



AOL: do domínio global à ruína digital

16/09/2025

O provedor estadunidense pioneiro encerrou seus serviços de internet discada após [mais de três décadas](#). Isto significa um adeus simbólico à era “America Online”, nome adotado oficialmente pela Quantum Computer Services em 1991 e mais tarde abreviado para AOL.

Foi o site mais [visitado do mundo de 1996 a 2002](#), catequizando toda uma geração (especialmente nos Estados Unidos). No Brasil, influenciou a criação do [UOL](#) e do [BOL](#), entre outros.

A notícia remeteu imediatamente à [desastrada](#) “invasão” das terras tupiniquins pela gigante pontocom em 1999, em parceria com a [IBM](#) e mais tarde com o [Itaú](#), com a promessa de ser o maior provedor de internet do país.

Na ocasião, o domínio “aol.com.br” estava em posse de um provedor brasileiro sediado em Curitiba. Valendo-se do “[br.aol.com](#)”, a empresa iniciou uma [disputa judicial](#) pela primazia de sua utilização.

Considerado o primeiro e um dos principais “*leading cases*” sobre nomes de domínio no Brasil, a disputa despertou o interesse da mídia nacional e internacional ([aqui](#), [aqui](#) e [aqui](#)).

Por ser afeito ao tema, recebi gentil convite do dr. Fabio Malina Losso para atuar junto à defesa do provedor curitibano América. A motivação foi até patriótica, de Davi contra Golias.

Marcas versus domínios

Desde seus primórdios, [por volta de 1989](#), o registro de nomes de domínio no Brasil se mostrou lacunoso sob o ponto de vista legal. A Resolução nº 01/1998 do [Comitê Gestor da Internet no Brasil](#) veio trazer maior respaldo regulatório.

Divulgação

Por exemplo, definindo quais seriam os “nomes não registráveis” e que ensejariam cancelamento: marcas de alto renome e notoriamente conhecidas, quando não requeridas pelo titular e passíveis de induzir terceiros a erro, palavras de baixo calão, siglas de Estados e “palavras reservadas” que representam conceitos pré-definidos na Internet, como o nome “internet” em si.

O registro do domínio “aol.com.br” foi feito na Fapesp (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo) em 1997, sob o princípio do “*first come, first served*” (1), dois anos antes da empresa americana aportar no Brasil e antes da vigência da Resolução do então “cg.org.br”, atual “cgi.br”.



Em 1999, por meio de decisão [até então inédita](#), o juiz relator do caso no [Tribunal Regional Federal da 4ª Região](#), José Germano da Silva, reconheceu que “a marca, enquanto propriedade industrial, não se confunde com o nome de domínio” (2).

Entre idas e vindas em Tribunais estaduais e federais, incluindo um conflito de competência que chegou ao Superior Tribunal de Justiça, mandados de segurança e o congelamento por [ordem judicial do domínio](#), em 2001 um acordo extrajudicial foi celebrado. Os termos permanecem em sigilo.

Em que pese a proteção constitucional do inciso XXIX do artigo 5º da Constituição de 1988, concluiu-se que que marcas não predominam, necessariamente, em havendo colidência com nomes de domínio (3). Em especial diante da ausência de má-fé, que precisa restar suficientemente demonstrada.

Caso contrário, o titular conseguiria obstar de plano quaisquer registros de domínios assemelhados [ou que possam ser relacionados](#) à marca, inclusive nas demais opções disponíveis para registro além do “com.br”.

Deixando o Brasil

Após diversos [percalços](#), insucessos [comerciais](#) e falhas [estratégicas](#), a AOL Brasil abandonou o país [melancolicamente em 2006](#).

Os serviços de internet que caracterizaram sua presença no país foram imediatamente desligados, concessão feita aos serviços de e-mail, que ganharam [uma pequena sobrevida](#).

A expansão da AOL para a América Latina consumiu [mais de US\\$ 200 milhões](#), deixando como saldo a recomendação aos seus usuários que migrassem para o provedor Terra, que adquiriu a base de clientes no [final de 2005](#).

O nome “America Online” vinha sendo abandonado gradativamente desde a fusão com a Time Warner em 2000, no valor de [US\\$ 166 bilhões](#). A ideia era unir a “nova mídia” da internet com

os meios tradicionais. Nascia a AOL Time Warner.

Em 2003, a operação mundial registrou um prejuízo recorde de **US\$ 99 bilhões**. O estouro da bolha da internet e conflitos internos tornaram a fusão um fracasso, e desta vez o prefixo AOL é que **foi deixado de lado**.

Desfeita a união em 2009, a marca foi retomada e renovada, agora com duas letras em caixa baixa e **ponto ao final**. Com foco em novos negócios relacionados à produção de conteúdo digital e publicidade, a AOL. deixou para trás sua imagem de provedora de internet.

Em 2011, ainda contavam com 3,5 milhões de assinantes de internet discada nos EUA. Na época de ouro, por volta de 2002, chegaram a concentrar cerca de **26,5 milhões de assinantes**.

A AOL retornou ao Brasil em 2016 para atuar no segmento de anúncios em **vídeo e mobile**, assumindo também as operações publicitárias da **Microsoft**.

Fusão com Yahoo!

Uma fusão da AOL com o Yahoo! já era considerada **desde 2010**, e se tornou realidade em 2017. Naquele ano a Verizon, maior provedora de telefonia móvel dos EUA, e que havia adquirido a AOL por **US\$4,4 bilhões em 2015**, também adquiriu o Yahoo! por **US\$ 4,48 bilhões**, unindo as duas empresas.

A fusão, **batizada de Oath**, pretendia competir no mercado de publicidade digital com **Google e Facebook**. Todavia, acabou vendida para o grupo Apollo em 2021 por **US\$ 5 bilhões**, quase metade da soma paga pelos dois negócios.

O portal "**aol.com**" segue em funcionamento, bem como o portal do Yahoo!, mas com apenas resquícios da pujança de outrora.

Impermanência

O Yahoo! Brasil **encerrou suas atividades em 2023**. O domínio "**aol.com.br**" atualmente é redirecionado para uma página classificada como "não segura" pelos principais navegadores, sem certificado digital associado.

Sem propósito definido, a página contém apenas o logotipo do Yahoo! e uma lacônica mensagem padrão de erro em inglês (47).

O fim da conexão discada da AOL, anunciado em 2025, não representou apenas o encerramento de uma tecnologia já obsoleta, mas o último fio que se rompeu de uma marca que foi porta de entrada para o mundo digital.

Com a trajetória de uma verdadeira montanha-russa corporativa, a história da pioneira America Online é a história da transitoriedade digital, e se confunde com a própria história da internet no Brasil e no mundo.

Quanto ao domínio “aol.com.br”, não foi apenas uma batalha por um endereço virtual, mas o vislumbre de uma gigante global tentando afirmar sua identidade em um território novo, invisível e em constante mutação. No qual o Direito ainda tateava no escuro.

(1) A regra “o primeiro que chegar será atendido” foi reconhecida como válida e legítima pelos Tribunais. Vide Acórdão da 3ª Turma do STJ no RE 024105-81.2013.8.11.0041, como relatora a ministra Nancy Andrighi, julgado em 5/6/2018.

(2) Vide Acórdão da 4ª Turma do TRF-4 no AI 1999.04.01.011609-2/PR, julgado em 04/03/1999.

(3) Vide Acórdão da 4ª Turma do STJ no RE 9075676-54.2007.8.26.0000, como relator o ministro Luis Felipe Salomão, julgado em 6/12/2016)

(4) Traduzindo: “Voltaremos já... Agradecemos a sua paciência. Nossos engenheiros estão trabalhando rapidamente para resolver o problema.”

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2025-set-16/aol-do-dominio-global-a-ruina-digital/>