
PROTEGENDO SUA MARCA NAS MÍDIAS SOCIAIS

Márcio Mello Chaves
mmchaves@almeidalaw.com.br

I) INTRODUÇÃO

Orkut, Facebook, MySpace, Twitter. Amplamente popularizadas com o advento da Web 2.0¹, as mídias sociais têm sido bombardeadas com perfis de empresas de todo porte, que têm cada vez mais recorrido a esses espaços virtuais para, através de um contato direto e a baixíssimo custo com os consumidores, promoverem e divulgarem seus respectivos produtos e serviços.

Porém, mencionados espaços cibernéticos nem sempre são utilizados a favor das marcas que representam essas empresas: inúmeros são os perfis falsos (ou *fakes*, como são popularmente conhecidos) – muitos deles com o único intuito de minar, por meio de postagens negativas, a credibilidade de marcas que se firmaram no mercado ao longo de anos.

A Lei de Propriedade Industrial brasileira define a exclusividade de uso de marca em todo o território nacional como direito adquirido pelo registro desta². Assim, em

¹ O termo Web 2.0 é usado para descrever as ferramentas que permitem a interatividade e colaboração coletiva no ambiente da internet.

² O artigo 129 da Lei 9.279/2003 (Lei da Propriedade Industrial) define que “A propriedade da marca adquire-se pelo registro validamente expedido, conforme as disposições desta Lei, sendo assegurado ao titular seu uso exclusivo em

que pesem os posicionamentos contrários, entendemos que a lei brasileira se aplica também ao território virtual e às mídias sociais, o que garante o uso exclusivo pelo titular do direito de marca também nesses domínios.

Ao perceber a existência de um perfil falso ou conteúdo que degrade a reputação da marca no ambiente virtual, seu titular possui várias ferramentas a auxiliá-lo, cada qual com aspectos positivos e negativos a serem sopesados na tomada de decisão.

II) MÉTODOS DE AÇÃO E SUAS PRINCIPAIS CONSEQUÊNCIAS

Não existe, dentre as várias formas de se abordar o problema apresentado, uma que seja mais indicada, vez que cada situação é única e deve receber tratamento individualizado.

O contato direto com os administradores do site responsável pela hospedagem do conteúdo é o primeiro passo normalmente tomado por aqueles que se sentem prejudicados por informações falsas ou não autorizadas postadas online.

Outra solução comumente utilizada é o envio de Notificações Extrajudiciais para

todo o território nacional, observado quanto às marcas coletivas e de certificação o disposto nos artigos 147 e 148.”

os autores de violações a marcas, conhecidas como “*cease and desist letters*”.

Contudo, embora amplamente utilizadas nos casos de violação ao direito marcário no mundo real, as Notificações Extrajudiciais embasadas em ofensas ao direito de marca ocorridas no meio virtual esbarram na enorme dificuldade de obtenção dos dados pessoais e do endereço dos autores das violações; afinal, as informações disponíveis nos perfis por vezes são escassas, e não raramente falsas.

Por esse motivo, antes de fazer a Notificação Extrajudicial do violador, muitas vezes se faz necessário interpelar o próprio provedor para obter maiores (e quiçá verdadeiras) informações. O provedor pode ainda se recusar a oferecê-las, caso em que só poderá ser compelido a fazê-lo judicialmente.

Nesta hipótese, as Ações Cautelares situam-se entre as medidas judiciais mais usadas, já que podem se mostrar úteis para obter, em espaço de tempo relativamente curto, informações pretendidas nos sites provedores de conteúdo, ou ainda, conseguir a retirada do ar de conteúdo prejudicial quando estes se recusarem a fazê-lo amigavelmente.

Contudo, há de se alertar que as pretensões do detentor do direito de marca podem ser negadas ou frustradas, seja em função da morosidade epidêmica que assola o Judiciário brasileiro; seja em razão do ainda freqüente despreparo de inúmeros magistrados, que muitas vezes

desconhecem o funcionamento das novas tecnologias virtuais de interação social, e não raro baseiam suas decisões em esclarecimentos de peritos igualmente despreparados para lidar com a vanguarda tecnológica.

Ainda, para possibilitar o aforamento de medidas judiciais, é fundamental que os fatos e documentos a serem utilizados como provas da violação marcária sejam preservados. A forma mais tradicional para tanto é a lavratura de atas em cartórios de notas, que atestam a existência daquele conteúdo antes que ele seja retirado do ar.

Não obstante, a preservação de provas também pode ocorrer por outros métodos que, apesar de não possuírem a oficialidade das atas notariais, servem como indício para a formação do convencimento do juiz na concessão da medida, tais como cópias das telas e comprovantes de envios de emails para os administradores de sites e para os responsáveis pelas violações.

III) CONCLUSÃO

Como já apontado, antes da adoção de qualquer das medidas anteriormente abordadas, é extremamente importante estudar cada situação e suas possíveis implicações com a devida cautela, procurando auxílio jurídico experiente e especializado sempre que houver dúvidas sobre como e qual atitude deva ser tomada.

Embora a criação, por terceiros, de perfil com o nome da empresa na mídia social possa a princípio parecer violar o direito

de marca, algumas vezes isso pode ser usado em favor da empresa – a exemplo de comunidades virtuais e perfis criados e conduzidos por fãs para enaltecer a marca; comunidades e perfis esses que podem ser facilmente cedidos ao verdadeiro titular na condição de co-proprietário ou moderador.

Caso a alternativa adotada seja a adoção de medida judicial, além dos demais alertas já feitos, deve também ser observado o alvo da ação por parte do proprietário da marca: na grande maioria dos casos, os administradores dos sites não são responsáveis pelos conteúdos nele disponibilizados, porquanto postados por terceiros sem qualquer tipo de aprovação prévia.

Por último, destacamos a importância do conhecimento das ferramentas disponibilizadas nos sites das mídias sociais para o combate às violações aos direitos oriundos das marcas. Sua utilização, precedida dos devidos cuidados, não só pode auxiliar na prevenção de violações, como também na retirada do conteúdo ofensivo de forma ágil e sem qualquer custo.

O Almeida Advogados conta com equipe especializada em Direito de Propriedades Industrial e Intelectual, experiente e altamente qualificada para orientar detentores de marcas violadas nas mídias sociais, colocando-se à disposição para maiores esclarecimentos.