

Venda de produtos pela internet não configura pirataria

O Tribunal de Justiça de São Paulo entendeu que o uso de marca original de um produto para vendê-lo na internet é uma atividade lícita que não se confunde com a pirataria, nem ofende o direito de propriedade intelectual. A manifestação, por voto unânime, foi da 2ª Câmara de Direito Privado que julgou apresentado pela empresa Mercado Livre contra decisão da juíza Erna Thecla Maria Hakvoort.

A decisão do TJ acolheu o recurso dando à empresa virtual o direito de exercer a livre iniciativa, desde que não ocorra prova inequívoca de violação de direito de marca industrial ou de propriedade intelectual.

A juíza de primeira instância havia concedido tutela antecipada que obrigava a empresa de se abster de veicular e expor para venda, em seu site na internet, quaisquer produtos assinalados por marca ou logomarcas da empresa Puma Sports sob pena de pagamento de multa diária de R\$ 1 mil.

Insatisfeita com a decisão, a Mercado Livre ingressou com recurso no TJ em que reclama efeito suspensivo da decisão. Sustenta que a juíza não levou em conta o princípio do esgotamento da marca, que proíbe o impedimento da livre circulação de produto colocado no mercado interno.

Argumenta, ainda, que o adiantamento de tutela parte da presunção de que a empresa virtual vende produtos falsificados, que sua atividade não é ilícita e que seria responsável pela oferta feita pelos usuários do mercado virtual. A empresa explica que, ao contrário, oferece programa de proteção de propriedade intelectual e que respeita os direitos de marca dos produtos que expõe para venda no site.

O TJ, por voto unânime, sustentou que apesar do direito de marca de que é titular a Puma, depois da primeira venda do produto no mercado, o direito sobre a marca se esgota, de modo que o titular da marca não pode mais invocar o direito de exclusividade para impedir as vendas subsequentes.

O mercado virtual não é diferente de outros espaços e balcões de anúncios de ofertas, como se vê em jornais, revistas especializadas, etc. O anunciante, ainda que não detentor da marca, nem sempre é um contrafator (quem viola o direito de marca), de modo que não necessita a prova de legitimidade dos produtos ofertados.

De acordo com o relator do recurso, desembargador José Joaquim dos Santos, seria por esta razão que a empresa Mercado Livre forneceria um programa de proteção à propriedade intelectual. No entendimento do relator, o programa tem como objetivo impedir que sejam cadastrados e vendidos por meio de seu espaço virtual produtos que violem qualquer direito de propriedade intelectual, seja direito de autor, patentes, marcas, modelos ou desenhos industriais.

Participaram também do julgamento os desembargadores Boris Kauffmann e José Roberto Bedran.