



Marca registrada em código HTML não é violação

Uma corte federal norte-americana decidiu que a utilização por terceiros, de uma marca registrada em um *hyperlink*, não é suficiente para assegurar ao registrante os requisitos processuais de violação ou enfraquecimento (*dilution*) previstos na lei norte-americana.

No caso [Ford Motor Co. vs. 2600 Enterprises](#), o Juiz Robert Cleland do Distrito Oriental de Michigan decidiu que a Ford não pode impedir que o registrante continue a utilizar-se do nome de domínio ‘FuckGeneralMotors.com’.

Qualquer pessoa que acessar esse nome, seja diretamente ou clicando em um *link* dentro da página é redirecionado à *home page* da Ford, localizada em ‘Ford.com’. Ou se clicar no outro *link* também contido na página, à ‘FordReallySucks.com’.

A corte entendeu que os réus – o mesmo Eric Corley e a 2600.com que se envolveram na confusão da publicação do código-fonte DeCSS, *software* que ‘quebrou’, por meio da engenharia reversa, a criptografia que protegia os filmes DVD – não estavam violando a marca da Ford.

O domínio pertencente ao demandado – ‘FuckGeneralMotors.com’ – não incorpora, observou a corte, nenhuma das marcas registradas da Ford; e que a utilização da palavra ‘Ford’ apenas no código de programação nada mais faz do que criar um *hyperlink* direcionado ao *site* da Ford.

E que “diferente do uso não-autorizado de uma marca registrada como nome de domínio, a utilização de uma marca registrada no interior do ‘código de programação’ não inibe os usuários da Internet a encontrarem os *Web sites* que são mais comumente associados ao detentor da marca.”

Aqui, “a lei da propriedade industrial não autoriza a Ford a determinar como as pessoas poderão fazer *links* a sua página, nem tão pouco nem restringir esta atividade, simplesmente porque não tenha gostado do nome de domínio ou do conteúdo da página *Web* que fez o *link*”.

Segundo a ICANNWatch, para que haja a diluição da marca registrada, a Ford precisa demonstrar que os ‘acusados’ estariam utilizando comercialmente a marca da Ford. O argumento de que a utilização da marca da Ford em um nome de domínio possa ter gerado algum dano não foi suficiente para configurar a utilização comercial, conforme prevê a lei norte-americana.

A corte fez ainda uma analogia com a atitude dos registrantes, descrevendo-a como “um ato de vandalismo, uma pichação de ‘Fuck General Motors’ em uma placa no quartel-general da Ford”.

No aspecto do cometimento de infração pelo uso, a corte decidiu que a utilização não-autorizada da marca da Ford em seu código de programação “em nenhuma hipótese concorre com o oferecimento de bens e serviços do detentor da marca”, e que o réu não está utilizando a marca “em ligação com vendas, oferta, distribuição ou propaganda de nenhum bem ou serviço”, portanto não existiria violação.

Conforme asseverou o Prof. Paulo de Sá Elias em situação quase análoga, (*in* RT 766/491, 1998/1999),



“atualmente, nos Estados Unidos, se discute no Poder Judiciário a questão das *Meta Tags* (que são palavras embutidas no código HTML, formadoras das páginas na Internet) e que são ocultas para os usuários comuns, mas que são encontradas pelos sistemas de procura (*search engines*) e seus classificadores de conteúdo)”.

O jurista prossegue explicando que “determinados concorrentes utilizam as *Meta Tags* para divulgarem suas páginas comerciais na Internet com palavras-chave que possam orientar os sistemas de procura a encontrá-los com prioridade quando determinado usuário (consumidor) estiver à procura de produtos de sua comercialização (mesmo que sejam, especificamente, o produto dos seus concorrentes). A questão central em debate é saber se o concorrente, na sua página comercial, poderá ou não, usar a marca (*trademark*) do seu concorrente através de *Meta Tags* em páginas na Internet”.

Lançando mão da [Wayback Machine](#), percebe-se que as versões mais antigas do *site* da 2600 (que conta com 189 atualizações desde 1996) também eram redirecionadas ao *site* da Ford, ou descreviam batalhas jurídicas outras envolvendo situações semelhantes, sendo a única diferença o nome de domínio atual, registrado em 1999.

Porém, o ‘FordReallySucks.com’ é mais recente, tendo sido criado em 2001, mas já conta com 7 atualizações, podendo vir a abranger outras – prejudiciais aos interesses da Ford ou da General Motors – mesmo após a mencionada decisão judicial, que deve ser respeitada pelas partes.

A indagação presente no nosso artigo [“A Internet e o Ciberespaço”](#), elaborado no início de 2000 ainda se mostra atual: teremos o mesmo papel e função, e trabalharemos da mesma maneira na Era da Informação? Sustentar-se-ão as expectativas e atitudes tradicionais a respeito da finalidade das decisões? Poderá um sistema de valores centrado na preservação da informação prevalecer sobre um sistema que assume que a informação está sempre em transformação?

Enquanto a Ford poderá buscar subterfúgios legais contra tais condutas em outras áreas do Direito que não a propriedade intelectual, haverá um esforço para a conclusão de que houve violação da lei das marcas registradas (*trademarks*). Mas a General Motors ainda pode também entrar na briga, buscando inclusive a análise da mesma questão, desta vez por outro ângulo legal.

Date Created

17/02/2002