



Coluna do Augusto

Marca registrada

A eterna briga entre marcas e propriedades é uma constante em todo o mercado de software.

por Augusto Campos

Ao longo do primeiro trimestre tivemos um exemplo clássico da importância de registrar marcas associadas a projetos comunitários e abertos: a *Python Software Foundation* (PSF) – que é o guarda-chuva administrativo que cobre o desenvolvimento da linguagem Python – teve que lidar com uma empresa inglesa que solicitou o registro da marca Python, para uso associado a quaisquer sistemas informatizados, válida para todos os mercados da Europa.

Embora seja clássico no sentido de que é a mesma história de sempre no que diz respeito ao uso de um nome que é notório no mundo do código aberto mas que não foi registrado como marca pela comunidade interessada, este caso em particular teve algumas peculiaridades, sendo a primeira delas o fato de que a PSF havia registrado a marca em questão nos EUA, mas não lembrou de fazê-lo na Europa.

Outra peculiaridade é que não foi uma ação inteiramente súbita. A empresa em questão, que se interessou em batizar como “Python” uma linha de produtos para servidores, já tinha o registro do domínio inglês `python.co.uk` há mais de uma década.

Após o pedido de registro pela empresa inglesa, entretanto, a PSF ainda teve tempo de agir para contestar o procedimento, e o fez com ajuda de seus associados europeus, o que levou a um resultado raro em situações do gênero: um acordo. Após ver a reação e tomar conhecimento da contestação, a empresa em questão abriu mão do uso do nome Python para sua nova linha de produtos e não vai prosseguir com o registro.

Mas nem sempre o resultado é favorável à comunidade. Um exemplo é o OpenOffice, que durante anos usava no Brasil a marca BrOffice porque seu

nome oficial tinha sido registrado antes por uma empresa brasileira que atuava em outro ramo de ferramentas de software.

Não são só os projetos comunitários os atingidos por (ou sujeitos a) essa situação: no começo do ano pudemos acompanhar o caso da popular marca internacional de smartphones que teve seu registro contestado no Brasil por uma empresa que registrou o mesmo nome anos antes – e a mesma marca enfrenta situação similar em outros mercados, como o do México.

A marca Linux já passou por situação semelhante: ninguém tinha registrado, e em 1994 um indivíduo o fez, e a partir daí passou a exigir royalties dos distribuidores comerciais de Linux. A incerteza a respeito durou algum tempo, mas em 1996 Linus Torvalds e algumas das empresas afetadas processaram o indivíduo em questão, e no ano seguinte o registro da marca foi transferido a Linus Torvalds.

Ao longo dos anos desde então, a marca Linux foi gerenciada de formas variadas, culminando com o modelo atual, na qual uma instituição indicada por Torvalds (o *Linux Mark Institute*) a gerencia, oferecendo aos interessados os termos de adesão nos quais é oferecida uma licença gratuita, perpétua e mundial para seu uso.

Provavelmente a marca do seu projeto não precisa de uma estruturação tão grande, mas você não deve descuidar dela mesmo assim. Considere os exemplos acima, e consulte apoio profissional especializado para conhecer suas opções! ■

Augusto César Campos é administrador de TI e, desde 1996, mantém o site `BR-linux.org`, que cobre a cena do Software Livre no Brasil e no mundo.