

Os metatags podem ser usados de forma lesiva aos direitos de terceiros, para aumentar as visitas a um site

- Bruna Rego Lins

A introdução da internet e seu enorme crescimento nos últimos anos vêm revolucionando a comunicação mundial, simplificando-a e democratizando-a. A consequência do extraordinário desenvolvimento da internet, contudo, é a ausência de normas jurídicas que a regulem, uma vez que o processo legislativo é demasiado lento, principalmente quando comparado à velocidade da evolução desta nova tecnologia.

A internet oferece a artistas e autores uma audiência "teórica" de milhares de pessoas, mas, na prática, a maioria dos sites não consegue atingir tanto a atenção dos internautas como gostaria. Para tanto, os designers devem fazer com que os sites se comuniquem com as ferramentas de busca que mapeiam a internet.

Os metatags têm uma importância primordial nesta necessidade de se conseguir a atenção dos internautas, pois descrevem o conteúdo dos sites para as ferramentas de busca. Quando se deseja encontrar algo na internet temos, basicamente, duas opções: digitar, no campo próprio para os URLs do browser, o nome de domínio do site procurado ou conectar-se a um site de busca. Nestes sites, o internauta aponta uma ou mais palavras-chave, e o resultado fornecido enumera todos os sites que contêm tais palavras. Uma das formas de se determinar quais são os sites relevantes consiste na leitura dos metatags.

Os metatags são, portanto, uma parte da programação da página, na qual o programador indica quais são as palavras-chave ou descritores que identificam o conteúdo do referido site, facilitando o trabalho dos sites de busca. Deve-se ter em mente que os metatags não podem ser vistos nas páginas em si, sendo necessário acessar a programação da página para poder vê-los.

Segundo Filipe Fonteles Cabral, em seu trabalho "Cybertricks: Questões de Concorrência na World Wide Web", "tem-se, então, que os metatags são um excelente recurso que se encontra à disposição de empresas ou indivíduos para exporem seus web sites perante os internautas. Especificamente na área da indústria, do comércio e da prestação de serviços, quanto mais perspicazes forem as empresas ou os indivíduos ao especificarem seus metatags, maior será o número de pesquisas em que o site será indicado, ou seja, maior será a oferta de seus produtos ou serviços no mercado virtual."

Os metatags são parte da programação da página que indicam as palavras-chave do conteúdo do site para facilitar as buscas

Deve-se, entretanto, levar em conta que o uso de metatags pode ser feito de forma positiva, ou seja, direcionando os usuários aos sites que efetivamente têm a ver com a pesquisa efetuada, como também pode ser feito de uma forma lesiva aos direitos de terceiros, como, por exemplo, para atrair pessoas interessadas nos produtos e serviços de um concorrente. Ou, ainda, para aumentar o número de visitas a um determinado site, haja vista que o seu valor comercial é determinado, dentre outros fatores, pelo número de hits que recebe. Muitos proprietários de sites acabam usando este recurso para definir como metatags marcas famosas, nomes de pessoas famosas ou signos de competidores diretos sobre os quais não têm direito.

Tendo em vista não haver nenhuma norma legal específica regulando a proteção dos metatags, tem-se tentado fundamentar o direito à sua proteção na violação e diluição de marcas, propaganda enganosa e concorrência desleal. Porém, as Cortes e os doutrinadores vêm defendendo posições tão diferentes, e até mesmo contraditórias, que fica muito difícil chegar a uma conclusão sobre qual é o instituto mais adequado para a proteger os metatags.

Uma primeira corrente entende que a lei de proteção às marcas não deve ser utilizada na solução de conflitos envolvendo metatags, por serem estes invisíveis, e por acharem que a melhor forma de se regular esse assunto é deixando-o a cargo do mercado. Outra corrente entende que a legislação de marcas é aplicável, da mesma forma que se faz no que diz respeito aos rótulos.

Apesar de se ter dificuldade em aplicar a lei marcária na internet, o seu principal objetivo, qual seja proteger as empresas e o consumidor da possibilidade de confusão quanto à origem dos produtos, é certamente

aplicável à internet.

Deve-se, no entanto, tomar bastante cuidado para evitar que sejam criados monopólios sobre palavras, o que não é admitido pela nossa ordem jurídica, pois as palavras pertencem ao vocabulário e, portanto, não podem ser apropriadas por ninguém.

<http://www.cbeji.com.br/br/novidades/artigos/index.asp?id=2282>