

“Ocupem Wall Street” luta para ser marca registrada

Pessoas sem qualquer vínculo com o movimento tentam se apoderar da marca para lucrar

Apenas seis semanas depois da criação, o movimento “Ocupem Wall Street” (OWS) já pediu para registrar o nome como marca, ante a batalha iniciada para aproveitar a atração que alguns imaginam que a venda de produtos com a frase desperta. O movimento nascido em Nova York provoca interesse tanto pelos temas que aborda, relacionados com as crescentes desigualdades como pela renda que pode gerar a partir de produtos como camisas e gorros.

Em 24 de outubro, os ativistas do OWS, que acampam desde meados de setembro na Praça Zuccotti, perto de Wall

Street, decidiram apresentar uma demanda para registrar o nome do movimento à agência governamental americana de marcas e patentes. “Há várias organizações que tentam ficar com a marca ‘Occupy

O movimento provoca interesse pela renda que pode gerar a partir de produtos como camisas e gorros com a marca

Wall Street””, explicou à AFP o advogado Samuel Cohen.

“O movimento apresentou o pedido puramente a título defensivo, para ter certeza de poder continuar utilizando o nome sem ter que lutar contra outras organizações”, disse.

De fato, outras pessoas, sem qualquer vínculo com o OWS, apresentaram pedidos para registrar a marca. Entre eles está um casal de Long Island, Diane e Robert Maresca, que pretende utilizar a marca em camisas, gorros, guardachuvas, bolsas esportivas e mochilas. Robert Maresca disse que teve a ideia após perceber o sucesso das camisas impressas artesanalmente e distribuídas — em troca de doações — na Praça Zuccotti.

Poucas horas antes do OWS apresentar a demanda, Vincent Ferraro, dono da Fer-Eng, empresa com sede no Arizona, também pediu para registrar a marca com propósitos similares. “Não estou vinculado de nenhum modo ao OWS. Estou no setor empresarial. E a informação, seja através de marcas registradas, nomes de sites na internet ou dados analíticos, é a riqueza do século XXI”, afirma Ferraro na solicitação.

Cohen destacou que, ao contrário dos ‘rivals’, o OWS já utiliza a marca. Os ativistas têm um diário, produzem camisas de forma artesanal e também têm um site na internet. “Estamos muito confiantes”, completou o advogado. ■ **AFP**

Jose Luis Magana/Reuters

