



Marcas usam cada vez mais árbitros nos Estados Unidos

22/02/2007

Grandes marcas que disputam domínios na internet, nos Estados Unidos, passaram a adotar árbitros em suas causas em vez de constituírem advogados e esperarem meses a burocracia judicial. Motivo: economia de tempo e de custos advocatícios. A informação é do colunista Eric Sinrod, do site *Findlaw*.

Eric Sinrod avalia que, com essa nova tendência, tem havido mais oportunidades para que partes litigantes menos ricas e famosas acabem ganhando as causas. “As decisões têm saído em meses, não mais em anos”, comenta. Tudo isso é possível, em brigas que envolvem internet, graças a determinações judiciais que prevêm o uso do árbitro.

Um caso recente envolveu litigância entre o domínio MagicJohnsonTravelGroup.com, que vinha sendo usado pelo site myspecialprice.com para mostrar links com produtos do jogador de basquete Magic Johnson e do clube L.A. Lakers.

O árbitro concluiu que o pequeno domínio myspecialprice.com não agiu de má-fé em ter colocado o link de Magic Johnson em seu site, dois dias antes de o jogador ter anunciado a criação de sua agência de viagens virtual.

Em outro caso, os estúdios Metro-Goldwyn-Mayer, que produziram em 1983 o filme Jogos de Guerra, pleitearam árbitros na tentativa de tomar posse do pequeno domínio de internet chamado wargames.com. Os três árbitros deram ganho de causa ao pequeno site, que já há oito anos vendia simulações de jogos militares. A Metro-Goldwyn-Mayer perdeu a causa.

Fonte: https://conjur.jumps.com.br/2007-fev-22/marcas_usam_cada_vez_arbitros_estados_unidos/