

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 19 de junho de 2024 às 07h58
Seleção de Notícias

Folha de S. Paulo | BR

Direitos Autorais

Juiz afirma que Caetano não é dono do nome Tropicália 3
MERCADO

Direitos Autorais

Adele é processada em R\$ 1 mi por brasileiro sob acusação de plágio 5
ILUSTRADA

Folha Vitória Online | ES

18 de junho de 2024 | Marco regulatório | INPI

Marcas rentáveis: como o registro de marca impulsiona o fluxo de caixa 7

Migalhas | BR

18 de junho de 2024 | Marco regulatório | INPI

STJ: Multisport é proibida de usar símbolo "Speedo" em produtos 9

Juiz afirma que Caetano não é dono do nome Tropicália

MERCADO

Magistrado evoca Jovem Guarda e Roberto Carlos ao decidir a favor do dono da Osklen sobre uso do termo

Mônica Bergamo e Bianka Vieira

são paulo A i a Vara Empresarial do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro rejeitou, nesta terça-feira (18), uma ação apresentada por Caetano Veloso contra o estilista e empresário Oskar Metsavaht e sua marca, a Osklen.

O cantor pediu uma indenização de R\$ 1,3 milhão depois de a grife lançar uma coleção inspirada no tropicalismo sem sua autorização. Ele ainda solicitava a retirada, de lojas virtuais e físicas, de produtos da série "Brazilian Soul" que trouxessem os nomes "Tropicália" e "tropicalismo" grafados.

Ao analisar o caso, o juiz Alexandre de Carvalho Mesquita concluiu que o artista não tem "absolutamente nenhuma exclusividade sobre a Tropicália", uma vez que foi cofundador do movimento ao lado de outros tantos artistas.

O magistrado evocou a Semana de 1922 e a Jovem Guarda ao sustentar a sua decisão.

"O movimento modernista, assim como a Tropicália, foi um movimento, como dito acima, envolvendo diversos artistas de diversas áreas distintas, não podendo o autor [Caetano] se achar o 'dono' da segunda" afirmou Mesquita.

"Da mesma forma, não se tem notícia de que Roberto Carlos, o maior destaque do movimento Jovem Guarda, tenha a pretensão de se apropriar em detrimento dos demais participantes."

O magistrado ainda ironizou a menção, feita pela defesa do cantor baiano, de que o disco-manifesto "Tro-

picália ou Panis et Circensis" não apenas tem Caetano como um dos participantes como entrou para uma lista elaborada pela revista Rolling Stone dos cem maiores álbuns da música brasileira.

"De fato, e de acordo com o sítio eletrônico da referida revista, tal álbum está em segundo lugar no aludido ranking, razão pela qual se vê como a MPB está empobrecida, pois

passados 17 anos nada surgiu de novo, de acordo com aquela revista. Entretanto, isso não vem ao caso", diz o juiz.

Na ação contra Metsavaht e sua marca, Caetano afirmou que a coleção "Brazilian Soul" trazia o mesmo tom de vermelho e os mesmos elementos tipográficos usados para divulgar um show em comemoração aos 51 anos de seu disco "Transa", realizado no festival Doce Maravilha, no Rio de Janeiro, no ano passado.

O artista apontou que a grife lançou a coleção no mesmo mês de estreia do espetáculo para aproveitar uma janela de oportunidade e vincular a criação têxtil a ele. E afirmou que a identificação da Tropicália ao seu nome é "imediate e intuitiva" e que, por isso, a exploração comercial do nome deveria ter sua aprovação.

O juiz, porém, acatou a argumentação apresentada pelo empresário de que a coleção começou a ser idealizada em 2022, muito antes do show em comemoração ao álbum "Transa".

Mesquita afirma ser "inviável" impedir que pessoas se inspirem no movimento artístico e pondera que o próprio nome "Tropicália" não foi idealizado por Caetano, mas, sim, pelo artista plástico Hélio Oiticica.

Continuação: Juiz afirma que Caetano não é dono do nome Tropicália

"Além disso, o nome 'Tropicália' dado à canção de Caetano Veloso também não é passível de proteção de **direito** autoral", acrescentou o magistrado em sua decisão.

Ao se defender, o dono da Osklen disse que a pretensão de Caetano em puni-lo representava uma ofensa à liberdade de expressão e uma afronta à garantia constitucional "do acesso às fontes da cultura nacional e da difusão de movimentos culturais

brasileiros".

"Por tais fundamentos, julgo improcedente o pedido [de Caetano Veloso]" decidiu o juiz. "Condene o autor ao pagamento das custas processuais e dos honorários advocatícios, que fixo em 10% sobre o valor atualizado da causa", finalizou Mesquita.

Adele é processada em R\$ 1 mi por brasileiro sob acusação de plágio

ILUSTRADA

A cantora britânica Adele na cerimônia do Grammy, em Los Angeles, em 2017 LucyNicholson/Reuters

Após dois anos e meio de tentativas frustradas de acordo extrajudicial, Toninho Geraes parte para briga na Justiça

Pedro Martins

são paulo Cerca de dois anos e meio depois de tomar pública sua acusação de plágio contra Adele, o compositor brasileiro Toninho Geraes processou a cantora britânica. Ele pede R\$ 1 milhão de indenização a ela, seu produtor e três gravadoras que representam a obra da artista, entre as quais Sony e Universal, com sedes no Brasil.

O processo diz respeito à música "Million Years Ago", que o compositor afirma ter a mesma melodia de "Mulheres", mais conhecida na voz de Martinho da Vila. Geraes quer todo o valor que Adele lucrou com a faixa, que faz parte de seu penúltimo álbum, "25", lançado há nove anos.

A reportagem não conseguiu localizar a defesa da cantora e de seu produtor, Greg Kurstin. A Sony afirmou que não comenta o caso, e a Universal, contatada na tarde de segunda-feira por email, não se pronunciou até a conclusão desta edição.

Advogado do compositor, Fredímio Trotta diz que, antes de processar Adele, tentou um acordo extrajudicial, mas a artista não se manifestou, e suas gravadoras disseram não ter responsabilidade sobre a composição da obra, apenas sobre sua distribuição.

Segundo o advogado, no entanto, as empresas têm de ser responsabilizadas porque

também lucraram com o suposto plágio, ainda que

possam não ter tido a intenção.

Trotta também atribui o tempo levado para ingressar na Justiça à produção de análises das partituras de ambas as canções, que são suas principais evidências para sustentar o plágio, junto de vídeos que sobreponham uma faixa à outra.

Há ainda outros indícios em sua petição, como o produtor de Adele ter estudado MPB e uma das professoras de educação física da artista ser brasileira, o que levaria a artista ter conhecido "Mulheres".

A indenização diz respeito apenas a danos morais. O valor relacionado aos **direitos** autorais que teriam sido violados ainda são incalculáveis, por depender de dados sigilosos de vendas e audiência, aos quais ele só terá acesso mediante a um mandado da Justiça.

O processo foi protocolado no Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro em fevereiro e está em tramitação de uma vara para outra, onde Geraes já move um processo contra a Universal, responsável por "Mulheres", sob a acusação de não o ajudar a cobrar seus **direitos** autorais da britânica.

Trotta diz que não há previsão para a Justiça analisar a petição e marcar uma audiência, mas ele diz ter pedido urgência, conforme previsto na legislação, por seu cliente ser idoso - Geraes tem 62 anos.

Ele afirma ainda que deci-

diu processar Adele no Brasil, e não no Reino Unido, porque o compositor não teria condições de arcar com as custas processuais no exterior.

Trotta diz não ter dúvida de que ganhará o processo. Seu cliente, ele lembra, não é o primeiro a processar um artista estrangeiro por plágio.

Continuação: Adele é processada em R\$ 1 mi por brasileiro sob acusação de plágio

Um dos casos mais emblemáticos é o de Rod Stewart, processado por copiar a melodia de "Taj Mahal", de Jorge Ben Jor, em "Do Ya Think I'm Sexy". Stewart teria composto o hit após passar um Carnaval no Rio de Janeiro, na década de 1970, e Ben Jor saiu vitorioso dos tribunais.

O inverso também já aconteceu, principalmente na era dos samples - como é chamada a reprodução do trecho de uma música já existente noutra, seja no puro copia e cola, seja a partir de novos arranjos.

Ainda no ano passado, Nelly Fúrtado pediu dinheiro

à cantora Treyce, então recém-alçada à fama, por copiar a melodia de "Say It Right" no refrão de "Lovezinho" um dos hits do Carnaval retrasado.

Antes, em 2021, a dupla Ávine e Matheus Fernandes teve de compartilhar o valor que ganhou com seu hit "Coração Cachorro" com James Blunt, por ter copiado o uivo de "Same Mistake", que ficou famosa no Brasil nos anos 2000 por ter feito parte de trilha sonora da novela "Duas Caras", de Aguinaldo Silva, na TV Globo.

Marcas rentáveis: como o registro de marca impulsiona o fluxo de caixa



Existem várias razões pelas quais as pessoas optam por não registrar suas marcas, como a falta de conhecimento sobre o processo de registro e os custos associados

Foto: FERNANDO FRAZÃO/AGÊNCIA BRASIL

*Artigo escrito por Diana Mantovani, formada em Direito na Faculdade de Direito de Vitória (FDV), sócia Fundadora da Diluz, empresa especializada em registro de marcas, e diretora financeira do IBEF Academy.

O registro de marca é um título que assegura o direito de propriedade e uso exclusivo da marca em todo o território nacional. Sua concessão se dá mediante pedido depositado junto ao **INPI - Instituto** Nacional de Propriedade Industrial.

Apesar de muitos empresários terem consciência acerca da importância de registrar as suas respectivas marcas, outros muitos ainda relutam para realizar o registro.

Quer receber nossas notícias 100% gratuitas? Entre no nosso !

No ano de 2023, foi registrada a abertura de mais de 3,8 milhões de novas empresas no Brasil, segundo dados do Mapa das Empresas, do Departamento Nacional de Registro Empresarial e Integração (DREI).

Por outro lado, no acumulado do ano de 2023, foram realizados apenas cerca de 402 mil pedidos de registro de marca, de acordo com o Boletim Mensal de Propriedade Industrial expedido pelo **INPI** em dezembro de 2023.

Importante ressaltar que, inserido nesse número de protocolos realizados em 2023 no **INPI**, alguns protocolos são das mesmas empresas - ou por serem marcas diferentes, ou tipos de registro diferentes -, e muitos são de empresas que não necessariamente foram criadas no ano em questão. O ponto é que há incontáveis negócios sem a devida proteção marcária.

Neste prisma, existem várias razões pelas quais as pessoas optam por não registrar suas marcas, como a falta de conhecimento sobre o processo de registro, os custos associados ao registro, e por subestimar a importância estratégica e financeira da proteção da marca.

No entanto, o registro da marca é essencial, pois a potência e o reconhecimento da marca é um dos principais fatores que impulsionam o resultado financeiro da empresa.

De início, cabe ressaltar que nos círculos empresariais, o registro de marca é frequentemente percebido como uma mera formalidade legal - uma etapa a ser cumprida para proteger um nome ou símbolo e evitar que sejam usados por terceiros. Todavia, essa visão não abarca o aspecto mais relevante de se ter o registro da marca: o aspecto financeiro.

Uma marca forte e bem consolidada pode oferecer a uma empresa grande potencial de gerar receita significativa e impulsionar o crescimento financeiro de várias maneiras.

Com o devido registro, a empresa tem o direito exclusivo de usar seu nome e identidade visual em seus

Continuação: Marcas rentáveis: como o registro de marca impulsiona o fluxo de caixa

produtos e serviços, de modo a estabelecer uma posição de destaque no mercado.

Como resultado, os consumidores associam a marca a certos padrões de qualidade, confiabilidade e reputação, o que pode levar a uma demanda crescente e lealdade à marca ao longo do tempo.

Sobre o poder das marcas, o escritor Eduardo Vanzak, em seu livro "Crie marcas com almas: aprenda a construir marcas com propósito e crescimento exponencial", reforça:

"As marcas que realmente despertam a atenção são aquelas que se conectam com seus clientes em um nível mais profundo: geram fortes conexões porque tem propósitos e valores que estão sintonizados com os deles."

Nesse contexto, com o desenvolvimento de uma marca forte, há, por conseguinte, um aumento no potencial de vendas da empresa. Quanto mais consumidores reconhecem e aprovam os produtos ou serviços da marca, mais visibilidade e presença de mercado se vislumbra. Tais características permitem que o faturamento da empresa aumente.

Além disso, uma marca bem protegida tem o potencial de gerar receita através de parcerias, ou até com o licenciamento do uso da marca.

Empresas que possuem marcas reconhecidas podem licenciar seu nome e logotipo para serem usados por terceiros - como no caso de franquias -, o que gera royalties e taxas de licenciamento significativas.

:

Essa estratégia não só aumenta o fluxo de caixa da empresa, mas também expande a presença da marca em novas áreas.

Inclusive, sob a ótica de valor de mercado, o registro

de marca também desempenha um papel crucial no processo de valorização de empresas.

Isso se dá porque uma marca forte e bem protegida pode influenciar positivamente a avaliação financeira da empresa, não por ser um ativo intangível em que se considerará um valor especulativo na avaliação, mas por ter grande potencial de gerar receita - e isso é visualizado nos números da companhia.

Por último, tendo em vista a prevenção de riscos futuros relativos à marca e ao seu potencial de gerar caixa, o registro é ideal.

Este pode ajudar a evitar custos legais e disputas caras, além de evitar que toda a identidade visual e o poder da marca já criado se perca pela necessidade de troca do nome.

Todos os investimentos realizados para o fortalecimento da marca deverão ser refeitos, para que uma nova chegue - ou tente chegar - ao posicionamento desejado. E, assim, ao considerar tais investimentos que poderiam ser evitados, os resultados financeiros da empresa tendem a cair.

Tendo em vista as considerações acima elencadas, o registro de marca é um dos ativos mais valiosos de uma organização.

Trata-se de um investimento estratégico com o potencial de impulsionar significativamente o crescimento financeiro de uma empresa, ao garantir sua posição no mercado, abrir novas oportunidades de receita, valorização, expansão, além de mitigar riscos futuros de impossibilidade de registro da marca e a posterior troca do nome.

Portanto, pode-se afirmar que uma marca forte e protegida gera valor financeiro para as organizações.

STJ: Multisport é proibida de usar símbolo "Speedo" em produtos



Colegiado concluiu que são nulos os registros solicitados e concedidos a partir de 1º de janeiro de 2007, e aqueles que ainda estejam em processamento devem ser indeferidos.

Registro de marca STJ: Multisport é proibida de usar símbolo "Speedo" em produtos Colegiado concluiu que são nulos os registros solicitados e concedidos a partir de 1º de janeiro de 2007, e aqueles que ainda estejam em processamento devem ser indeferidos. Da Redação terça-feira, 18 de junho de 2024 Atualizado às 18:25 Compartilhar Comentar Siga-nos no A A

Nesta terça-feira, 18, a 4ª turma do STJ determinou que a empresa brasileira Multisport não utilize mais o símbolo "Speedo" em seus produtos. O colegiado, por unanimidade, acolheu o pedido das empresas Speedo Internacional e Speedo Holdings, titulares e criadoras da marca australiana.

Entenda

Na Justiça, as empresas internacionais alegaram que a Multisport utilizou o logotipo australiano em seus produtos brasileiros, comercializando-os como se fossem legítimos da marca australiana.

Em sua defesa, a Multisport afirmou possuir registro que autoriza o uso figurativo e nominativo da marca Speedo para os produtos que comercializa no Brasil.

No recurso impetrado no STJ, os representantes da

marca internacional argumentam que a empresa brasileira não desenvolveu seu próprio espírito criativo e que a marca registrada pelas empresas brasileiras é apenas uma imitação. Eles alegam má-fé por parte da Multisport e pedem a anulação de todos os registros da marca Speedo concedidos, além de solicitar que a empresa se abstenha de usar as marcas.

STJ: Multisport é proibida de usar símbolo "Speedo" em produtos.(Imagem: Reprodução/Youtube)

Ao votar, o relator, ministro Raul Araújo, destacou embora a empresa brasileira tenha agido com má-fé ao registrar a marca como sua, manteve relação comercial com a empresa australiana por 30 anos, o que afasta a incidência de comportamento ardiloso durante esse período.

"A marca é australiana e, enquanto teve essa condição, manteve, por conveniências comerciais e bom relacionamento pessoal entre os dirigentes das empresas, mantiveram uma certa parceria, apesar do indevido registro da marca no Brasil."

Posteriormente, com a transferência da sociedade empresária australiana para um grupo europeu, esses novos proprietários quiseram impugnar os registros realizados pela Multisport. Segundo o ministro, "no período em que tiveram um relacionamento praticamente de uma parceria, não cabe anulação dos registros obtidos".

"Os registros, se já concedidos devem ser tornados nulos e aqueles que ainda não tenham sido concedidos, devem ser indeferidos", destacou o ministro.

Desse modo, S. Exa. concluiu que são nulos os registros solicitados e concedidos a partir de 1º de janeiro de 2007, e aqueles que ainda estejam em processamento devem ser indeferidos. Os registros

Continuação: STJ: Multisport é proibida de usar símbolo "Speedo" em produtos

anteriores a essa data não devem ser prorrogados pelo **INPI**.

"As sociedades empresárias rés deve se abster de utilizar a marca cujos registros são nulos", concluiu o ministro, votando pelo parcial provimento ao recurso.

Colegiado, por unanimidade, acompanhou o entendimento do relator.

Processo: REsp 2.061.199

Índice remissivo de assuntos

Direitos Autorais

3, 5

Marco regulatório | INPI

7, 9