

# abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual  
Clipping da imprensa

*Brasília, 25 de junho de 2021 às 08h27*  
*Seleção de Notícias*

## Terra - Notícias | BR

Marco regulatório | INPI

**Disney supera entrave e começa a divulgar serviço Star+ no Brasil ..... 3**

## Consultor Jurídico | BR

Propriedade Intelectual

**Costa: A marca como identificação da atuação do empresário ..... 5**  
CONSULTOR JURÍDICO

## Disney supera entrave e começa a divulgar serviço Star+ no Brasil



Divulgação / Pipoca Moderna

Pipoca Moderna

Foto: Divulgação / Pipoca Moderna

A Disney superou o principal obstáculo que travava o lançamento da plataforma Star+ (Star Plus) no Brasil, uma ação movida pela Starz Entertainment, dona do canal americano Starz e do aplicativo Starzplay.

Com a superação do entrave jurídico, a Disney divulgou o primeiro comercial do serviço e finalmente revelou alguns detalhes do que estará disponível em seu catálogo, como todas as temporadas de "Os Simpsons" e os esportes da ESPN, além de séries exclusivas e produções originais. A novidade foi divulgada pelo perfil da Star+ no Twitter. Veja abaixo.

O registro da marca Star+ foi encaminhado ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (**INPI**) em fevereiro, mas em 1 de abril a Starz Entertainment abriu processo para impedir o uso da denominação no Brasil, Argentina e México, alegando que o nome era muito similar ao do seu próprio serviço, que já se encontra em operação na América Latina.

Na ação, a Starz afirmava que a Star+ da Disney era abpi.empauta.com

concorrente direto de seu Starzplay no Brasil e o nome parecido poderia levar as pessoas a confundirem as marcas, o que seria prejudicial para seus negócios.

A Starz também se opunha ao registro dos canais Star na TV paga, que incluem o Star Channel, Star Life, Star Hits, Star Fun, Star Action, Star Comedy, Star Classics e Star Premium no Brasil, Argentina e México.

Para entender de onde vem a marca Star, é preciso lembrar a aquisição feita pela Disney do conteúdo da 21st Century Fox. Uma das propriedades que vieram com a compra foi a Star India, originalmente uma rede de TV indiana com negócios na TV paga e plataforma digital. Aproveitando o tamanho da Star, a Disney adotou essa denominação em substituição à Fox para evitar confusão sobre a propriedade dos canais que nos EUA não fizeram parte do pacote adquirido pela empresa. A rede Fox americana continua a ser propriedade do magnata Rupert Murdoch e seus outros acionistas originais.

Já a plataforma Star+ seria o equivalente ao serviço americano Hulu no mercado internacional, funcionando como complemento da Disney+.

O serviço vai oferecer conteúdo de streaming voltado a um público mais adulto que o foco do Disney+. São produções de estúdios como 20th Century Studios, 20th Television, Searchlight, FX, Touchstone e outras empresas do conglomerado, além dos esportes da ESPN e de contar com sua própria programação original produzida especialmente para consumo online.

Por enquanto, a Disney ainda não revelou o preço do novo serviço de streaming.

Coisas que podemos contar:

Continuação: Disney supera entrave e começa a divulgar serviço Star+ no Brasil

1. Temos todas as temporadas de Os Simpsons
2. Os esportes ao vivo da ESPN
3. Séries exclusivas e produções originais
4. Mais do que você gosta

Coisas que não podemos contar:

1. O preço

Obrigado! Volte logo!

- StarPlusBR (@StarPlusBR) June 22, 2021

## Costa: A marca como identificação da atuação do empresário



Por Juliana Cristina Ramos Costa

Pode-se dizer que a marca é o esforço do empresário no posicionamento do seu produto ou serviço no mercado, fruto de seu trabalho e dedicação. Por meio da marca é que o consumidor reconhece aquele produto ou serviço, atrelando-o a satisfação, qualidade e prestígio.

Por isso mesmo merece toda proteção.

O nosso ordenamento jurídico reserva uma le-

gislação especial à proteção da marca enquanto ativo inserido no campo da **propriedade** intelectual, qual seja, a Lei nº 9276, de 1996.

Em recente decisão, a juíza Renata Mota Maciel, da 2ª Vara Empresarial e Conflitos de Arbitragem do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, condenou a ré à abstenção de uso da expressão Mania de Pé.

Segundo a autora, a ré utilizava a expressão para oferecer serviços de podologia sob a marca Mania de Pé, os mesmos oferecidos pela autora, que, por sua vez, é titular de registro de marca contendo aquela expressão. A autora tomou conhecimento do fato através de seus clientes, que pensaram se tratar de uma filial sua.

Esse detalhe revela o quanto a marca é elemento que define a atuação do empresário em determinado segmento mercadológico e o quanto essa atuação pode ser afetada por concorrência desleal.

No caso em questão, o uso da mesma expressão Mania de Pé pela ré para serviços de podologia causou clara confusão ao consumidor, que pensou se tratar dos serviços da autora.

O uso inautorizado de marca alheia, por si só, já é ato passível de punição e capaz de gerar indenização ao titular da marca e, além disso, é elemento que configura a prática de concorrência desleal quando hábil para causar confusão aos consumidores e provocar desvio de clientela, conforme estabelece a Lei nº 9276 de 1996.

Continuação: Costa: A marca como identificação da atuação do empresário

Aquele que se sentir prejudicado pode e deve buscar a preservação de seus direitos, bem como a reparação pelos danos sofridos, sendo estes entendidos como danos in re ipsa, ou seja, sem necessidade de sua comprovação, bastando a existência da conduta ilícita.

Vale lembrar ainda que, quando a infração é evidente, nossos tribunais têm concedido liminares no sentido

de fazer com que os réus cessem o uso da marca imediatamente.

## Índice remissivo de assuntos

**Marco** regulatório | INPI  
3

**Propriedade** Intelectual  
5