

# **IV ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI**

**DIREITO, INOVAÇÃO, PROPRIEDADE  
INTELECTUAL E CONCORRÊNCIA**

**CINTHIA OBLADEN DE ALMENDRA FREITAS**

**JOÃO MARCELO DE LIMA ASSAFIM**

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

**Diretoria - CONPEDI**

**Presidente** - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

**Diretora Executiva** - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini - UNIVEM/FMU - São Paulo

**Vice-presidente Norte** - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

**Vice-presidente Centro-Oeste** - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

**Vice-presidente Sul** - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

**Vice-presidente Sudeste** - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

**Vice-presidente Nordeste** - Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

**Representante Discente:** Prof. Dra. Sinara Lacerda Andrade - UNIMAR/FEPODI - São Paulo

**Conselho Fiscal:**

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - ESDHC - Minas Gerais

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM - Rio de Janeiro

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - Ceará

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR - São Paulo

**Secretarias**

**Relações Institucionais:**

Prof. Dra. Daniela Marques De Moraes - UNB - Distrito Federal

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM - São Paulo

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie - São Paulo

**Comunicação:**

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - Paraíba

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro - UNOESC - Santa Catarina

**Relações Internacionais para o Continente Americano:**

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

**Relações Internacionais para os demais Continentes:**

Prof. Dr. José Barroso Filho - ENAJUM

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - São Paulo

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - Paraná

**Eventos:**

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - Minas Gerais

Profa. Dra. Cinthia Obladen de Almendra Freitas - PUC - Paraná

Profa. Dra. Livia Gagher Bosio Campello - UFMS - Mato Grosso do Sul

**Membro Nato** - Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UMICAP - Pernambuco

---

D597

Direito, inovação, propriedade intelectual e concorrência [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Cinthia Obladen de Almendra Freitas; João Marcelo de Lima Assafim – Florianópolis: CONPEDI, 2021.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-408-2

Modo de acesso: [www.conpedi.org.br](http://www.conpedi.org.br) em publicações

Tema: Constitucionalismo, desenvolvimento, sustentabilidade e smart cities.

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito. 3. Inovação. IV Encontro Virtual do CONPEDI (1: 2021 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



## **IV ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI**

### **DIREITO, INOVAÇÃO, PROPRIEDADE INTELECTUAL E CONCORRÊNCIA**

---

#### **Apresentação**

No IV ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI, realizado online devido às imposições sanitárias da pandemia de COVID-19, de 09 a 13 de novembro de 2021, tendo como tema principal “CONSTITUCIONALISMO, DESENVOLVIMENTO, SUSTENTABILIDADE E SMART CITIES”, o grupo de trabalho DIREITO, INOVAÇÃO, PROPRIEDADE INTELECTUAL E CONCORRÊNCIA I novamente esteve presente com destaque pela qualidade dos trabalhos apresentados e possibilitando a apresentação de 11 trabalhos escritos por graduandos, mestrandos e doutorandos, bem como pesquisadores que há muitos eventos acompanham o referido GT. O GT trouxe consigo a inquietude que o tema principal do evento despertou na comunidade jurídica, em especial nos programas de pós-graduação em Direito que trouxeram discussões e reflexões de modo dialógico e interdisciplinar por meio de pesquisas que se propuseram a enfrentar a temática do constitucionalismo associado ao desenvolvimento e à sustentabilidade nas cidades inteligentes (smart cities). O GT possibilitou também discussões entre os autores e com os coordenadores, os quais propuseram questionamentos, provocações, contrapontos e indicações de continuidade dos estudos e pesquisas. Entre os 11 trabalhos apresentados, as temáticas sob o olhar da aplicabilidade passaram por trabalhos envolvendo: Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Internet, Jogos Eletrônicos, Contratos Eletrônicos, Criptoativos, Concorrência Desleal, Legal Design, Inteligência Artificial, Acessibilidade e Conhecimentos Tradicionais. A maioria dos trabalhos tem como foco a preocupação advinda de novas tecnologias, exigindo um repensar da Propriedade Intelectual e do Direito Autoral, bem como a reflexão a partir do Direito por meio de limites, regulação ou autorregulação. Enfim, os artigos ora publicados têm por finalidade fomentar a pesquisa científica e fortalecer o diálogo interdisciplinar em torno do tema DIREITO, INOVAÇÃO, PROPRIEDADE INTELECTUAL E CONCORRÊNCIA. Visa-se incentivar as reflexões advindas dos temas que norteiam o GT, bem como a tutela da Propriedade Intelectual pelo sistema internacional (OMPI e OMC), proteção de ativos intangíveis, inovação e desenvolvimento tecnológico, direito autoral, sem esquecer dos aspectos sociais, ambientais, econômicos e culturais da produção intelectual brasileira. Busca-se entender os desafios impostos ao direito da propriedade intelectual frente à 4ª. Revolução Industrial, bem como em situações especiais e diferenciadas, como as necessárias para se prover o desenvolvimento e a sustentabilidade de cidades inteligentes em um Meio Ambiente completo, inclusivo e bom de se viver. Entende-se que as discussões e reflexões são, e sempre serão, necessárias e importantes para que se encontre o equilíbrio entre as múltiplas

facetas do Direito, da Inovação, da Propriedade Intelectual e da Concorrência. Tais discussões e reflexões visam contribuir para os avanços dos estudos dessas temáticas no âmbito da pós-graduação em Direito brasileira, apontando caminhos e encontrando respostas para uma realidade em constante transformação. Os Coordenadores Profa. Dra. Cinthia Obladen de Almendra Freitas e Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim.

# CONCORRÊNCIA DESLEAL ATRAVÉS DO CYBERSQUATTING E DO TYPOSQUATTING E A RESOLUÇÃO PELA VIA ADMINISTRATIVA

## UNFAIR COMPETITION THROUGH TYPOSQUATTING AND CYBERSQUATTING AND ITS RESOLUTION THROUGH THE ADMINISTRATIVE PROCESS

**Palmiriane Rodrigues Ferreira  
Eduardo Augusto do Rosário Contani**

### **Resumo**

O presente trabalho objetiva a análise do typosquatting e do cybersquatting, seus impactos negativos na concorrência, principalmente no comércio eletrônico, e seu enfrentamento através da via administrativa. Nestes, piratas cibernéticos registram domínios com o nome semelhante ou idêntico ao de uma marca renomada, para praticar fraudes. Sendo a adesão à via administrativa para a resolução de conflitos relativos a domínios, uma condicionante para seu registro, observou-se que as respostas trazidas nesse âmbito, podem ser mais céleres e eficientes do que se submetidos ao Judiciário. A metodologia adotada é a revisão bibliográfica, com análise de artigos científicos e da legislação.

**Palavras-chave:** Concorrência desleal, Comércio eletrônico, Nome de domínio, Typosquatting, Cybersquatting

### **Abstract/Resumen/Résumé**

This paper aims to analyze the typosquatting and the cybersquatting, their negative impacts on competition, especially in the e-commerce, and the confrontation of these throughout the administrative process. In these, cyber pirates register domains with a similar or identical name of a renowned brand, to commit fraud. Being the adherence to the administrative process for the resolution of domains conflicts, a condition for its registration, it was observed that the responses obtained in this context, could be more efficient than if submitted to the judiciary. The methodological procedure adopts a bibliographic review, with analysis of scientific articles and legislation.

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Unfair competition, E-commerce, Domain name, Typosquatting, Cybersquatting

## 1 INTRODUÇÃO

Adotando a metodologia da revisão bibliográfica, com a análise de artigos científicos e da legislação, a presente produção acadêmica confronta tema de intensa relevância, assentada na concorrência desleal, especialmente aquela que permeia o ambiente virtual.

A concorrência desleal tem se demonstrado meio fértil para a alavancagem de danos sequenciais, iniciando-se no empresariado legalmente constituído, passando pela sonegação tributária, alcançando, ao seu cabo, o consumidor.

Diante do crescimento exponencial do comércio eletrônico, e amparado na aparente impunidade que abarca o universo digital, atos ilícitos no âmbito da concorrência, praticados nesse universo, chamam a atenção, sendo esses objetos da presente pesquisa. Logo, para compreensão do tema, serão analisados os conceitos de estabelecimento comercial físico e estabelecimento comercial virtual, passando pela análise da possibilidade de aplicar ao estabelecimento virtual os mesmos institutos jurídicos de proteção destinados ao tradicional.

Ao adentrar no tema relativo ao estabelecimento comercial virtual, torna-se fundamental a apresentação do conceito de nome de domínio e das particularidades em relação ao seu registro e à resolução de conflitos inerentes a este.

A autoridade assumida pelo nome do domínio, podendo inclusive ser considerado como sinal distintivo de uma empresa, superou seu objetivo inicial de figurar simplesmente como um endereço eletrônico. Considerado como requisito de existência para o mundo virtual, devido ao seu potencial valor patrimonial, a prática de condutas ilícitas através desse instituto, tornaram-se cada vez mais frequentes. Dentre essas, destaca-se o *cybersquatting* e o *typosquatting*.

Considerados como atos de concorrência desleal, o *cybersquatting* e o *typosquatting* surgiram a partir do avanço do comércio digital, interferindo negativamente na relação de concorrência entre as empresas que atuam no referido ambiente.

O *cybersquatting* é caracterizado pelo registro de um domínio com o nome ou marca de um terceiro, com o objetivo de auferir vantagem indevida, principalmente financeira, através da venda deste para o titular da marca. Demonstra-se através da presente pesquisa, o elevado grau de nocividade dessa conduta no contexto do comércio eletrônico, podendo ser caracterizada como crime de concorrência desleal.

No que concerne ao *typosquatting*, assim como no *cybersquatting*, o infrator faz uso do registro de domínio para obter vantagem ilícita. No intuito de se apropriar de investimentos e prestígio de uma determinada marca, de forma mal-intencionada, registra domínios com a tipografia semelhante à de o nome de uma marca já estabelecida, considerando os possíveis

erros de digitação que possam ocorrer na escrita dessa. Como resultado, o consumidor desatento que busca por essa empresa acaba sendo direcionado à uma outra página, sendo levado à erro, causando uma infinidade de prejuízos à empresa vítima de tal prática.

Apesar de não haver legislação específica para essas condutas ilícitas, a resolução de conflitos relacionados a nomes de domínios, como nos casos de *typosquatting* e *cybersquatting*, pela via administrativa, tem sido reconhecida mundialmente como célere e efetiva. Para isso, as empresas responsáveis por esses registros, incluem em seus contratos cláusulas onde o solicitante aceita que possíveis conflitos sejam dirimidos através de regulamentos próprios.

O Brasil, por meio do Conselho Gestor da Internet, o CGI.br, criou o SACI-Adm – Sistema Administrativo de Conflitos da Internet, que dispõe de procedimentos próprios, aplicáveis para a solução de conflitos entre nomes de domínios registrados no “.br”, possuindo autonomia para manter, transferir ou cancelar o domínio objeto da demanda. Embora a adesão ao SACI-Adm não restrinja a possibilidade de a parte insurgente buscar o Judiciário, a resolução através da via administrativa tem se demonstrado eficaz ao propósito de sua criação, sendo adotada por diversos países.

Dessa forma, o estudo de temas relacionados à concorrência desleal na era digital, bem como a análise de medidas assecuratórias hábeis a mitigar os danos advindo de práticas anticompetitivas, ganham especial destaque diante da expressiva ampliação do setor

## **2 CONCORRÊNCIA E CONCORRÊNCIA DESLEAL**

Adotando uma vertente neoliberal, a Constituição atribuiu à iniciativa privada a exploração de atividades econômicas, reservando ao Estado apenas uma função supletiva, em hipóteses excepcionais (COELHO, 2011). Ao tratar da ordem econômica, o artigo 170 do texto constitucional, dispõe que esta se funda na livre-iniciativa, trazendo, expressamente, a livre concorrência como princípio geral da atividade econômica (TEIXEIRA, 2011).

Nesse sentido, o professor André Ramos Tavares (2006, p. 259) ensina que a “livre concorrência é a abertura jurídica concedida aos particulares, para competirem entre si, em segmento lícito, objetivando o êxito econômico pelas leis de mercado e a contribuição para o desenvolvimento nacional e a justiça social”. A economia de mercado está baseada nesses princípios, de maneira que os agentes econômicos devem travar suas disputas, onde o melhor obterá a vitória, sobrepondo-se aos seus rivais. Desse ambiente, extraem-se inovações,

aprimoramento de produtos e serviços e reduções de custos, de forma a impactar positivamente no desenvolvimento econômico (BANHOLI, 2017).

Quando uma empresa capta clientes pela desídia da outra concorrente, esse tipo de concorrência é legal e aperfeiçoa o mercado, de forma a motivar os agentes a estarem sempre em busca de inovação e melhoramento de seus produtos e serviços, entretanto, na concorrência desleal, existe uma quebra das expectativas do padrão de competição, que seriam expectativas razoáveis às práticas do mercado (LOUREIRO, 2015).

O sistema concorrencial brasileiro veda condutas anticompetitivas e predatórias, que não se coadunam com a lealdade e a boa-fé (PEREIRA NETO; CASAGRANDE, 2016). Nessa perspectiva, o sistema está fortemente alicerçado na vedação a práticas ilícitas voltadas à captação de clientela, notadamente para que ocorra a justa divisão do mercado entre os concorrentes, de forma a beneficiar economicamente o país (SILVEIRA, 2021).

No intuito de viabilizar a liberdade de competição, o legislador ordinário estabeleceu ferramentas hábeis à coibição de práticas empresariais incompatíveis com o referido regime. Tais condutas, que ferem os princípios constitucionais relacionados à ordem econômica, encontram-se agrupadas em duas categorias: infração à ordem econômica e a concorrência desleal (COELHO, 2011).

André Luiz Santa Cruz Ramos (2020) faz uma pertinente diferenciação entre infração concorrencial e concorrência desleal. A primeira, infração concorrencial, refere-se às chamadas infrações contra a ordem econômica, e abrangem condutas que atingem a concorrência *in abstracto*, de forma coletiva, como no caso de cartelização, por exemplo. Esta, é reprimida administrativamente pelo CADE (Conselho Administrativo de Defesa Econômica) nos termos da Lei Antitruste (Lei 12.529/2011) (RAMOS, 2020).

Em relação à concorrência desleal, o autor afirma que esta trata de condutas que atingem um concorrente *in concreto*, como no caso de venda de produtos piratas, por exemplo, e também nas situações em que ocorre o *cybersquatting* e o *typosquatting*, conceitos esses que serão abordados adiante. É reprimida tanto na esfera cível, como criminalmente, nos termos da Lei nº 9.279/96 – Lei de Propriedade Industrial, que em seu artigo 195, dispõe que o emprego de meio fraudulento para desviar clientela, e o uso ou imitação de sinal de propaganda alheio, de modo a criar confusão entre produtos ou estabelecimentos, são configurados como crime de concorrência desleal (RAMOS, 2020).

A convenção de Paris, de 1883, da qual o Brasil é signatário, foi o primeiro diploma internacional que se comprometeu a lutar contra a concorrência desleal. Em seu artigo 10bis,

definiu ato de concorrência desleal como qualquer ato de concorrência contrário aos usos honestos em matéria industrial ou comercial, e destacou como ilícitas as práticas que criam confusão, por qualquer meio, com o estabelecimento, os produtos ou a atividade do concorrente (FAZZO JUNIOR, 2020). Sobre esse entendimento, ensina André Luiz Santa Cruz Ramos (2020).

As regras internacionais sobre o assunto definem genericamente a concorrência desleal como os atos contrários aos “usos honestos em matéria industrial ou comercial” (CUP) e a “práticas comerciais honestas” (TRIPS), devendo os estados-membros reprimirem especialmente os atos que estabelecem “confusão” com estabelecimentos e produtos, as “falsas afirmações no exercício do comércio” e as afirmações que possam “induzir o público em erro” (RAMOS, 2020, p.497).

Grande parte da doutrina destaca a concorrência efetiva como um pré-requisito para a configuração da concorrência desleal, ou seja, existe a necessidade de que as empresas estejam realmente concorrendo: de forma simultânea, no mesmo âmbito geográfico e na mesma área de atuação - de forma que a colisão de interesses sejam palpáveis e que se vislumbre a possibilidade de uma empresa estar captando indevidamente os possíveis clientes da outra empresa (SILVA, 2013).

Entretanto, a jurisprudência tem adotado uma posição mais contemporânea e mais convergente com o princípio da boa-fé objetiva:

O ato de concorrência desleal não é apenas o ato de desvio de clientela, em que um concorrente emprega ardis para se apropriar da clientela de outro agente econômico. Também é ato de concorrência desleal qualquer intervenção no mercado, que tenha o potencial de desequilibrar o funcionamento da livre concorrência, mediante o emprego de ferramentas desonestas. Portanto, não é pressuposto para a prática de um ato de concorrência desleal que o agente e sua vítima sejam concorrentes, atuantes em um mesmo nicho de mercado. Qualquer pessoa física ou jurídica que pratique atos comerciais desonestos, capazes de afetar a livre concorrência, poderá ser agente destes atos. Essa definição contemporânea de atos de concorrência desleal é produto da mudança do próprio foco do direito empresarial, o qual deixou de ocupar-se essencialmente com os interesses atomizados dos agentes econômicos, e passou a ocupar-se com a tutela do mercado, genericamente considerando, garantindo seu bom funcionamento, de maneira ampla (RODRIGUES, 2015, p. 13).

Alberto Camelier (2013), também com uma visão mais ampla em relação ao conceito de concorrência desleal, assim se expressa:

Concorrência Desleal é todo e qualquer ato praticado por um industrial, comerciante ou prestador de serviço contra um concorrente direto ou indireto, ou mesmo um não concorrente, independentemente de dolo ou culpa, utilizando-se de meios ilícitos com vistas a manter ou incrementar sua clientela, podendo ou não desviar, em proveito próprio ou de terceiro, direta ou indiretamente, clientela de outrem. Esses atos são contrários às práticas e usos honestos perpetrados na indústria, comércio e serviços (SILVA, 2013, p. 114).

A concorrência leal e a desleal são institutos semelhantes. Em ambas, existe o desejo de prejudicar o concorrente, retirando-lhes total ou parcialmente fatias do mercado que haviam conquistado. A intenção de causar dano à outra empresa é elemento nuclear, tanto na concorrência lícita como na ilícita. O que irá distingui-las, entretanto, serão os meios utilizados na busca pela concretização de seus objetivos. Na concorrência leal, o agente se utiliza de práticas legais, não vedadas pelo ordenamento jurídico, enquanto que na concorrência desleal, faz-se o uso de meios ilícitos, imorais, que violam preceitos constitucionais e que vão à contrapartida da lealdade competitiva que se espera de um mercado equilibrado (COELHO, 2011). Essa também é a interpretação de Pontes de Miranda (1983):

O se condena, na repressão da concorrência desleal, é o emprego de certos meios de luta, constituindo ato reprimível criminalmente e gerador de pretensão à abstenção ou indenização, que se praticou no exercício de alguma atividade e ofende a outrem no plano da livre concorrência (1983, p. 287).

Destaca-se que os prejuízos advindos de atos desleais, podem vir a se manifestar somente ao longo do tempo. Dessa forma, por inúmeras vezes, as consequências negativas suportadas pela empresa, como a diminuição da clientela, perda da credibilidade ou diluição da marca, por exemplo, não poderão ser apuradas no momento da prática do ato (LOUREIRO, 2015).

A partir dessas breves considerações a respeito da concorrência leal e desleal, é possível afirmar que a preocupação com um mercado competitivo e equilibrado é medida fundamental para o desenvolvimento econômico. Dessa forma, para que a proteção constitucional conferida a esse instituto seja efetiva, faz-se necessário uma atenta observação ao caráter dinâmico que o mercado tem experimentado com o crescente avanço do comércio eletrônico.

### **3 ESTABELECIMENTO COMERCIAL, ESTABELECIMENTO COMERCIAL VIRTUAL E DOMÍNIO**

Segundo o art. 1142 do Código Civil brasileiro, o estabelecimento comercial é um conjunto de bens corpóreos ou materiais, e, composto ainda de bens incorpóreos ou imateriais, organizados para o exercício da empresa, por empresário, ou sociedade empresária (BRASIL. Código Civil, 2002), também denominado fundo de comércio.

Fábio Ulhoa Coelho (2011) explica estabelecimento empresarial como o conjunto de bens materiais, como mercadorias em estoque, maquinários, dentre outros, e bens imateriais, tais como tecnologia, marcas e sinais distintivos, por exemplo, úteis ou essenciais para o desenvolvimento da empresa (COELHO, 2011)

Existe certa convergência da doutrina no sentido de que o estabelecimento se constitui em uma universalidade de fato, sendo um complexo de bens com individualidade própria e existência autônoma, que se transformam em um todo pela vontade do titular (CAMPINHO, 2005; MARTINS, 2006).

Faz-se importante estabelecer a conexão entre o estabelecimento virtual e o estabelecimento convencional, de forma a observar a possibilidade de regulamentá-lo através dos mesmos institutos jurídicos, pois em razão do avanço mercadológico provocado pela era digital, tal figura se tornou essencial para o desenvolvimento econômico. O advento do comércio eletrônico trouxe consigo novos institutos, que clamam pela atenção do ordenamento jurídico, a exemplo do estabelecimento virtual.

Para a plena cognição do tema, a conceituação acerca de virtual, trazida por Pierre Lévy (2000), é a de toda entidade desterritorializada, capaz de gerar manifestações concretas, desapegadas de lugar ou tempo específicos, é algo que existe sem estar presente (LÉVY, 2000). Ou seja, não se trata de materialidade, mas de uma força motriz.

O estabelecimento virtual também é composto por um complexo de bens, ainda que imateriais em sua maioria. Segundo grande parte da doutrina, este faz parte da mesma realidade jurídica do estabelecimento comercial do art. 1.142 do Código Civil, exceto por alguns aspectos próprios dos meios em que se inserem (ZANCHIM, 2008).

Partindo do mesmo princípio, Fabio Ulhoa (2007) aduz que a principal diferença entre o estabelecimento físico e o virtual é o meio de acessibilidade:

Em razão disto, criou-se um novo tipo de estabelecimento, o virtual. Distingue-se do estabelecimento empresarial físico, em razão dos meios de acessibilidade. Aquele o consumidor ou adquire bens ou serviços acessa exclusivamente por transmissão eletrônica de dados, enquanto o estabelecimento físico é acessível pelo deslocamento no espaço. A

natureza do bem ou serviço objeto de negociação é irrelevante para a definição da virtualidade do estabelecimento. Se alguém adquire, via internet, um eletrodoméstico, a mercadoria nada tem de virtual, mas como a sua compra decorreu de contrato celebrado com o meio e recepção eletrônicos de dados via rede mundial de computadores, considera-se realizada num estabelecimento virtual. (COELHO, 2007, p.71).

Guardadas as semelhanças dos dois institutos até aqui, insta destacar que a regulamentação do nome do estabelecimento virtual, apesar de equiparado ao título de estabelecimento, não guarda relação jurídica com esse. Na *internet*, todo usuário é identificado através do nome de domínio, e este tem sido motivo de diversos conflitos entre empresas que atuam no segmento digital. A facilidade para adquirir um domínio, o potencial valor agregado e a ausência de regulamentação específica, tem trazido inúmeros obstáculos com aspectos até então desconhecidos pelo ordenamento jurídico, como será demonstrado adiante.

O Sistema de Nome de Domínio, ou *Domain Name System (DNS)*, surgiu da necessidade de um registro de identificação individualizado dentro da internet. Os computadores conectados à rede, recebem uma combinação numérica, denominada IP (*Internet Protocol*), que identifica sua localização física e o endereço eletrônico que conecta um usuário à um computador. No intuito de tornar a internet acessível a todos, foi criado o Sistema de nome de domínio (*DNS*), que possibilitou que essa combinação numérica fosse decodificada para uma linguagem alfabética. Dessa forma, não seria mais necessário saber o número do IP para se conectar a um usuário, mas apenas o nome de domínio, pois o *DNS* traduz o nome de domínio para o IP. A título de exemplo, o nome de domínio *brasil.gov.br*, corresponde ao IP – 161.148.175.40. (LOUREIRO, 2015).

A partir da expansão do comércio digital, o nome de domínio deixou de significar somente um endereço eletrônico e se tornou um bem imaterial determinante para as empresas atuais. Sendo composto pelo nome solicitado, seguido por um sufixo, que é exigência dos órgãos responsáveis pelo registro de domínio (LOUREIRO, 2015), “muitas vezes, esse nome de domínio se expressa pela mesma nomenclatura do título do estabelecimento ou pela nomenclatura da marca” (TEIXEIRA, 2011. p.28).

De forma simplificada, as funções do domínio podem ser assim conceituadas:

A primeira é técnica: proporciona as interconexões dos equipamentos. Por meio do endereço eletrônico, o computador do comprador põe-se em rede com os equipamentos que geram a página do empresário (vendedor). É esta função similar à do número de telefone. A segunda função tem sentido jurídico: identifica o estabelecimento virtual na rede. Cumpre, assim, em relação à

página acessível via internet, igual função à do título do estabelecimento em relação ao ponto (COELHO, 2007, p. 72).

O nome de domínio será o endereço do *website* da empresa. Para melhor compreensão, faz-se uma analogia à um endereço de uma casa, onde o domínio é o endereço, e o *website* é a casa. “É pelo *website* que a atividade do empresário atuante no comércio eletrônico – passa a ser difundida e desenvolvida, pois é ali que seus clientes podem fazer compras” (TEIXEIRA, 2011, p.28).

Portanto, quando a empresa possui o nome de domínio correlacionado à sua marca ou estabelecimento, poderá ser encontrada pelos possíveis clientes de forma muito mais intuitiva, o que se traduz em mais vendas e maiores lucros.

Em atenção a esse tema, na I Jornada de Direito Comercial do Conselho Federal de Justiça, no enunciado 7, firmou-se o entendimento de que o nome de domínio integra o estabelecimento empresarial como bem incorpóreo. Revelando-se como um assunto latente, o projeto do novo Código Comercial (PL 1572/2011), traz em seu artigo 112 disposições a respeito do registro de domínios, assegurando ser este elemento do estabelecimento empresarial, devendo ser protegido como tal. Se o projeto for aprovado, virá a cristalizar e pacificar o entendimento de que o nome de domínio é mais que um mero endereço dentro da rede de computadores, e que se afigura como um signo distintivo da empresa (BRASIL, PL 1572/2011).

Nessa concepção, o nome de domínio pode ser caracterizado como o endereço virtual do estabelecimento, sendo um sinal distintivo, capaz de identificar a marca, empresa ou o estabelecimento, com valor patrimonial atribuído. Sob esse aspecto, a proteção designada ao nome empresarial trazida pelo artigo 5º, inciso XXIX da Constituição Federal, deve também ser estendida a esse instituto.

Sob essa perspectiva, discorre Patrícia Peck Pinheiro (2013):

Para o Direito Digital, o domínio na Internet não é apenas um endereço eletrônico, mas sim a união entre localização (endereço) e o valor de marca (capacidade de ser lembrado – awareness). Deter o nome de uma empresa na rede é deter-lhe o valor; é deter-lhe a capacidade de ser alcançada por seu público-alvo, o que pode representar um sério problema, especialmente no caso de marcas conhecidas do público em geral. (Pinheiro, 2013, p.150).

Portanto, o usuário só pode ser localizado e identificado no meio digital através do nome de domínio, o que o torna requisito de existência para as empresas exclusivamente virtuais. Em

relação à empresa do universo físico, possuir um *website* que a identifique é ferramenta determinante para sua sobrevivência no contexto mercantil atual, sob pena de ser colocadas às margens da concorrência e, conseqüentemente, perder clientes, sofrer desvalorização, ou até mesmo ser eliminada do mercado.

A relevância representada pelo nome de domínio deve ser objeto de atenção, em razão do potencial lesivo à uma empresa, quando o registro de domínio decorre da nítida má fé daquele que escolheu o nome, com intuito de obter vantagem indevida, principalmente financeira (NEVES, 2013), bem como prejudicar um concorrente. Os prejuízos econômicos e morais advindos dessas práticas podem ser irreparáveis, afetando, inclusive o direito dos consumidores. Por essa razão, faz-se necessário a devida conceituação e regulamentação desse instituto, de forma a preservar princípios constitucionais que velam pelo desenvolvimento econômico do país.

#### **4 PRÁTICAS DESLEAIS NO COMÉRCIO ELETRÔNICO: *TYPOSQUATTING* E *CYBERSQUATTING*.**

A internet transformou radicalmente a forma de consumo dos indivíduos, onde barreiras e fronteiras físicas deixaram de existir. O mercado precisou voltar toda sua atenção para a nova realidade apresentada pelo comércio eletrônico. Assim como no meio físico, este mercado também comporta infinitas formas ilícitas aptas a burlá-lo.

Práticas ilegais que até então não existiam, tornaram-se alvo de preocupação entre as empresas que atuam no ambiente virtual. Nesse sentido, o *cybersquatting* e o *typoquatting*, vieram a aumentar o já imenso rol de modalidades de atos de concorrência desleal. Executadas exclusivamente no meio digital, “piratas cibernéticos”, por intermédio do registro de domínio, com condão especulativo e extorsivo, usurpam direito alheio no intuito de obter vantagem indevida (NEVES, 2013).

O *cybersquatting*, refere-se ao registro de um domínio efetuado por ‘grileiros da internet’, com o nome de uma marca famosa de um terceiro, ou com o nome de uma celebridade, com o objetivo de auferir valores financeiros com a venda desse domínio (FIGUEIREDO, 2019). Nessa concepção, Rafael Tárrega Martins (2009) assim conceitua:

O *cybersquatting* ou ciberocupação consiste no registro ou aquisição de nome de domínio idêntico ou similar a marca, normalmente notória ou de alto renome, para proceder à sua venda, licença ou cessão ao titular

da marca ou a empresa da concorrência, ou ainda para beneficiar-se da reputação dessa marca alheia (MARTINS, 2009, p.99).

No mesmo aspecto, Tinoco Soares (2001), pontua:

O registro de nome de domínio infringente de titularidade de marca é internacionalmente reconhecido quando: a) há identidade ou similaridade com a marca; b) não há legítimo interesse do detentor do domínio virtual sobre a expressão; c) o referido nome é registrado ou utilizado com má-fé (SOARES, p. 68- 76, 2001).

Exemplo clássico de *cybersquatting*, de grande repercussão, deu-se com a marca McDonald's que, em 1993, para poder utilizar o nome de domínio com sua própria marca, pagou um milhão de dólares à um pirata cibernético que detinha o registro.

Também são considerados *cybersquatting* os domínios com nome de marcas famosas com acréscimo de algum prefixo ou sufixo. A título de exemplo, já foi objeto de conflito o domínio registrado como "novopontofrio.com.br", onde a palavra "novo" foi acrescida à marca Ponto Frio, evidenciando a clara a intenção de se aproveitar da marca alheia (NEVES, 2013).

As perdas decorrentes dessa prática, não se limitam à restrição da empresa utilizar seu sinal distintivo como endereço eletrônico, ou ter que desembolsar vultuosas cifras para tanto. Situação altamente danosa ocorre quando o fraudador cria uma página semelhante à de uma página renomada para aplicar golpes. Podendo se desdobrar em e-mails com conteúdo maldoso, como no caso ocorrido com o domínio "bancodobrasil.net", que não faz parte dos sites da empresa Banco do Brasil, e que foi utilizado ilicitamente para captar dados sensíveis, como senhas e número do cartão, para a posterior efetuação de saques e compras (LIMA, 2010).

Nesses casos, semelhante ao que ocorre no *typosquatting*, além do incalculável prejuízo para o consumidor, a credibilidade da empresa fica fortemente abalada, pois o usuário vítima de práticas como essas, pode perder o interesse em se manter cliente da instituição, por associar o fato ocorrido à uma vulnerabilidade em seu esquema de segurança.

Sendo o nome de domínio o viabilizador da construção do *website*, local onde o empresário pode anunciar e vender seus produtos e serviços para o mundo todo à um custo relativamente baixo, a empresa que é impedida de usar o nome de domínio igual a sua marca, por este já estar em mãos de piratas cibernético, será irremediavelmente prejudicada. Sem esse recurso, a capacidade de concorrer com outras empresas de forma igualitária e livre é completamente fulminada.

Igualmente violadora de direitos alheios, bem como da concorrência, tem-se a figura do *typosquatting*, que é considerada a evolução ou o desdobramento do *cybersquatting*. Este, também consiste no registro mal intencionado de um domínio, com o nome semelhante ao de marcas amplamente conhecidas. Entretanto, no *typosquatting*, utiliza-se denominações que contêm erros tipográficos ou ortográficos mínimos, com inversões de letras próximas ao teclado do computador (NEVES, 2013).

A escolha maliciosa do nome do domínio advém do resultado de uma digitação incorreta do nome de determinada marca famosa, devido à proximidade de uma tecla, com uma simples troca de letra, ou uma semelhança fonética. É o caso de se registrar “*microsoft.com*”, com a intenção de que o internauta que se equivoque ao digitar “*microsoft.com*”, seja enganosamente direcionado à página criminosa. A intenção é induzir o usuário à erro e desviar a clientela já estabelecida da empresa vítima dessa prática (LOUREIRO, 2015, MARTINS 2009). Sob esse enfoque, destacam-se as considerações de Renato Blum e Caio Lima (2015).

Também tem havido registros com tentativa de se “apoderar” do tráfego que seria direcionado a outro portal eletrônico, mas que, devido a um pequeno erro de digitação (o que no inglês se denomina de typo), leva o interessado a cair em domínio totalmente distinto daquilo que se buscava, constatando-se a prática do *typosquatting* (BLUM; LIMA, 2015, p. 2).

Quando o consumidor cai nessas armadilhas, o empresário acaba tendo sua clientela desviada e seu faturamento diluído. A empresa usurpadora, de forma ilícita, apropria-se de todo investimento e pesquisa da empresa legítima, destacando-se de forma desleal entre seus concorrentes, causando forte desequilíbrio no mercado. Nesse aspecto, pondera Rafael Tárrega Martins (2009).

O titular do site identificado pelo domínio com erro tipográfico pode oferecer produtos ou serviços similares ou mesmo distintos daqueles disponibilizados pelo domínio usurpado. O problema está em que promoverá sua atividade a um custo reduzido na medida em que se valerá da reputação alheia, podendo inclusive vender espaço publicitário em razão do número elevado de acessos ao site, ademais da flagrante possibilidade de desvio de clientela (MARTINS, p. 103, 2009).

No intuito de se protegerem dos prejuízos advindos do *typosquatting*, grandes empresas digitais como a Google, o Facebook e a Netflix, por exemplo, detêm o registro dos domínios de uma infinidade de palavras resultantes de erros de digitação que possam ser acidentalmente cometidos durante uma busca por seus nomes.

Evidencia-se que o fator que diferencia o *cybersquatting* do *typosquatting* não resulta em muita diferença na prática (NEVES, 2013) e, embora não estejam regulamentados *ipsis litteris* na legislação brasileira, tais atos têm sido combatidos, principalmente devido à criação de procedimentos administrativos específicos para a solução de disputas relativas à registro de domínio (LOUREIRO, 2015).

É importante observar que a dinâmica sobre o registro do nome de domínio, baseia-se no Princípio *First Come, First Served*, que traduzido, significa o primeiro que chegar é o primeiro a registrar. Dessa forma, desde que o nome solicitado esteja disponível, o interessado poderá adquiri-lo. Essa facilidade trouxe consigo diversos obstáculos, como apontado por Loureiro (2015, p. 54):

O princípio first come, first served é adotado por todos os organismos registradores de nome de domínio, que, em linhas gerais estabelece a prioridade da ordem de chegada: quem primeiro requer e cumprir com os requisitos para o registro de um domínio será seu titular. Sob uma visão jurídica, tal medida é perigosa porque aumenta o risco de conflitos com terceiros detentores de direitos sobre signos distintivos (LOUREIRO, 2018, p. 54).

Nesse contexto, a saída encontrada pelo titular da marca, era desembolsar enormes quantias para obter o domínio registrado com seu sinal distintivo, como no caso do McDonald's, ou submeter o conflito ao judiciário.

Entretanto, levando em consideração a morosidade do judiciário, e a urgência advinda de fazer cessar o fato de haver uma empresa tendo sua clientela usurpada por outra mal intencionada, tais situações acabaram se tornando objeto de resolução através de meios alternativos.

Em 1988, o governo dos Estados Unidos, por meio do ICANN *Internet Corporation for Assigned Names and Numbers*, decidiu implementar uma forma de solução de conflitos, solicitando à OMPI - Organização Mundial da Propriedade Intelectual, que realizasse um estudo consultivo sobre registro de domínio e questões relativas às marcas.

Em 1999, instituída e aprovada nos encontros realizados pelo conselho da ICANN, a UDRP - *Union Disput Resolution Policy*, conhecida como a mais célere instância para resolução de conflitos relacionados a nomes de domínio no mundo todo, incluiu no contrato para o registro, termos e condições administrativas para a solução desses conflitos (NEVES, 2013).

No Brasil, é o Comitê Gestor da Internet (CGI.br) quem tem a atribuição de estabelecer diretrizes estratégicas relacionadas ao uso e desenvolvimento da Internet, e diretrizes para a

execução do registro de Nomes de Domínio, alocação de Endereço IP (*Internet Protocol*) e administração pertinente ao Domínio de Primeiro Nível ".br" (BRASIL, CGI).

Não obstante a excelência da Política da UDRP, e o reconhecimento que essa alcançou ao longo dos anos, o CGI.br julgou necessário a implementação de um procedimento administrativo para a solução de conflitos relativos aos nomes de domínio que atendesse melhor as demandas nacionais, e esse foi intitulado de Sistema Administrativo de Conflitos de Internet Relativos a Nomes de Domínio – SACI-Adm (LOUREIRO, 2015). Tal procedimento foi implementado baseado nas seguintes alegações:

- a) o escopo do procedimento deveria permitir a solução de conflitos não só semelhantes a marca, mas também a nome empresarial, nome civil, nome de família ou patronímico, pseudônimo ou apelido notoriamente conhecido, nome artístico ou outro nome de domínio
- b) ser julgado apenas por especialistas brasileiros;
- c) oportunizar a escolha da instituição que administraria o procedimento (NEVES, 2013, p. 156)

Muito mais expansiva que a política da UDRP, o SACI-Adm ampliou a proteção dispensada aos registros de domínios, alcançando, dentre outros, o título de estabelecimento, o nome empresarial e inclusive marcas que não tenham sido registradas, mas que possuem notoriedade em sua área de atuação (LOUREIRO, 2015).

A abertura de procedimento está condicionada à exposição das razões pelas quais o nome de domínio foi registrado ou está sendo usado de má-fé, e a comprovação de que este é idêntico ou similar o bastante para causar confusão. Como indícios de má-fé, a redação do parágrafo único do artigo 3º do Regulamento SACI-Adm, exemplifica as seguintes situações:

- a) ter o Titular registrado o nome de domínio com o objetivo de vendê-lo, alugá-lo ou transferi-lo para o Reclamante ou para terceiros; ou
- b) ter o Titular registrado o nome de domínio para impedir que o Reclamante o utilize como um nome do domínio correspondente; ou
- c) ter o Titular registrado o nome de domínio com o objetivo de prejudicar a atividade comercial do Reclamante; ou
- d) ao usar o nome de domínio, o Titular intencionalmente tente atrair, com objetivo de lucro, usuários da Internet para o seu sítio da rede eletrônica ou para qualquer outro endereço eletrônico, criando uma situação de provável confusão com o sinal distintivo do Reclamante. (SACI-ADM, 2010)

Compreende-se, através da análise do Regulamento, que o princípio do *First Come, First Served*, cujo a intenção é a democratização do acesso ao domínio, no intuito de romper

com burocracias desnecessárias, poderá ser relativizado diante de práticas abusivas e desleais como nos casos de *cybersquatting* e *typosquatting*, priorizando o princípio da boa-fé objetiva.

Apesar da adesão ao procedimento do SACI-Adm ser um requisito para o registro de um domínio no “.br”, o sistema não exige a renúncia do direito de apreciação do conflito pelo Poder Judiciário.

Conforme dispõe o parágrafo primeiro do artigo 1º do Regulamento, “o SACI-Adm limitar-se-á a determinar a manutenção do registro, a sua transferência ou o seu cancelamento”. Nos casos de cancelamento, cumprimento dessa decisão poderá ser realizado pelo NIC.br - Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (SACI-ADM, 2010).

Um dos principais objetivos do SACI-Adm é o de proporcionar celeridade na resolução dos conflitos, devendo o procedimento se encerrar no prazo máximo de 90 (noventa) dias contados da data de seu início, podendo ser prorrogado, desde que não ultrapasse 12 (doze) meses (SACI-ADM, 2010). Prazo esse que se revela infinitamente menor que a duração média de uma demanda judicial.

Além de ser mais célere, a resolução dos conflitos pela via administrativa pode reduzir os custos com a demanda de forma significativa, uma vez que processos judiciais são lentos e dispendiosos, e uma solução rápida para o conflito, também significa fazer cessar eventuais prejuízos que estejam sendo enfrentados pelo reclamante com uso indevido de seu nome ou de sua marca.

Por último, destaca-se que o conflito será julgado por especialistas, com comprovado conhecimento na área de propriedade intelectual, e que são necessariamente submetidos a treinamento a cada três anos (LOUREIRO, 2015). Dessa forma, a segurança técnica de uma decisão proferida no âmbito do Regulamento SACI-Adm é evidentemente maior do que se houvesse sido submetida ao judiciário.

O Regulamento não prevê medidas indenizatórias entre seus litigantes, dessa forma, o usuário que se sentir lesado pelo uso indevido de sua marca, do nome de seu estabelecimento, dentre outros, e que desejar qualquer tipo de ressarcimento, necessariamente deverá recorrer ao sistema judiciário. De igual forma, aquele que não estiver satisfeito com a solução abarcada pela via administrativa, sempre poderá se valer do Poder Judiciário para a apreciação de sua demanda.

Diante das peculiaridades do Regulamento SACI-Adm, trazidas ao presente estudo, verifica-se que a possibilidade de resolução de conflitos entre usurpadores de domínios com sinais distintivos alheios e seus legítimos proprietários através da forma administrativa, devido

à celeridade, à economia e à especificidade inerentes a esta, é medida altamente eficiente, figurando legalmente como primeira escolha nos casos de *cybersquatting* e *typosquatting*.

Sendo a adesão ao Regulamento SACI-Adm realizada de forma automática, tem-se a impressão que a aparente ausência de leis que permeiam o mundo cibernético é substituída por uma obrigação assumida desde o início, através de regras e procedimentos bem estabelecidos.

Diante da nova dinâmica apresentada pelo comércio eletrônico, tanto os estabelecimentos virtuais, como os proprietários de marcas renomadas, encontram no Regulamento SACI-Adm uma importante ferramenta na luta contra as práticas desleais de comércio ocorridas no ambiente virtual.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando o comércio eletrônico como uma realidade consumada, é certo que não é possível, muito menos desejável frear as inovações advindas desse. Porém, faz-se necessário a uma releitura de alguns institutos jurídicos para que esses avanços não se convertam em prejuízo para determinadas empresas.

Tendo em vista que atos de concorrência desleal andam em paralelo com a própria concorrência justa, soa um tanto utópico qualquer menção no sentido de eliminá-la definitivamente. Entretanto, o que se espera é que a tentativa de repelir práticas desonestas seja uma constante, tanto no comércio tradicional, quanto no digital.

Consectário às novas formas de comércio, são os meios aptos a burlá-la. Dessa forma, tais condutas ilícitas devem ser colocadas sob um enfoque atual, com o intuito de romper com ideias ultrapassadas, medidas engessadas, e com o despreparo do judiciário na resolução de conflitos do mundo virtual.

Quando se faz referência ao universo digital, devido ao seu caráter global e irrestrito, absolutamente tudo toma maiores proporções, sendo possível, por exemplo, em questão de horas, haver a completa destruição de uma empresa ou de uma marca que esteja sendo usada de forma indevida. A partir dessa constatação, demonstra-se a necessidade de que atos ilícitos praticados nesse ambiente tenham uma resposta imediata, sob pena de se tornar ineficaz.

A possibilidade de resolução de conflitos como o *cybersquatting* e o *typosquatting* através da via administrativa, como apontado no texto, além de ser um grande avanço, pode ser encarada como o início de uma mudança de paradigmas. O Sistema Administrativo de Conflitos de Internet Relativos a Nomes de Domínio foi criado para suprir a necessidade de

implementação de procedimentos administrativos para a solução de conflitos relativos aos nomes de domínio e significa um primeiro passo para a resolução desses conflitos.

A partir dessas considerações, sem desprezar o constatado progresso no que tange à resolução de conflitos na esfera da concorrência desleal no comércio eletrônico, devido ao caráter volátil do ambiente virtual, faz-se necessária a árdua tarefa de se implementar medidas preventivas, de forma a impedir, inclusive, o próprio registro de domínio com nome que apresente indício de desvio de finalidade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAGNOLI, Vicente. **Competitividade na Economia Digital e Livre Concorrência**. I Fórum Mackenzie de Liberdade Econômica. São Paulo: nov./2017. Disponível em: <[https://liberdadeeconomica.mackenzie.br/fileadmin/OLD/62/ARQUIVOS/PUBLIC/SITES/ECONOMICA/2017/Competitividade\\_na\\_economia\\_digital\\_e\\_livre\\_concorrencia\\_VicenteBagnoli.pdf](https://liberdadeeconomica.mackenzie.br/fileadmin/OLD/62/ARQUIVOS/PUBLIC/SITES/ECONOMICA/2017/Competitividade_na_economia_digital_e_livre_concorrencia_VicenteBagnoli.pdf)>. Acesso em: 01 set 2021.
- BLUM, R. O.; LIMA, C. C. C. Nomes de Domínio da Internet e Direitos de Propriedade Industrial: Princípios e Legislação Aplicável. *Revista Eletrônica Direito & TI*, v. 1, n. 2, p. 11, 21 out. 2015. Disponível em: <<https://direitoeti.emnuvens.com.br/direitoeti/article/view/13>>. Acesso em: 11 set 2021.
- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988. Brasília, DF. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/ConstituicaoCompila.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompila.htm)> Acesso em 10 jun. 2021
- BRASIL, **Decreto nº 4.829, de 3 de setembro de 2003**. Disponível em <<https://www.cgi.br/pagina/decretos/108/>>. Acesso em: 15 maio 2021.
- BRASIL. Lei no 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Código Civil. Brasília, DF, 2002. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/110406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm)> Acesso em 20 jun. 2021.
- BRASIL. **Projeto de Lei nº 1.572 de 2011**. Institui o Código Comercial. Disponível em <<https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/50888>> Acesso em 10 jul. 2021
- BRASIL. **Proteção da Propriedade Industrial**. 7 jul. 1883. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br/backup/legislacao-1/cup.pdf>>. Acesso em: 17 maio 2021.
- BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. **Lei de Propriedade Industrial**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19279.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm)>. Acesso em: 17 jun 2021.
- BRASIL, SACI-Adm. **Regulamento do Sistema administrativo de conflitos de internet relativos a nomes de domínios sob ".br"**. São Paulo, 30 set 2010. Disponível em: <<https://registro.br/dominio/saci-adm/regulamento/>>. Acesso em: 17 jun. 2021
- BUENO, Samara Schuch. Concorrência na Era Digital. In: BLUM, R. O. **Direito Digital**: Coletânea de Artigos. São Paulo: Íntegra, 2017. p. 356-375.
- CAMPINHO, Sérgio. **O direito de empresa à luz do novo Código Civil**. 5. ed. ampl. atual. Rio de Janeiro: Renovar, 2005, p. 300-301

- CASALI, G. M.; WESSLING, E. Typosquatting - A Concorrência Desleal Virtual. **Revista de Ciências Gerenciais**. São Paulo. v. 7, n. 16, p. 77-89. Dez/2008.
- COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de direito comercial: direito de empresa**. 18. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.
- COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de direito comercial: direito de empresa**. 23. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.
- ENUNCIADO. I Jornada de Direito Comercial. **Enunciado nº 7**. O nome de domínio integra o estabelecimento empresarial como bem incorpóreo para todos os fins de direito. Disponível em: <<https://www.cjf.jus.br/enunciados/enunciado/22>>. Acesso em: 12 maio 2021.
- FAZZIO JÚNIOR, Waldo. **Manual de Direito Comercial**. 21. ed. São Paulo: Atlas, 2020.
- FIGUEIREDO, A. R. **Nomes de Domínio**. Dissertação (Mestrado em Direito). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUCSP. São Paulo, 2020.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2000.
- LIMA, C. C. C. E-Democracia: utilização da arbitragem como mecanismo propiciador de democracia nas relações envolvendo conflitos de nomes de domínio da internet. **Anais do XIX Encontro Nacional do CONPEDI**. Fortaleza. p. 8280 - 8306. jun. 2010. Disponível em: <<http://www.publicadireito.com.br/conpedi/manaus/arquivos/anais/fortaleza/3959.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2021.
- LOUREIRO, P. **Nome de domínio como sinal distintivo empresarial: análise das decisões dos Centros de Solução de Controvérsias credenciados pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil**. Tese (Doutorado em Direito) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências Jurídicas, Programa de Pós-Graduação em Direito, Florianópolis, 2015.
- MARTINS, Fran. **Curso de Direito Comercial**. 30. ed. rev. atual. ampl. Rio de Janeiro: Forense, 2009.
- MIRANDA, Pontes. **Tratado de Direito Privado**. 4. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1983. v. 17. p. 270.
- NEVES, P. **Nomes de domínio e o sistema administrativo de conflitos de internet**. Dissertação (Mestrado em Direito Civil). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo São Paulo, 2013.
- PEREIRA NETO, C. M. S.; CASAGRANDE, P. L. **Direito Concorrencial: Doutrina, Jurisprudência e Legislação**. São Paulo: Saraiva, 2016.
- PINHEIRO, Patrícia. **Direito digital**. 5 ed., São Paulo: Saraiva 2013
- RAMOS, André Luiz Santa Cruz. **Direito empresarial: volume único**, 10. ed., São Paulo: Método, 2020.
- RODRIGUES JÚNIOR, E. Reprimindo a concorrência desleal no comércio eletrônico: links patrocinados, estratégias desleais de marketing, motores de busca na internet e violação aos direitos de marca. **Revista dos Tribunais**, RT vol.961. nov. p. 13 2015.
- SILVA, A.L.C. **Concorrência desleal: atos de confusão**. São Paulo: Saraiva, 2015.
- SILVEIRA, P. B. da. **Direito da Concorrência**. Rio de Janeiro: Forense, 2021.
- SOARES, José Carlos Tinoco. **Abuso de direito pelo uso de nomes de domínio na internet**. RT, São Paulo, n. 786, p. 68-76, 2001

SOARES, José Carlos Tinoco. **Tratado da propriedade industrial: marcas e congêneres**. São Paulo: Jurídica Brasileira, 2005.

TAVARES, André Ramos. **Direito Constitucional Econômico**. São Paulo: Método, 2006

TEIXEIRA, Tarcísio. **Estabelecimento empresarial virtual: regime jurídico**. **Revista de Direito Mercantil**. n. 50. v.157. jan./mar.2011. p.28.

ZANCHIM, Kleber Luiz. **A forma dos negócios jurídicos no direito das sucessões**. Revista de Direito Privado. São Paulo: Ed. Revista dos Tribunais, 2008.