

Brasília, 09 de março de 2026

Seleção

Sumário

F5 - Folha.com

Segunda-feira, 09 de março de 2026 | Direitos Autorais

Filhas de Manoel Carlos e Globo encerram briga judicial 3

Consultor Jurídico

Domingo, 08 de março de 2026 | Propriedade Intelectual

Copa-2026: cores nacionais não são exclusivas de patrocinadores 5

Filhas de Manoel Carlos e Globo encerram briga judicial



Gabriel Vaquer

Aracaju

O processo movido pela família de Manoel Carlos (1933-2026) contra a Globo foi arquivado. A emissora prestou contas sobre os pagamentos relacionados a reprises e **direitos autorais**, e conseguiu encerrar a pendência judicial.

A coluna teve acesso aos documentos da ação, que corria na 21ª Vara Cível do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. O arquivamento foi determinado na quinta-feira (5) após a Globo dizer que cumpriu o que foi pedido pela família do autor e resolveu a questão.

A ação foi aberta em setembro de 2025, antes da morte de Maneco, como também era chamado. O processo foi movido pela empresa Boa Palavra, criada pela atriz Julia Almeida, filha do autor, para administrar o legado dele e de sua obra. Procuradas para comentar o assunto, nem a Globo nem a Boa Palavra responderam aos contatos da coluna.

A Boa Palavra alegava que a emissora não havia detalhado os pagamentos relacionados às produções criadas por Maneco. A empresa dizia não saber exatamente quanto recebia da Globo pelos direitos das obras e reclamava de falta de transparência.



Manoel Carlos ou simplesmente conhecido como Maneco, é um autor, escritor, diretor, produtor e ex-ator brasileiro

Em fevereiro, um mês após o falecimento de Maneco, a Globo detalhou em documento todos os valores pagos por reprises, reexibições e licenciamentos de obras.

Atualmente, um remake de "Páginas da Vida" (2006) está em produção em Portugal. Foi acordado entre a Globo e a Boa Palavra que Manoel Carlos deve ser creditado como autor da obra original.

Nos últimos anos, as filhas do autor (além de Júlia, Maria Carolina também administra seu legado) entenderam que a Globo não foi justa com o pai na reta final de sua carreira. Para elas, isso se deu especialmente após o fracasso de "Em Família" (2014), última novela dele na emissora.

Mesmo com o sucesso das reprises de outras produções nos últimos anos, como "Por Amor" (1997) e "Laços de Família" (2000), Maneco teve pouco espaço para a celebração de sua obra nos canais da Globo.

O documentário "Tributo", produzido em 2022 para homenagear sua carreira, foi feito sem a presença do autor e sem o depoimento das filhas, que sequer foram convidadas. Elas só souberam da produção por meio de terceiros.

Como resposta, a Boa Palavra fez uma nova produção: "O Leblon de Manoel Carlos". O documentário em quatro episódios está disponível no YouTube e conta com participações de nomes como Taís Araujo e Vera Fischer.

Copa-2026: cores nacionais não são exclusivas de patrocinadores



Qual é o limite da exclusividade das patrocinadoras, notadamente quanto ao uso das cores nacionais verde e amarelo?

Opinião Copa de 2026: cores nacionais não são exclusivas de patrocinadores

Uma certeza sobre 2026, ano de Copa do Mundo, é de que seremos impactados por notícias de casos de marketing de emboscada. Grandes eventos esportivos costumam evidenciar o tipo de situação em que marcas que não são as patrocinadoras oficiais querem pegar carona no burburinho e nas conversas sociais para potencializar os seus negócios, muitas vezes, incorrendo em infrações. Via de regra, essas iniciativas desencadeiam disputas acirradas no campo da **propriedade intelectual**, em especial quando protagonizadas por grandes players do mercado.

Mas qual é o limite da exclusividade das patrocinadoras, notadamente quanto ao uso das cores nacionais verde e amarelo?

Saber que nenhuma marca tem o monopólio sobre o verde-amarelo é um conhecimento valioso para orientar as argumentações nestes casos. A inapropriabilidade das cores nacionais, prevista no artigo 28 da Lei n.º 5700/71, foi enfatizada em um recente duelo de gigantes, com a decisão do STJ favorável à Adidas em ação iniciada pela Confederação Bra-

sileira de Futebol (CBF) em 2019 e concluída em 2025.

Vale lembrar que 2019 foi ano de Copa América realizada em território brasileiro. Na ocasião, a Adidas lançou uma série de camisas no estilo retrô que levavam as cores nacionais, e o País vivia um clima de festa esportiva cujo ápice foi a conquista do título em cima da seleção peruana no Maracanã.

Em um primeiro momento, naquele mesmo ano, a CBF ingressou com ação judicial com pedido de liminar que determinasse à Adidas a imediata suspensão da comercialização e a retirada das camisas do mercado, alegando que as peças causavam no público confusão com a camisa oficial da seleção brasileira, cuja patrocinadora oficial é a empresa Nike.

O pedido foi indeferido, tendo o juiz entendido que as cores nacionais verde e amarelo podem ser utilizadas sem restrições por qualquer pessoa e que, diante disso, seria preciso verificar se a reprodução dessas cores num determinado contexto ofenderia aos direitos da CBF. Entendeu, ainda, que, no caso em questão, haveria forte distinção a evitar confusão entre as duas camisas, podendo o consumidor, ao visualizar a camisa da Adidas, perceber que não se trata da camisa oficial da seleção brasileira de futebol. A CBF recorreu ao Tribunal de Justiça, que manteve o indeferimento do pedido de liminar em razão da ausência do perigo de dano irreparável ou risco ao resultado útil ao processo em prejuízo da CBF, requisito necessário à concessão da tutela de urgência.

Provas

Na fase de provas, então, a CBF apresentou uma pesquisa encomendada ao Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope). No entanto, o juiz Paulo Assed Estefan considerou a prova produzida insuficiente, com pouca pertinência para a comprovação dos fatos constitutivos de seu alegado direito, em especial pela alta sugestividade das perguntas, como destaca em trechos da sentença:

"É evidente que ao perguntar ao público acerca da associação de uma camisa esportiva verde e amarela com algum time de futebol, grande parte do público remeteria à seleção brasileira em um contexto no qual a seleção se confunde com a representação do próprio país em campo, não se pode afirmar que a associação de uma camisa verde e amarela com o time de futebol comprova que há confusão nos consumidores acerca da marca da CBF."

Do seu lado, a defesa da Adidas manteve a argumentação baseada no reconhecimento de que a única semelhança com a camisa oficial da seleção brasileira seria em razão do uso das cores, verde e amarelo, e o tipo de gola tradicionalmente usado nos uniformes esportivos, mas dentro de parâmetros lícitos que afastavam a alegada violação de trade dress.

Para que o trade dress seja passível de proteção, evidentemente ele deve ter distintividade. No caso em análise, a discussão girava em torno de uma camisa esportiva amarela com a gola verde.

Não havia nas camisas da Adidas, por exemplo, qualquer símbolo oficial de uso exclusivo da CBF ou marca do patrocinador Nike. Além disso, as camisas vinham com a famosa marca de três listras da Adidas, que não representa a camisa oficial da seleção brasileira.

Assim, por se tratar de uma camisa verde e amarela, é natural que haja uma associação a alguma seleção brasileira, independentemente da modalidade esportiva. Portanto, a associação, por si só, não é ilícita, já que não pressupõe confusão entre os consumidores. A defesa manteve-se pugnando pela improcedência dos pedidos, por ausência de infração à marca ou concorrência desleal, tendo apresentado, como prova adicional, um parecer semiótico.

A ação foi julgada improcedente, com os seguintes fundamentos extraídos da sentença:

"O ponto controvertido da demanda se insere na análise da alegada potencialidade de confusão nos consumidores entre a camisa produzida pela ré e a camisa comercializada pela Confederação Brasileira de Futebol, o que caracterizaria uso indevido da marca e concorrência desleal.

Nesse sentido, deve-se destacar que ambos os modelos se utilizam das cores da bandeira do Brasil. Logo, evidente que, apesar da Confederação

Brasileira de Futebol representar o país nos eventos desse esporte, não há direito a utilização exclusiva dessas cores.

Observando as camisas, é evidente que não há riscos do consumidor adquirir o produto da ré acreditando que se trata da camisa da Confederação Brasileira de futebol. Afinal, apesar de ser sentido como orgulho nacional, não se pode confundir o time da CBF com o Brasil.

A ré confeccionou uma camisa que se refere ao país e não se confunde com qualquer sinal distintivo da CBF. O escudo, principal elemento que caracteriza o uniforme, é evidentemente distinto. Na camisa da seleção de futebol, há a marca da CBF, enquanto que na camisa da Adidas, marca reconhecida pelo público, há uma bandeira do Brasil.

Pode até ser que o consumidor queira torcer pela seleção brasileira de futebol, queira usar uma camisa verde e amarela, mas prefere a de uma marca a outra. Escolhe a Adidas em lugar da Nike. Prefere a bandeira do Brasil em lugar do escudo da CBF. Aliás, se de um lado o time da seleção brasileira está oficialmente vinculado à CBF, não se pode deixar de afirmar, de outro lado, que a população brasileira pensa muito mais num time "do Brasil" que num time organizado por uma entidade privada

Portanto, torna-se incontroversa a inexistência de possibilidade de confusão dos consumidores acerca de estarem as camisas vinculadas ou não à autora, de modo que os pedidos iniciais não merecem prosperar."

Até 2025, o processo seguiu pelas demais instâncias. O acórdão da 14ª Câmara Cível do Poder Judiciário do Estado do Rio de Janeiro, relatado pela desembargadora Nádia Maria de Souza Freijanes, confirmou a improcedência da pretensão autoral, entendendo que, em uma superficial comparação entre as camisas, verifica-se que a Adidas não reproduziu qualquer dos símbolos oficiais da CBF, tampouco a marca do seu patrocinador Nike, recaindo a avença sobre o layout da vestimenta, a respeito do qual a mera comparação da imagem dos produtos disponibilizados não foi suficiente para se reputar se um é cópia do outro e se a concorrência estabelecida entre eles é saudável ou desleal.

O acórdão ainda apontou que a concorrência desleal pela utilização de conjunto-imagem assemelhados

de modo a causar confusão no consumidor demandaria análise técnica.

Desfazendo mitos

A falta de perícia técnica e o comportamento da CBF, levando a indagações sobre boa-fé processual, contribuíram para a vitória da Adidas no processo, encerrado em 2025 com a decisão relatada pela ministra Maria Isabel Galloti. Houve o entendimento de que a CBF demonstrou comportamento contraditório (*venire contra factum proprium*) ao, em um primeiro momento, considerar o processo maduro para julgamento, dispensando-se a necessidade de produção de perícia técnica e, em sede recursal, alegar ter havido cerceamento de defesa, sustentando que a perícia técnica deveria ter sido determinada de ofício pelo tribunal, apenas após o resultado desfavorável.

O precedente CBF x Adidas estabelece importantes balizamentos para litígios envolvendo **propriedade intelectual** em contextos de grandes eventos esportivos. Primeiramente, reafirma-se que nenhuma entidade, independentemente de investimentos em patrocínios, detém apropriabilidade exclusiva sobre as cores nacionais enquanto elementos de domínio público.

Para titulares de direitos que pretendam invocar proteção ao *trade dress* em tais contextos, a decisão lembra a necessidade de rigor probatório qualificado, exigindo demonstração técnica especializada de

confusão efetiva e não meramente potencial ou associativa.

Para agentes econômicos não detentores de patrocínios oficiais, embora se desfaça a presunção de exclusividade sobre cores nacionais, persiste a necessidade de cautela para que a utilização de tais elementos não configure, mediante outros fatores (uso de marcas protegidas, imitação servil de elementos distintivos específicos, publicidade desleal), violação aos direitos de **propriedade intelectual** ou práticas de concorrência desleal.

O verde-amarelo permanecem como símbolos da representação nacional, cujo uso legítimo em atividades comerciais é admitido dentro dos limites da livre concorrência e da boa-fé objetiva nas relações empresariais.

Raphael Lemos Maia É Advogado Do Escritório
David Do Nascimento Advogados Associados

Índice remissivo de assuntos

Direitos Autorais	1,2
Propriedade Intelectual	3,4,5