

Magalu e Via trocam acusações na Justiça

Mecanismo de busca no Google está no centro da disputa

Por Adriana Mattos — De São Paulo

28/01/2022 05h01 · Atualizado há 3 dias

O Magazine Luiza está processando a Via, dona das redes Casas Bahia e Ponto, desde o fim do ano passado, e esta reagiu, poucos dias depois, entrando com ação contra a concorrente. As varejistas se acusam mutuamente de concorrência desleal e desrespeito à lei de proteção à propriedade intelectual.

Os litígios avançam na Justiça num período de vendas que perdem força, com aumento de custos, e envolvem contratos publicitários fechados com o Google. As partes chegaram a conversar, por telefone, mas não houve acordo, apurou o **Valor**.

Ambas já tiveram liminares favoráveis em suas ações, mas os processos continuam em andamento no Foro Central de São Paulo, ainda sem julgamento do mérito.

O Magazine acusa a Via de usar o mecanismo de busca do Google para desviar o seu tráfego (e logo, as vendas) para a empresa. A dona da Casas Bahia faz a mesma acusação contra o Magazine em outra ação, apenas seis dias depois. O primeiro a acionar a Justiça foi o Magazine, em 25 de novembro, na véspera da Black Friday, já

com o pedido de tutela de urgência enviado à 2ª Vara Empresarial e Conflitos de Arbitragem, em São Paulo, para bloquear a estratégia da rival.



Magazine Luiza e Via se acusam mutuamente de concorrência desleal e desrespeito à lei de proteção à propriedade intelectual — Foto: Pixabay

Logo depois, em 1º de dezembro, a Via entrou com ação de teor semelhante na 1ª Vara Empresarial. A Via chegou a pedir sigilo do processo, mas não foi concedido. As informações foram obtidas pelo **Valor** junto às peças públicas.

O Magazine afirma na ação que a Via contratou serviços de anúncios patrocinados do Google, para que as marcas da Via aparecessem com destaque quando o consumidor digitasse as palavras “Magazine Luiza” e “Magalu” nos termos de pesquisa. Quando um potencial cliente buscava essas marcas na internet, era a loja virtual da Casas Bahia ou do Ponto (ex-Ponto Frio) que surgia primeiro na página, diz a rede, o que fere dois artigos da Lei de Propriedade Intelectual (9.279/96), que trata do uso exclusivo e do licenciamento da marca.

Na decisão sobre o pedido de liminar, para interromper a suposta prática, o juiz Eduardo Pellegrinelli diz que o uso da marca do concorrente pela Via pode causar confusão nos consumidores, “e gerar danos que extrapolam o aspecto pecuniário, especialmente durante o período de Black Friday, caracterizado por grandes descontos e [atração] de grande número de consumidores, o que caracteriza o perigo de dano”, escreveu.

Desempenho na bolsa

Dados de Magazine Luiza e Via - em R\$/ação

Magazine Luiza ON



Via ON



Variações, em %

No mês 0,00 ⇒

Em 12 meses -71,99 ↘

Valor de mercado
(27/jan/22)

R\$ 48,73 bi

Variações, em %

No mês -12,00 ↘

Em 12 meses -67,40 ↘

Valor de mercado
(27/jan/22)

R\$ 7,38 bi

Fontes: B3 e Valor PRO. Elaboração: Valor Data

O juiz pediu, em 26 de novembro, na sexta-feira da Black Friday, a desabilitação dos anúncios patrocinados da Via no prazo máximo de duas horas após o recebimento da decisão, por se tratar de semana de Black Friday, sob pena da incidência de multa de R\$ 5 milhões. A liminar continua válida.

Essa estratégia envolvendo a marca de um terceiro não é tão incomum entre varejistas em datas de alto tráfego. “A empresa ‘compra’ a palavra, mas não usa a marca em seu anúncio. Trata-se de um contrato de publicidade específico do

Google, e as grandes usam mais em datas comerciais de concorrência mais pesada”, diz um ex-executivo da Americanas.

Na ação requerida pela Via, a empresa diz que o Magazine se vale desta mesma estratégia de vinculação de marcas às ferramentas de busca, e também pediu ao juiz do seu caso, Luis Felipe Bedendi, o bloqueio da ação junto ao Google e a outros buscadores.

Bedendi concedeu a liminar alegando que houve infração a um inciso do artigo 132 da Lei de Propriedade Intelectual. Ele afirma que, pelo artigo, o dono da marca pode impedir o uso dela se houver “conotação comercial” ou prejuízo “ao caráter distintivo da marca”.

Como há um pagamento para o buscador dar destaque à página da rede rival, antes, inclusive, do seu site oficial, e com possível desvio de tráfego - a ser comprovado na ação - “tem-se, aí, o uso de marca alheia numa espécie de publicação [...] digital, razão pela qual passível de se enquadrar a ferramenta [na lei]”, diz ele na decisão da liminar.

A Via ainda fez um mesmo pedido que o da rival na ação: que o Magazine parasse de usar, no prazo de duas horas, as suas marcas em pesquisas, mas a Justiça entendeu que, como era dezembro e já havia passado a Black Friday, não haveria urgência.

Para fontes próximas ao Magazine, não são ações com teor semelhante, pois eventualmente, numa procura de marcas da Via, o fato de o buscador dar maior destaque às ofertas do Magazine, seria uma classificação do site, e não uma interferência direta da rede.

O **Valor** apurou que executivos do Magazine entraram em contato com a Via, para tratar da questão na semana da Black Friday, mas não houve avanços.

A entrada das ações na Justiça ocorre enquanto o consumo perde força - desde a segunda metade de 2021, especialmente nas lojas. As vendas fracas de eletrônicos e eletrodomésticos, afetados pela alta do dólar e dos juros, impacta a operação das redes tradicionais, com boa parte de suas vendas diretas dependente desses produtos, apesar da expansão dos “marketplaces” (shoppings virtuais).

Por isso, a defesa do tráfego de clientes, exatamente o que as redes hoje mais buscam - querem a recorrência e novos compradores - acaba ganhando um peso maior. “O custo de aquisição de cliente no digital só subiu desde a pandemia. Ninguém fala dessa inflação. As empresas gastam mais hoje do que em 2020 para atrair clientes e tentar diluir custos”, diz um consultor de “marketplaces”.

Os processos ainda não têm decisão definitiva. Procuradas, as redes não se manifestam. O Google não comentou. O Magazine é representado pelo Gusmão & Labrunie, e a Via, pelo Mansur Murad.

Para executivos e consultores ouvidos, nas negociações com o Google, mesmo sendo permitido que as empresas “comprem” marcas alheias, há limitações. “O teor de um anúncio da Via não pode conter a palavra Magalu, e vice-versa. Esse é o acordo e todo mundo respeita. A única maneira de uma das marcas conseguir derrubar o link da outra no Google, se não for por liminar, é se o lesado provar que seu nome estava no anúncio da pesquisa realizada. E isso elas não fazem”, diz um consultor.

Este modelo utilizado no Google Ads é considerado um leilão, em que quem paga mais tem mais destaque no buscador, por meio das palavras compradas. Após uma busca, há uma classificação que combina lances das marcas e relevância, por exemplo. “Geralmente, anunciantes que investem mais de R\$ 5 milhões por ano, têm uma área de relacionamento específico no Google”, diz uma fonte.

Há processos na Justiça envolvendo marcas do setor de consumo e de saúde, dizem advogados, e os processos relacionados a esse tema vêm crescendo. “Você até pode registrar reclamações de abuso junto ao Google, mas a gente não sabe o que acontece com esta reclamação. O próprio Google deixa claro a nós que não interfere no uso de marcas em palavras chaves”, diz uma advogada da área.

Advogados levantam questionamentos sobre a interpretação da lei pelos juízes e o aumento na pressão sobre o papel do Google como direcionador de tráfego.

“Se o cliente digita o nome de uma rede e o Google destaca o concorrente, mas o nome digitado aparece logo depois, dá para dizer que há um dano? É possível, se a rede provar que a sua marca está ajudando a trazer venda ao concorrente”, diz um advogado especializado em propriedade intelectual. “É um caso em que as provas

documentais e o trabalho do perito serão decisivos para definir se há perda ou não às redes”.

De acordo com João Marcelo Assafim, professor associado da Faculdade de Direito da UFRJ e sócio do De Lima Assafim & Advogados, será necessário colher dados de como o consumidor toma a decisão de compra nos buscadores.
