



## Produção de conteúdo é arma para rebater difamações na internet

“Existem três coisas que não voltam: a flecha atirada, a palavra dita e a oportunidade perdida”. Assim como popularizar o adágio de origem desconhecida, a internet radicalizou esta máxima em relação a qualquer manifestação verbal: o direito ao esquecimento foi praticamente suprimido com a comunicação digital.

Mais que não ter volta, a publicação em uma rede social fica exposta e ao alcance de todos, o tempo todo. Quando se trata de uma ofensa, a condição irrevogável da ofensa é capaz de arruinar reputações e carreiras e dar início a uma guerra digital.

A cada caso de difamação no qual são acionados, Facebook e Google seguem roteiros parecidos para evitar a remoção de conteúdo de seus serviços: alegam incapacidade técnica; que são apenas a plataforma e não os produtores; que os servidores estão em outro país, que empresas do mesmo grupo econômico têm entidades jurídicas diferentes; que o caso deve ser levado a um tribunal fora do Brasil onde está localizada a sede do serviço, entre outros argumentos. Em um caso emblemático, o Google só removeu um conteúdo considerado ofensivo após a prisão de seu presidente no Brasil por ordem de um juiz federal.

O Marco Civil da Internet ([Lei 12.965/2014](#)) chegou para regular a situação e tem conseguido compelir as empresas a cumprirem as decisões que determinam retiradas de conteúdo. Mesmo assim, ainda é pouco para evitar que alguém obstinado crie novos perfis e faça outras difamações, nesses próprios serviços. Ou ir por outro caminho, e passar a replicar as publicações em blogs e outros pequenos tipos de serviço que se retroalimentam. E basta uma busca com o termo correto que estão lá dezenas de sites com a mensagem ofensiva que muitas vezes alguém lutou judicialmente contra. A epidemia se alastrou, mas existe tratamento.

### Produção de conteúdo

“O caminho que resta é ocupar as redes com conteúdo positivo. É demorado, trabalhoso, mas tem que levar em conta que no caso do Google cerca de 95% das pessoas ficam entre a primeira página de resultados e as primeiras linhas da segunda página. Então se você consegue afastar o conteúdo dali, já é um resultado importante. A medida judicial pode ser inócua em alguns casos. Pior, porque é demorada e também pode gerar polêmica e trazer atenção para o caso”, explica **Alexandre Secco**, diretor da Medialogue responsável pela área de comunicação.

A agência anunciou na última semana a oficialização de uma parceria com **Alexandre Atheniense**, advogado especializado em casos de ataques digitais. Segundo a empresa, que atua em campanha eleitorais e gestão de crises corporativas, a operação “lava jato” aqueceu o mercado. A exposição negativa tem levado um número crescente de executivos e lideranças a procurar serviços especializados para cuidar de imagem e reputação digital.

### Estratégias

A experiência mostra que, em muitos casos, a ação na Justiça não é o caminho, por trazer maior exposição a algo que se quer manter o mais afastado possível da atenção pública. Isso não afasta,



---

entretanto, a necessidade de orientação jurídica. Secco aponta essa assessoria como fundamental na preservação de provas, em notificações extrajudiciais (“em muitos casos resolve o problema em seu início”). Medidas junto a tribunais, só quando necessário e em último caso.

“O que mais acontece é difamação, em segundo plano distribuição de dados falsos, criação de *fakes* [perfis falsos nas redes sociais] e manipulação de meios de comunicação, como em um caso de um candidato na última eleição que comprou um site e passou a falar bem dele mesmo sem deixar isso claro ao público. Nós fazemos as análises das consequências jurídicas e fazemos o enfrentamento que for necessário no menor tempo possível”, afirma Alexandre Atheniense, o advogado que cuida da parte jurídica da empreitada.

Atheniense ressalta que, quando só trabalhar a imagem não basta e é necessária ação na Justiça, o Marco Civil se mostrou uma ferramenta eficaz para reparar esses danos. “Ele mudou a situação, sobretudo quando a agressão passa por um sujeito anônimo. Com a lei, essas empresas são obrigadas a guardar os registros eletrônicos e nós temos maior margem de êxito para fazer a identificação de autoria. E também disciplinou a necessidade dos servidores de acatarem a decisão de ordens judiciais para revelar os dados cadastrais. Se for necessário tomar uma decisão judicial, a solução agora tem muito mais efetividade que antes do Marco Civil”, diz Atheniense.

### **Conteúdo relevante**

No campo da produção de conteúdo, Secco ressalta que o material deve ser bom e ter um público de verdade. “Nós produzimos uma vez um conteúdo sobre a Lei de Repatriação de Capitais. Era um conteúdo que tinha muito interesse na área que nosso cliente estava inserido e a gente produziu um site alimentado por uma *newsletter* e era um conteúdo de verdade.”

“Bancou-se a produção de informação e era uma informação crível, importante, com recursos jornalísticos de entrevistar pessoas e autoridades. E ficou no ar por um bom tempo e atraiu uma audiência real de pessoas interessadas no assunto e aquilo contribuiu muito para jogar as informações que atingiam o cliente para lugares menos evidentes”, explica o diretor de comunicação.

### **Date Created**

23/08/2015