



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

Registro: 2026.0000103625

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos estes autos de Apelação Cível nº 1029710-33.2023.8.26.0005, da Comarca de São Paulo, em que é apelante/apelado BLUE CAMPING OUTDOOR LTDA., é apelado/apelante CAMPING S WORLD CONFECÇÃO E COMÉRCIO LTDA..

ACORDAM, em sessão permanente e virtual da 1ª Câmara Reservada de Direito Empresarial do Tribunal de Justiça de São Paulo, proferir a seguinte decisão: **Negaram provimento aos recursos. V. U.**, de conformidade com o voto do relator, que integra este acórdão.

O julgamento teve a participação dos Desembargadores RUI CASCALDI (Presidente sem voto), AZUMA NISHI E FORTES BARBOSA.

São Paulo, 18 de fevereiro de 2026.

CARLOS ALBERTO DE SALLES

Relator(a)

Assinatura Eletrônica



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

1ª CÂMARA RESERVADA DE DIREITO EMPRESARIAL

Apelação nº: 1029710-33.2023.8.26.0005 Comarca: São Paulo

Apelante/Apelada: Camping's World Confecção e Comércio Ltda.

Apelante/Apelada: Blue Camping Outdoor Ltda.

Juiz sentenciante: Eduardo Palma Pellegrinelli

VOTO Nº: 35097

MARCA. USO INDEVIDO DE ELEMENTO NOMINATIVO NO SERVIÇO DE BUSCA "GOOGLE ADS". Insurgência das partes contra sentença de parcial procedência. Sentença mantida.

RECURSO DA RÉ.

1.1. CERCEAMENTO DE DEFESA. Inocorrência. Prova que a ré pretendia produzir já consta dos autos, não tendo sido demonstrada insuficiência ou inadequação respectivas.

1.2. MÉRITO. Enunciado XVII das Câmaras Reservadas de Direito Empresarial: "Caracteriza ato de concorrência desleal a utilização de elemento nominativo de marca registrada alheia, nome empresarial ou título do estabelecimento, dotado de suficiente distintividade e no mesmo ramo de atividade, como vocábulo de busca a divulgação de anúncios contratados junto a provedores de pesquisa na internet."

1. 3. DANO MATERIAL. Possibilidade de quantificação em liquidação de sentença.

RECURSOS DA AUTORA E DA RÉ: DANO MORAL. Configuração "in re ipsa" por expressa disposição legal. Valor adequadamente fixado, não comportando majoração nem redução.

RECURSOS DESPROVIDOS.

Trata-se de ação de obrigação de não fazer cumulada com indenização, cujos pedidos foram julgados procedentes. (ps. 184/193) para "b) condenar a ré ao cumprimento de obrigação de não fazer consistente em se abster definitivamente de usar e vincular a marca e a razão social da autora para divulgação de anúncios e links patrocinados; c) condenar a ré ao pagamento de indenização por danos materiais, em valor a ser apurado na liquidação de sentença, nos termos do art. 210 da Lei n.9.279/96; d) condenar a ré ao pagamento de indenização por danos morais, fixadas em R\$ 5.000,00, sendo os valores acrescidos de correção monetária pelos índices da Tabela Prática do Egrégio Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, contados da data desta decisão, além de juros de mora de 1% ao mês, a



PODER JUDICIÁRIO
 TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

partir da citação” (ps. 192/193), além de custas e honorários advocatícios de 10% sobre o valor da condenação.

Embargos de declaração opostos pela ré (ps. 207/210), foram rejeitados (p. 213), mantida a r. sentença tal qual lançada.

Inconformadas, apelam ambas as partes.

A ré sustenta, em suma, que ser titular do nome empresarial Camping's World não conferiria à autora a proteção pretendida. Alega que o serviço Google Ads não limitaria a utilização de termos como critério de buscas para acionamento de algoritmos internos (palavras-chave), mas isso não implicaria concorrência desleal, por se tratar de critério interno, utilizado apenas para disparar anúncio, não exteriorizado. A função da palavra-chave indicada, segundo a ré, seria apenas a de direcionar a publicidade para determinados públicos-alvo. Aduz que a utilização do *Google Ads* não configuraria aproveitamento indevido de direito de propriedade intelectual, nem causaria confusão entre os consumidores, não apresentando, tampouco, informações falsas ou publicidade difamatória. Alega que o Google Ads não permite que uma empresa se passe por outra, apresentando alternativas de mercado, oferecendo maior informação ao consumidor, fortalecendo concorrência, otimizando preço e qualidade de produtos e serviços, pois a compra não está atrelada ao anúncio. Pugna pela reforma da r. sentença para improcedência dos pedidos, afirmando inexistir prova de dano material ou moral. Sustenta, por fim, nulidade da sentença por cerceamento de defesa, em razão do indeferimento da expedição de ofícios à Google requerida pela ré para demonstrar que outras empresas também teriam se valido da ferramenta, com a utilização do mesmo termo, e que sua própria utilização teria sido por período bastante menor do que o indicado na inicial.

A autora, por sua vez, pugna pela majoração do valor de indenização por dano moral fixado na r. sentença, considerando que os atos de concorrência desleal teriam perdurado por cerca de oito anos, tendo consubstanciado 74 anúncios,



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

configurando parasitismo. Aduz que o dano moral se configuraria *in re ipsa*, requerendo majoração da condenação para R\$ 50.000,00.

Apresentadas contrarrazões (ps. 258/261 e 262/277), encontram-se os autos em termos de julgamento.

É o relatório.

Não prosperam as irresignações.

Inicia-se pela apelação da ré, que contém questões logicamente antecedentes às versadas no recurso da autora.

Afasta-se, de início, alegação de cerceamento de defesa.

A r. sentença reconheceu a desnecessidade de expedição de ofício à empresa Google Brasil, pois os documentos que seriam solicitados já haviam sido obtidos pela autora em cautelar de antecipação de prova. No recurso, a ré não demonstrou de que maneira a prova obtida seria insuficiente, não havendo base para a anulação pretendida.

No mérito, como já se adiantou, nega-se provimento à apelação da ré.

Incontroverso que a ré utilizou o termo "Camping's World", que configura marca de titularidade da autora, como palavra-chave para veiculação de anúncio como resultado de pesquisa em serviço denominado *Google Ads*.

Diferentemente do que se alega no recurso, essa prática configura concorrência desleal, conforme Enunciado XVII do Grupo de Câmaras Reservadas de Direito Empresarial: "*Caracteriza ato de concorrência desleal a utilização de elemento nominativo de marca registrada alheia, nome empresarial ou título do estabelecimento, dotado de suficiente distintividade e no mesmo ramo de atividade, como vocábulo de busca a divulgação de anúncios contratados junto a provedores de pesquisa na internet.*"

Em semelhante sentido, é a redação do Enunciado XXIII do mesmo Grupo de Câmaras, mais recente que o



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

anterior: "A utilização de elemento nominativo de marca, nome empresarial ou título do estabelecimento concorrente, como palavra-chave na plataforma de anúncios do Google (Google Ads), caracteriza utilização parasitária, por propiciar prática de ato de concorrência desleal (art. 195, III, da Lei n. 9.279/1996), implicando responsabilidade solidária do provedor, em razão do risco da atividade (art. 927, par. ún., do CC). Inaplicabilidade do art. 19, do MCI, porque a escolha de palavra-chave, para serviço de publicidade direcionada, não se confunde com produção de conteúdo por terceiros."

No caso, ainda que "camping" seja expressão correntemente relacionada ao ramo de atividade tanto da autora como da ré, a utilização da expressão "Camping's World" revela suficientemente distintividade a ensejar a proteção mencionada, por se tratar de conjunto em inglês, com utilização de apóstrofe.

O fato de se tratar de registro de marca mista não afasta a proteção da exploração indevida do elemento nominativo em anúncio, pois é de clareza hialina que não é possível a busca no *Google Ads* por logotipos ou outros elementos figurativos. Veja-se:

*Apelação. Propriedade industrial. Marca. Ação inibitória c.c. indenizatória. Sentença de parcial procedência. Inconformismo da ré. Não acolhimento. CONTROVÉRSIA ENVOLVENDO TERMO NOMINATIVO DE MARCA MISTA EM ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS DE PRODUTO CONCORRENTE. **A utilização de elemento nominativo de marca para descrever anúncio de outra marca concorrente, no mesmo ramo de atuação, caracteriza utilização parasitária do poder atrativo de marca alheia.** Termos escritos da marca mista PETER PAIVA que se mostram distintivos, no nicho de mercado voltado para "kits aromáticos e afins". Proteção que se justifica, mormente, porque o uso indevido da marca, na descrição do anúncio, somente pode ocorrer por meio escrito. Possibilidade de confusão do consumidor e afronta ao seu direito de obter informações precisas sobre o produto. Diluição da marca. Configuração de ato de concorrência desleal (art. 195, III e*



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

IV, da Lei n. 9.279/1996). Valor do dano moral (R\$ 10.000,00) que se mostra compatível com a conduta adotada. Decisão mantida. Recurso desprovido. (TJSP; Apelação Cível 1007459-61.2022.8.26.0003; Relator (a): Grava Brazil; Órgão Julgador: 2ª Câmara Reservada de Direito Empresarial; Foro Central Cível - 1ª VARA EMPRESARIAL E CONFLITOS DE ARBITRAGEM; Data do Julgamento: 22/08/2024; Data de Registro: 22/08/2024, sem grifos no original)

A ausência de prova pré-constituída do dano material não impede, no caso, a procedência do pedido. Em razão da própria natureza do direito discutido e das circunstâncias do caso, acertada a determinação de apuração em liquidação de sentença (arts. 209, 210, LPI). No mesmo sentido:

"RECURSO ESPECIAL. PROPRIEDADE INDUSTRIAL. USO INDEVIDO DE MARCA DE EMPRESA. SEMELHANÇA DE FORMA. DANO MATERIAL. OCORRÊNCIA. PRESUNÇÃO. DANO MORAL. AFERIÇÃO. IN RE IPSA. DECORRENTE DO PRÓPRIO ATO ILÍCITO. INDENIZAÇÃO DEVIDA. RECURSO PROVIDO.

1. A marca é qualquer sinal distintivo (tais como palavra, letra, numeral, figura), ou combinação de sinais, capaz de identificar bens ou serviços de um fornecedor, distinguindo-os de outros idênticos, semelhantes ou afins de origem diversa. Trata-se de bem imaterial, muitas vezes o ativo mais valioso da empresa, cuja proteção consiste em garantir a seu titular o privilégio de uso ou exploração, sendo regido, entre outros, pelos princípios constitucionais de defesa do consumidor e de repressão à concorrência desleal.

2. Nos dias atuais, a marca não tem apenas a finalidade de assegurar direitos ou interesses meramente individuais do seu titular, mas objetiva, acima de tudo, proteger os adquirentes de produtos ou serviços, conferindo-lhes subsídios para aferir a origem e a qualidade do produto ou serviço, tendo por escopo, ainda, evitar o desvio ilegal de



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

clientela e a prática do proveito econômico parasitário.

3. A lei e a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça reconhecem a existência de dano material no caso de uso indevido da marca, uma vez que a própria violação do direito revela-se capaz de gerar lesão à atividade empresarial do titular, como, por exemplo, no desvio de clientela e na confusão entre as empresas, acarretando inexorável prejuízo que deverá ter o seu quantum debeat, no presente caso, apurado em liquidação por artigos.

4. Por sua natureza de bem imaterial, é ínsito que haja prejuízo moral à pessoa jurídica quando se constata o uso indevido da marca. A reputação, a credibilidade e a imagem da empresa acabam atingidas perante todo o mercado (clientes, fornecedores, sócios, acionistas e comunidade em geral), além de haver o comprometimento do prestígio e da qualidade dos produtos ou serviços ofertados, caracterizando evidente menoscabo de seus direitos, bens e interesses extrapatrimoniais.

5. O dano moral por uso indevido da marca é aferível *in re ipsa*, ou seja, sua configuração decorre da mera comprovação da prática de conduta ilícita, revelando-se despicienda a demonstração de prejuízos concretos ou a comprovação probatória do efetivo abalo moral.

6. Utilizando-se do critério bifásico adotado pelas Turmas integrantes da Segunda Seção do STJ, considerado o interesse jurídico lesado e a gravidade do fato em si, o valor de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), a título de indenização por danos morais, mostra-se razoável no presente caso.

7. *Recurso especial provido.*” (REsp nº 1327773/MG, Quarta Turma, Rel. Min. Luis Felipe Salomão, j. em 28/11/2017 – sem destaque no original)

Ambas as partes se insurgiram contra o capítulo da r. sentença que versava sobre condenação ao pagamento de



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

indenização por dano moral: a ré, para excluí-la, a autora para majorá-la – razão pela qual os recursos serão, quanto a este ponto, enfrentados conjuntamente.

Diferentemente do que afirma a ré, o dano moral, no caso, se configura *in re ipsa*, ou seja, independentemente de prova específica de sua ocorrência – o que afasta a pretensão de improcedência deste pedido. Nesse sentido:

*APELAÇÕES. AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE NÃO FAZER COM PEDIDO LIMINAR DE TUTELA DE URGÊNCIA C/C INDENIZATÓRIA POR PERDAS E DANOS. CONDENAÇÃO DAS RÉS NA ABSTENÇÃO DO USO INDEVIDO DA MARCA DA AUTORA, NO PAGAMENTO DE DANOS MATERIAIS, A SEREM APURADOS EM LIQUIDAÇÃO DE SENTENÇA E DANOS MORAIS. ACORDO CELEBRADO ENTRE A CORRÉ OLIST E O AUTOR APÓS A INTERPOSIÇÃO DOS RECURSOS. HOMOLOGAÇÃO. ART. 487, III, "b", do CPC. RECURSO DA CORRÉ OLIST PREJUDICADO. APELAÇÃO DAS CORRÉS DIJOTA E LD SOLUÇÕES. BENEFÍCIOS DE GRATUIDADE JUDICIÁRIA CONCEDIDOS. PRELIMINARES DE ILEGITIMIDADE ATIVA E PASSIVA REJEITADAS. PRELIMINAR DE INÉPCIA DA INICIAL REJEITADA. A PETIÇÃO INICIAL NÃO CONTEMPLA NENHUM DOS VÍCIOS PREVISTOS NO PARÁGRAFO PRIMEIRO DO ART. 330 DO CPC. PRODUTOS COMERCIALIZADOS E ENTREGUES PELAS CORRÉS. IMPOSSIBILIDADE DE ENQUADRAMENTO DAS MESMAS APENAS COMO PROVEDORES DA INTERNET. TENDO EM VISTA A EXPLORAÇÃO NÃO AUTORIZADA DE DIREITOS DA AUTORA. **DANOS MORAIS IN RE IPSA POR EXPRESSA PREVISÃO EM LEI. VALOR QUE NÃO SE MOSTRA EXCESSIVO.** INDENIZAÇÃO POR DANOS MATERIAIS A SER APURADA EM LIQUIDAÇÃO DE SENTENÇA, NOS TERMOS DA LPI. R. SENTENÇA QUE DEVE SER MANTIDA EM SUA INTEGRALIDADE. RECURSO NÃO PROVIDO. (TJSP; Apelação Cível 1054998-23.2022.8.26.0100; Relator (a): Alexandre Lazzarini; Órgão Julgador: 1ª Câmara Reservada de Direito Empresarial; Foro Central Cível -*



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

2ª VARA EMPRESARIAL E CONFLITOS DE ARBITRAGEM;
Data do Julgamento: 30/10/2024; Data de Registro:
30/10/2024 – sem destaque no original)

*Apelação – Ação de obrigação de não fazer c/c indenização por perdas e danos, com pedido liminar específica da lei 9.279/96 – Google Ads – Sentença de procedência dos pedidos iniciais para determinar que a ré se abstenha de utilizar a marca de titularidade da autora, especialmente por meio de links patrocinados e para condená-la ao pagamento de indenização por danos materiais, no valor a ser apurado em liquidação de sentença, e por danos morais arbitrado em R\$ 10.000,00 – Inconformismo da ré – Descabimento – Indevida associação do elemento nominativo das marcas mistas "Grão de Gente" de titularidade da autora, através do serviço de links patrocinados oferecido pela ferramenta de pesquisas Google Ads – Comprovação – Possibilidade de confusão e desvio de clientela – Concorrência desleal caracterizada – Precedentes do C. STJ e das Câmaras Reservadas de Direito Empresarial deste Tribunal (Enunciados XVII e XXIII) – Responsabilidade civil da ré inquestionável – **Danos material e moral presumidos em razão da comprovada violação marcária – Dano material a ser apurado em liquidação de sentença – Indenização pelos danos morais arbitrada em R\$ 10.000,00 – Proporcionalidade, adequação e conformidade com os critérios desta Câmara sobre a questão** – Sentença mantida – Honorários recursais devidos – Recurso desprovido. (TJSP; Apelação Cível 1033603-44.2022.8.26.0562; Relator (a): Maurício Pessoa; Órgão Julgador: 2ª Câmara Reservada de Direito Empresarial; Foro Especializado 1ª RAJ/7ª RAJ/9ª RAJ - 2ª Vara Regional de Competência Empresarial e de Conflitos Relacionados à Arbitragem; Data do Julgamento: 15/10/2024; Data de Registro: 16/10/2024 – sem destaque no original.)*

Apesar das irresignações de ambas as partes, o



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

valor da indenização foi adequadamente fixado, levando-se em consideração o potencial alcance da ofensa, as situações financeiras de ambas as partes e a gravidade da conduta. A quantia está, ademais, em consonância com parâmetro destas Câmaras:

APELAÇÃO. CONCORRÊNCIA DESLEAL. Ausência de interesse de agir não comprovada. Necessidade e utilidade do provimento jurisdicional para retirar de circulação conteúdos inapropriados, bem como para articular indenização por danos. Utilização indevida de marca de terceiros em anúncio adwords. Enunciado XVII do GRDE. Ato ilícito que deve ser cessado de plano, sem prejuízo do pagamento da indenização por danos morais, verificada in re ipsa. Precedentes. Concorrência desleal que se verifica em cenário de usurpação de termos específicos, que guardem clara vinculação à marca ou o estabelecimento concorrente. Uso de expressões genéricas nos anúncios não importa lesão de direitos. Quantum indenizatório que não se mostrou desproporcional. Valor de R\$ 5.000,00 utilizado como parâmetro mínimo para sanção em casos análogos. SENTENÇA MANTIDA. RECURSO DESPROVIDO. (TJSP; Apelação Cível 1018188-18.2023.8.26.0002; Relator (a): AZUMA NISHI; Órgão Julgador: 1ª Câmara Reservada de Direito Empresarial; Foro Central Cível - 1ª VARA EMPRESARIAL E CONFLITOS DE ARBITRAGEM; Data do Julgamento: 30/10/2024; Data de Registro: 30/10/2024)

Ante o exposto, **nega-se provimento** a ambas as apelações, mantendo-se a r. sentença tal qual lançada. Majoram-se os honorários devidos pela ré aos patronos da autora para 12% do valor da condenação, e fixam-se honorários devidos pela autora aos patronos da ré em 10% da diferença entre o valor requerido a título de indenização por dano moral no recurso e o valor fixado (art. 85, §11, CPC).

CARLOS ALBERTO DE SALLES
Relator