

## **TUITANDO NAS ASAS DA LEGALIDADE**

**Ana Amelia Menna Barreto**

Hoje só se escuta o canto do Twitter em matéria de rede social. A ave azul que aqui gorjeia abriga revoadas de seguidos e seguidores, que compartilham acontecimentos e informações em tempo real, de qualquer lugar do mundo.

Como os brasileiros figuram no honroso quinto lugar da lista dos maiores usuários da ferramenta, receberam como afago a tradução para o português de algumas páginas.

A criatividade do chamado microblog é infinita: comenta-se sobre tudo e sobre o nada. Informa a localização de blitz e pios de protestos denunciam violação dos direitos de consumidores. Políticos renunciam (e se arrependem), artistas criam seu próprio canal de exposição pessoal e usuários influentes começam a lucrar com a venda de espaço.

As empresas se aninham para divulgar produtos, informar eventos, firmar parcerias, lançar campanhas e fidelizar clientes. Também contratam ronda virtual para monitorar sua reputação online.

Ocorre que aquele algo de podre já conhecido no reino da web já sobrevoa esse espaço. Tuiteiros mal intencionados criam contas falsas, contas clone e difamatórias. Nomes de empresas, instituições e pessoas naturais são registrados por terceiros e “resgates” podem ser cobrados no mercado informal.

Já habitam o Twitter o sempre indesejável spam, o registro indevido de nomes e de marcas, casos de violação de direito autoral e novas modalidades de concorrência desleal. Logo, nada diferente das práticas ilegais de outras redes, que agora migram para esse arquipélago.

Mas a administração Twitter promete zelar por sua ninhada: instituiu regras e códigos de conduta, aceita registro de queixas e reclamações de violação de direito autoral, de uso de marca, de assédio e ameaças de violência.

Prometem suspender a conta de posseiros, de spammers, de filtradores de feeds de terceiros e de comerciantes de contas.

Temos sérias dúvidas se Twitter conseguirá resolver todas essas ocorrências, pois com o volume de infrações praticadas será necessário criar um centro interno de resolução extrajudicial de conflitos.

Caso seja necessário registrar uma denúncia, o help center só escuta em língua inglesa. E se o problema relatado no canal online não for resolvido, deve ser enviada correspondência postal para a sede, localizada em San Francisco, Califórnia, USA. Nada mais analógico...

Mas como o Twitter ainda não mantém representação em solo brasileiro, deve-se recorrer a Organização Mundial da Propriedade Intelectual, que bons serviços prestou nos conflitos relativos aos nomes de domínio.

**Presidente da Comissão de Direito e Tecnologia do IAB.**

**Editora do blog *www.nucleodedireito.com***

**\* O texto publicado não reflete necessariamente o posicionamento do IAB**