, aproveitamento parasitário ou diluição da marca alheia. Outros Tribunais consideram que essa prática é lícita, por não violar o direito de marca, não induzir o consumidor a erro ou não causar prejuízo ao concorrente.

04

Quais são os principais argumentos favoráveis ao uso de marcas concorrentes nas palavras-chaves do Google Ads?

Os Tribunais que defendem a prática, argumentam que o uso de marcas concorrentes nas palavras-chaves do Google Ads:

- Não viola os direitos de propriedade industrial ou não configura concorrência desleal, pois não impede ou prejudica o uso das marcas pelos seus titulares, nem gera confusão ou engano dos consumidores, que podem distinguir facilmente os anúncios dos resultados orgânicos da busca.
- É uma forma legítima e eficaz de divulgar os produtos ou serviços da empresa anunciante, pois permite alcançar um público-alvo qualificado e interessado no segmento de mercado, sendo uma prática comum e aceita no mercado, que beneficia os consumidores, pois amplia as suas opções de escolha e comparação entre os produtos ou serviços disponíveis.

05

Quais são os principais argumentos contrários ao uso de marcas concorrentes nas palavras-chaves do Google Ads?

Os Tribunais que condenam a prática argumentam que o uso de marcas concorrentes nas palavras-chaves do Google Ads:

- Viola os direitos de propriedade industrial e configura concorrência desleal, pois fere os princípios da exclusividade e da distintividade inerentes às marcas, que são bens imateriais protegidos pela lei e pelo ordenamento jurídico.
- É uma forma ilícita e desleal de aproveitar-se da reputação e do investimento alheios, pois cria uma falsa impressão de que há algum vínculo ou parceria entre as empresas ou que os produtos ou serviços anunciados são equivalentes ou superiores aos da marca utilizada e, ainda, lesa os consumidores, pois induz a erro ou confusão sobre a origem ou qualidade dos produtos ou serviços anunciados.

Gostou?

Interaja com essa postagem!



Curte



Comente



Salve



Compartilhe

Sperling Adv