

Empresas nos EUA processam clientes que reclamam do serviço em sites

A popularização dos sites de reclamação na internet está inundando a Justiça americana de processos. Muitas empresas estão reagindo a críticas, feitas em websites por consumidores descontentes com seus produtos ou serviços, com ações judiciais por danos. Mas tanto empresas quanto consumidores têm se saído mal nos tribunais, por causa da dificuldade de se distinguir o que é informação e o que é crítica ou avaliar se é calúnia e difamação. Por isso, publicações jurídicas e advogados, através de seus blogues, estão se esforçando para explicar aos consumidores e às empresas as diferenças entre uma coisa e outra.

De acordo com o *FindLaw.com*, há sempre uma dificuldade em diferenciar uma avaliação pessoal, escrita de forma apropriada, da crítica escrita em um estilo que entra em conflito com a legislação que define calúnia e difamação. Da mesma forma que há uma linha muito tênue que separa o que é liberdade de expressão do que é direito de outra pessoa ou entidade de proteger seu bom nome.

No caso de entrar em conflito com a lei, nos EUA, tudo o que pode ser visto, tal como textos, impressos, ilustrações, imagens e estátuas, é definido como calúnia; tudo o que é falado e ouvido, é difamação, como explica artigo publicado pelo *LawBrain*. Entretanto, mesmo que caracterizada a calúnia ou difamação, um juiz não pode condenar uma pessoa à prisão, porque isso não é crime. É um dano causado a outra pessoa ou entidade, que é julgado na esfera da Justiça Civil.

Acusação

Segundo as publicações, para conseguir indenização por danos, a parte demandante deve apresentar provas de cinco elementos: 1) que a parte demandada fez uma calúnia; 2) que a calúnia foi publicada — isto é, chegou ao conhecimento de mais pessoas e não apenas do demandante; 3) que a calúnia causou dano à parte demandante; 4) que a parte demandante foi identificada por terceiros como a citada no material calunioso; 5) que a calúnia se caracteriza pelo fato de as declarações serem falsas.

Para provar que uma declaração foi caluniosa ou difamatória, a parte demandante deve demonstrar que pelo menos mais uma pessoa que a viu ou ouviu — além da parte demandante — percebeu nela um conteúdo calunioso ou difamatório. Dessa forma, mesmo que a parte demandada argumente que tudo não passou de uma piada ou brincadeira, se uma testemunha levou a forma de expressão da demandada a sério, a comunicação é considerada caluniosa ou difamatória.

Defesa

Em geral, há quatro linhas de defesa contra acusações de calúnia e difamação: verdade, consentimento, acidente e privilégio. 1) a comprovação de que a alegada comunicação caluniosa ou difamatória (objeto da ação) é verdadeira é a melhor defesa; a parte demandada não precisa defender cada detalhe da comunicação, se a sua substância pode ser estabelecida; a verdade, por mais dura que seja, não é considerada caluniosa ou difamatória; 2) se a parte demandada consentiu com a publicação do material, mesmo que ele venha a ser considerado calunioso, a indenização por danos é negada; 3) divulgação accidental de uma declaração caluniosa não constitui publicação — e, portanto, não caracteriza calúnia; 4) o instituto do privilégio confere imunidade a algumas pessoas, envolvidas diretamente com a

promoção dos negócios públicos — por exemplo, advogados, promotores, juízes, jurados e testemunhas não podem ser processados por declarações consideradas caluniosas ou difamatórias. O mesmo vale para parlamentares, quando em trabalho.

Meios de comunicação

A responsabilização pela republicação de material considerado calunioso ou difamatório é a mesma da publicação original nos Estados Unidos. Assim, jornais, revistas, emissoras de rádio e TV, editoras e websites podem ser responsabilizados pela republicação de calúnia ou difamação, porque têm controle editorial sobre suas comunicações. Publicação não significa que o material foi impresso ou expresso em qualquer meio de comunicação. Um panfleto ou um pedaço de papel, escrito à mão e fixado em um lugar onde pode ser visto por mais pessoas que a demandante, é o suficiente.

Livrarias, bibliotecas e outros distribuidores de material impresso ou visual não são responsabilizados, a não ser que saibam — ou tenham razões para saber — que o material é calunioso ou difamatório. Operadoras de comunicações, como companhias telefônicas, também não são responsabilizadas por material calunioso ou difamatório que transmitem, mesmo que saibam que esse é o caso do conteúdo da comunicação, a não ser que saibam — ou tenham razões para saber — que a pessoa que faz a comunicação não tem o privilégio de fazer tal comunicação. Fornecedoras de equipamentos de comunicações nunca são responsabilizadas pelo conteúdo calunioso ou difamatório das mensagens que transmitem.

Políticos e celebridades

Todas as pessoas que são consideradas figuras públicas, como políticos e celebridades de qualquer área, devem apresentar todas as provas requeridas de uma pessoa comum, para ter sucesso em uma ação judicial por danos, e, além disso, comprovar que houve uma "malícia real" na calúnia ou difamação. Isto é, têm de comprovar que a parte demandada sabia que suas declarações eram falsas ou que não deu a menor importância sobre a possível falsidade delas. E que só a fez com a intenção de prejudicá-las pessoalmente. Isso não se aplica a uma pessoa comum.

Empresas versus consumidores

Em artigo no *FindLaw*, o autor Jason Beahm sugere aos advogados que recomendem a seus clientes empresariais não processar os consumidores, mesmo que escrevam críticas ácidas contra sua empresa, produtos ou serviços, como primeiro ato. Antes disso, as empresas devem negociar com o consumidor frustrado, às vezes com a ajuda do advogado, para lhe oferecer uma reparação ou compensação pelos desgostos que passou. Algumas vezes, a emenda pode ser melhor que o soneto: o consumidor, então satisfeito, pode escrever outro comentário — uma espécie de "contracrítica" — que pode ter um grande valor para a empresa. O autor diz que vale a pena fazer um esforço nesse sentido. Mas não um esforço exagerado.

Date Created

14/02/2012