

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 21 de junho de 2021 às 07h24
Seleção de Notícias

Folha de S.Paulo | BR

ABPI

Cópia mexicana da Viação Cometa atende turismo americano	3
<small>MERCADO AMANDA LEMOS</small>	

Portal iG | BR

19 de junho de 2021 | Marco regulatório | INPI

Faustão autorizou Globo a utilizar 'Domingão' como marca até 2031	5
<small>O DIA</small>	

Cópia mexicana da Viação Cometa atende turismo americano

MERCADO



Amanda Lemos

são paulo Ailson César Ferreira, 50, um mineiro que mora há seis anos nos EUA, ficou confuso ao ver um ônibus igual ao da Viação Cometa em um estacionamento em Lumberton, na Carolina do Norte.

"Fui pegar um sorvete no Walmart, vi o ônibus, gravei e postei no Facebook. Era só para mostrar para os meus amigos", diz. O vídeo já tem 23 mil visualizações.

Ferreira lamenta não ter gravado a placa e não ter tentado falar com o motorista para entender por que um ônibus da Cometa circulava nos Estados Unidos. "Eu estava tão cansado que não pensei muito, estava fazendo uma viagem da Flórida para Mount Vernon [cidade que faz divisa com Nova York]."

Wellington Mendes, busólogo da Ônibus, Minha Segunda Casa - projeto que divulga informações sobre esse tipo de transporte nas redes sociais - , foi atrás da história.

"Procurei no Google até chegar a JC Lomer, que é a marca original da frota", diz.

Conversou com os donos da agência de turismo via Instagram e descobriu que é baseada no estado mexicano de San Luís Potosí, cuja capital homônima fica 400 km ao norte da Cidade do México.

abpi.empauta.com

A Folha tentou contato com a empresa mexicana, mas não obteve resposta.

Segundo Mendes, um aficionado por ônibus desde criança, a JC Lomer tem 11 veículos em sua frota, todos com mesma identidade visual da versão brasileira. Enquanto dez usam a marca JC Lomer, só um leva o nome Cometa.

A agência mexicana é especializada em viagens de longa distância. Há partidas de seis cidades no México com destino a outros e locais como Alabama, Texas, Wisconsin, nos EUA, e até para o Canadá.

A pintura adotada pela JC Lomer reproduz aquela usada pela Viação Cometa assim que foi adquirida pelo grupo JCA, em 2001. Hoje, a empresa brasileira já não tem a mesma identidade visual.

"Ainda existem ônibus com a pintura usada pela mexicana, mas são veículos mais antigos", diz o busólogo. "Os novos adotam a nova identidade: pintura em azul mais escuro e sem o 'Hale-Bopp' [um dos maiores cometas observados no século 20]."

Mendes diz que a JC Lomer usou a identidade visual da Cometa por considerá-la criativa - seria uma homenagem.

Procurada, a JCA, dona da Cometa, não quis comentar.

A apropriação de identidade visual e de marcas é muito comum dentro e fora do Brasil, diz Flávia Tremura, sócia da área de marcas no Kasznar Leonardos, escritório especializado em propriedade intelectual.

"Não existe um direito mundial, as proteções são próprias em cada país", diz. "Uma empresa mexicana que usa uma marca brasileira não comete infração, já

que são legislações diferentes."

Mas, como a versão mexicana tem a apresentação visual idêntica a um modelo da empresa brasileira, até caberia uma discussão sobre **direito** autoral, diz a advogada.

"Isso é uma violação desse conjunto de imagens, e a Cometa pode entrar com um processo no México caso queira." Luiz Edgard, presidente da **ABPI** (Associação Brasileira da Propriedade Intelectual) e sócio do escritório Montauray Pimenta, Machado & Vieira de Mello, afirma que já enfrentou casos semelhantes.

"É comum acontecer com empresas brasileiras em outros países, como China, Argentina e Colômbia", diz. Edgard cita a Silimed, fabri-

cante de implantes de silicone que decidiu exportar

Continuação: Cópia mexicana da Viação Cometa atende turismo americano

para a Coreia do Sul. Quando iniciaram a conversa, souberam que um cirurgião coreano tinha a marca registrada no país. Por alguns anos, tiveram que pagar royalties para o médico, até que conseguiram o registro.

"É uma briga demorada, deve ser feita no país que está exportando, e algumas empresas não chegam a pensar nisso."

"Embalagens, garrafas de cerveja, de perfume e até posto de gasolina são exemplos de produtos e serviços que costumam gerar cópia", diz ele.

"Mas a titular da marca tem que se incomodar com isso. Se não, segue a vida."

Faustão autorizou Globo a utilizar 'Domingão' como marca até 2031



Globo/Reprodução Faustão

Propriedade da emissora sobre o título foi renovada em 2019, quando ainda não havia planos para a saída do apresentador Faustão

Saindo de forma antecipada da TV Globo, Faustão ainda não poderá levar o título de "Domingão" para seu novo programa. Segundo apuração do site Notícia da TV, a emissora tem autorização do apresentador para utilizar a marca até 2031.

O "Domingão do Faustão" é uma marca registrada desde 1989, quando a atração dominical estreou. Em 2018, a Globo tentou renovar sua propriedade sobre o nome mas o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (**Inpi**) rejeitou o pedido pela falta da autorização do apresentador.

"A marca é constituída por nome artístico/apelido co-

nhecido em território nacional, Faustão, e não foi apresentada autorização para seu registro como marca em favor do depositante [Globo]", esclareceu o **Inpi**. Segundo a Lei da Propriedade Industrial, "não são registráveis como marca: pseudônimo ou apelido notoriamente conhecidos, nome artístico singular ou coletivo, salvo com consentimento do titular, herdeiros ou sucessores".

A autorização de Faustão para a renovação da propriedade foi submetida pela TV Globo ao **Inpi** em 2019, quando ainda não havia planos para o apresentador deixar a emissora. Após a análise do recurso, o registro foi concedido no dia 21 de maio de 2021, com vigência de dez anos.

Além do "Domingão", a TV Globo também é proprietária das seguintes marcas relacionadas a Faustão: "Pegadinhas do Faustão", até fevereiro de 2023; "Galera do Faustão", até dezembro de 2023; "Avião do Faustão", até fevereiro de 2024; "Pizza do Faustão", até fevereiro de 2029; "Circo do Faustão", até dezembro de 2029; "Caminhão do Faustão", até julho de 2030; e "Seleção do Faustão", até dezembro de 2030.

A autorização de Faustão para a renovação da propriedade foi submetida pela TV Globo ao **Inpi** em 2019, quando ainda não havia planos para o apresentador deixar a emissora. Após a análise do recurso, o registro foi concedido no dia 21 de maio de 2021, com vigência de dez anos.

Além do "Domingão", a TV Globo também é proprietária das seguintes marcas relacionadas a Faustão: "Pegadinhas do Faustão", até fevereiro de 2023;

Continuação: Faustão autorizou Globo a utilizar 'Domingão' como marca até 2031

"Galera do Faustão", até dezembro de 2023; "Avião do Faustão, até fevereiro de 2024"; "Pizza do Faustão, até fevereiro de 2029"; "Circo do Faustão", até dezembro de 2029"; "Caminhão do Faustão", até julho de 2030; e "Seleção do Faustão", até dezembro de 2030.

Índice remissivo de assuntos

ABPI

3

Direitos Autorais

3

Marco regulatório | INPI

5