

# abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual  
Clipping da imprensa

*Brasília, 25 de outubro de 2024 às 07h44*  
*Seleção de Notícias*

## Terra - Notícias | BR

Direitos Autorais

**Festivais Oktoberfest no sul do país fecham acordo para pagamento de direitos autorais . . . . .** 3

THE MUSIC JOURNAL BRAZIL

## CNN Brasil Online | BR

Direitos Autorais

**Arrecadação de direitos musicais gerou R\$ 72 bilhões no mundo em 2023, mostra relatório . . . . .** 4

## Estado de Minas - Online | MG

25 de outubro de 2024 | Marco regulatório | INPI

**A Fadinha do Skate e o registro indevido de marcas . . . . .** 5

## Meio & Mensagem Online | BR

Marco regulatório | INPI

**Registro de marca não garante proteção total . . . . .** 7

## Migalhas | BR

ABPI

**Um diálogo sobre conflitos e franquias . . . . .** 9

AGENDA

## Festivais Oktoberfest no sul do país fecham acordo para pagamento de direitos autorais



### Oktoberfest: selo de reconhecimento

O Oktoberfest é um dos eventos mais tradicionais na agenda cultural do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina. Ao longo do mês de outubro, cinco cidades do sul do país realizam o festival que tem foco na cultura alemã: Blumenau (SC), Igrejinha (RS), Santa Cruz do Sul (RS) Santa Rosa (RS) e Cerro Largo (RS).

Nesta semana, os cinco municípios deram demonstrações de respeito à classe artística musical ao fecharem acordo com o Ecad (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição) para pagar os **direitos** autorais para tocar música publicamente nos dias dos eventos ligados a Oktoberfest e, desta forma, remunerar compositores e artistas.

"O Oktoberfest é um símbolo da cultura e da tradição da região Sul e atrai turistas de todo o país e do exterior. Acredito que é fundamental garantir a arrecadação de **direitos** autorais durante a Oktoberfest, pois o evento valoriza autores e artistas que executam músicas específicas, enriquecendo essa celebração cultural tão significativa para os municípios e que tanto homenageia a cultura alemã", disse Augusto Freitas, gerente do Ecad responsável pelo atendimento em todo o Rio Grande do Sul e Santa Catarina.

Oktoberfest: selo de reconhecimento Os eventos da Oktoberfest realizados em Igrejinha e Santa Cruz do

Sul receberão o Selo de Reconhecimento do Ecad, que é concedido a eventos, empresas e pessoas que respeitam e valorizam o trabalho artístico, mantendo regulares seus pagamentos à classe artística musical por meio da instituição, sem pendência jurídica.

Como os demais eventos ainda têm ações judiciais em andamento, não serão contemplados com a certificação.

A Lei dos **Direitos** Autorais (9.610/98) determina que é obrigatório o licenciamento musical por meio do pagamento dos **direitos** autorais para usar músicas publicamente, como é o caso de eventos da iniciativa pública ou privada. Segundo a legislação, o pagamento pela utilização musical deve ser efetuado por organizadores e promotores de eventos como qualquer outro serviço como montagem de palco, iluminação e outros.

Além da obrigatoriedade do pagamento dos **direitos** autorais, os organizadores de eventos com os da Oktoberfest também têm a responsabilidade de informar ao Ecad o repertório tocado e enviar os roteiros musicais. É desta forma que a instituição faz a identificação das músicas tocadas e a posterior distribuição dos valores arrecadados aos artistas.

Dos valores arrecadados pelo Ecad, 85% são repassados aos compositores, intérpretes, músicos, editores e produtores fonográficos. Os 15% restantes são direcionados à gestão coletiva (sendo que 9% para o Ecad e 6% para as associações de música para as suas atividades operacionais em todo o Brasil).

## Arrecadação de direitos musicais gerou R\$ 72 bilhões no mundo em 2023, mostra relatório



Tópicos América Latina **direitos** autorais Música Segundo Relatório de Arrecadação Global, o Brasil teve um crescimento de 23,5% na indústria no período

Streaming foi responsável por pelo menos 87,2% do crescimento da arrecadação de **direitos** autorais musicais desde 2019 Unsplash/Matt Botsford

A arrecadação de **direitos** autorais musicais cresceu 7,6% no mundo em 2023, somando cerca de R\$ 72 bilhões (↗ 11,7 bilhões) no período, segundo aponta o Relatório de Arrecadação Global elaborado pela Confederação Internacional das Sociedades de Autores e Compositores (Cisac).

Segundo a pesquisa, o Brasil teve um crescimento de 23,5% na indústria, ocupando a 12ª posição entre os principais países que dominam o mercado. No total, a arrecadação do país chegou a R\$ 1,375 bilhão (↗ 224 milhões).

Já quando são somados audiovisual, dramático, literário e artes visuais, o país perdeu a liderança regional para o México, onde foram gerados R\$ 1,387 bilhão (↗ 226 milhões).

Entre os segmentos analisados, o ambiente digital continua se consolidando como a principal fonte de receitas dentro do nicho, com um salto de 9,6% em um ano e arrecadação de direitos de execução pública

de R\$ 27,82 bilhões (↗ 4,53 bilhões).

No ranking mundial, a América Latina lidera o mercado com uma alta de 29,2% na arrecadação, seguido pela Europa (8,1%), Estados Unidos & Canadá (7,2%) e África (3,2%).

Dentro do segmento, o streaming foi responsável por pelo menos 87,2% do crescimento da arrecadação de **direitos** autorais musicais desde 2019.

Já os setores de Rádio e TV apresentaram queda devido a predominância do digital. Em 2023, o setor teve uma baixa de 5,3%, depois de uma alta de mais de 10% no ano anterior. Ainda sim, a arrecadação total chegou a R\$ 20.809 bilhões (cerca de ↗ 3,375 bilhões).

O CNN Brasil Money já está nas redes sociais. Siga agora o @cnnbrmoney noe no Youtube.

Dedicado ao mercado financeiro e aos impactos que os setores da economia geram na movimentação do país e do mundo, o CNN Money terá canal para TV e streaming, além de estar presente no ambiente digital.

O lançamento será no dia 4 de novembro de 2024. Não perca!

Maria Luiza AraujoDa Cnn

## A Fadinha do Skate e o registro indevido de marcas



Projeto de Lei torna crime registrar marca com propósito de venda

Com a medalha de prata conquistada nas Olimpíadas de Toquio em 2021 e a de bronze em Paris, no ano passado, a atleta de 16 anos se consolidou com uma das melhores deste esporte

Rayssa Leal, a Fadinha do Skate, conquistou no mês passado, pela segunda vez, o título de campeã mundial de skate. Com a medalha de prata conquistada nas Olimpíadas de Toquio em 2021 e a de bronze em Paris, no ano passado, a atleta de 16 anos se consolidou com uma das melhores deste esporte.

Mas, recentemente, ela precisou entrar em uma disputa fora das pistas de skate. Em 2020, uma clínica de odontologia com sede em Imperatriz no Maranhão, cidade natal de Rayssa, obteve no **Instituto** de Propriedade Industrial (**INPI**) três registros da marca Fadinha do Skate. Eles foram realizados em três classes diferentes. A primeira, para identificar calçados e vestuário, e as outras duas, relativas a serviços de educação e de clínica médica e odontológica.

Em setembro de 2023, o **INPI** acolheu um pedido de Rayssa e anulou os registros das três marcas. O representante da skatista argumentou em sua manifestação no processo que a expressão "Fadinha do Skate" é o apelido notoriamente conhecida da atleta e que a clínica de odontologia não tinha o consentimento dela para registrá-lo como marca.

A decisão de nulidade teve como fundamento, portanto, a norma prevista no artigo 124, XVI, da Lei 9279/96, a nossa Lei de Propriedade Industrial (LPI). Ela prevê que pseudônimos ou apelidos notoriamente conhecidos não são registráveis como marca, salvo se houver consentimento do titular.

O desfecho do processo de nulidade foi favorável à Fadinha, mas o episódio traz à tona uma discussão relevante sobre o registro de marcas. Embora não tenha sido esse o argumento para a anulação do registro da marca, há indícios de que foi feito com a finalidade de um proveito econômico decorrente da fama da atleta e da notoriedade de seu apelido. Com a propriedade da marca, a clínica poderia impedir que a própria Rayssa a utilizasse comercialmente. Para estampá-la em um produto, por exemplo, a skatista precisaria da autorização da clínica.

Casos como o da Fadinha são relativamente comuns. Esse tipo de pedido pode ser enquadrado como concorrência desleal ou exercício abusivo de um direito?

Para o deputado Helder Salomão, do PT/ES, eles devem ser coibidos. E, para isso, o parlamentar apresentou o Projeto de Lei 2496/24, que tipifica a prática como crime, com penas de detenção, de uma a três meses, ou multa.

Segundo consta na justificativa da proposta, "têm multiplicado os casos de indivíduos e empresas que submetem pedido de registro de marca ao **INPI** com o objetivo exclusivo de, em momento posterior, vender o direito de uso a empresas que já utilizem a marca para prestação de serviço ou comercialização de bem. Tal fraude gera diversos contratemplos àqueles que já exercem, de boa-fé, mas sem registro, atividade econômica com o uso da marca."

A proposta visa uma alteração da LPI que já tipifica várias condutas como crimes contra a propriedade industrial. Comercialização, importação e exportação de produtos patenteados, sem autorização do titular;

Continuação: A Fadinha do Skate e o registro indevido de marcas

reprodução ou alteração de marca sem autorização e desvio fraudulento de clientela são algumas delas.

No entanto, condenações pelas práticas desses crimes são muito raras. Medidas contra os infratores são mais eficazes na esfera cível.

Conforme destaca Caroline Somesom Tauk, juíza federal e autora de livros sobre o tema, a baixa eficácia das regras penais pode ser explicada pela "inimputabilidade das pessoas jurídica, dificuldade de identificação de autoria dos crimes, previsão de penas muito baixas e processo penal burocrático".

É de se questionar, portanto, se a previsão de um novo tipo penal, que também, prevê penas brandas, inibiria a prática nele descrita.

Além disso, não é fácil comprovar o intuito fraudulento e o comportamento abusivo em casos como estes.

Vale ressaltar, também, que a LPI prevê outros meios de defesa para aqueles que tiveram seu nome ou símbolo registrado por terceiro em um contexto semelhante ao descrito no projeto de lei.

Um deles é o chamado direito de precedência. De acordo como § 1º do art. 129 da Lei, "toda pessoa que, de boa-fé, na data da prioridade ou depósito, usava no país, há pelo menos 6 (seis) meses, marca idêntica ou semelhante, para distinguir ou certificar produto ou serviço idêntico, semelhante ou afim, terá direito de precedência ao registro".

Ou seja, uma pessoa que já usava determinada marca, mas que não requereu seu registro, pode contestar o pedido de registro de um terceiro se comprovar que já usava aquela marca pelo menos seis meses antes da data em que o terceiro fez seu requerimento junto ao **INPI**.

Outra forma de se questionar registros de marcas supostamente abusivos é o requerimento de sua caducidade. Segundo a lei, aquele que teve um registro concedido, tem a obrigação de explorar aquela marca. O prazo mínimo para o início deste uso em produtos ou serviços é de cinco anos, sob pena de perder a proteção legal do registro, após um processo instaurado pelo interessado em usar a marca.

Siga nosso canal no WhatsApp e receba em primeira mão notícias relevantes para o seu dia

Tudo indica, portanto, que mesmo com a aprovação do PL do deputado petista, as medidas administrativas e cíveis permanecerão mais eficazes para inibir a conduta nele descrita como crime.

O autor desta coluna é Advogado, Especialista e Mestre em Direito Empresarial. É sócio do escritório Ribeiro Rodrigues Advocacia e da Tríplice Marcas e Patentes

Sugestões e dúvidas podem ser enviadas para o email [lfelipeadvrr@gmail.com](mailto:lfelipeadvrr@gmail.com)



## Registro de marca não garante proteção total

O que as empresas podem aprender com o caso Camarões vs. Coco Bambu

Login

Newsletters

Assinar

WW

Commerce

Convites Effie Awards

Opinião

Adonis Medeiros

Advogado da área de Propriedade Intelectual do  
BVA - Barreto Veiga Advogados

O que as empresas podem aprender com o caso Camarões vs. Coco Bambu

O Superior Tribunal de Justiça (STJ) colocou em evidência um ponto que, muitas vezes, é negligenciado por empresas que buscam proteger suas marcas: registrar uma marca não significa proteção total. No julgamento de uma disputa iniciada em 2009, o STJ manteve a posição de que termos genéricos, como "Camarões" e "Restaurante", carecem de distintividade suficiente para garantir exclusividade. Essa decisão envolve o restaurante Camarões e a rede Coco Bambu - anteriormente chamada Camarões Mucuripe - um embate que transcende questões de mercado e coloca em foco os limites da proteção marcária no Brasil.

Observa-se como essa decisão reafirma o caráter "fraco" de marcas compostas por termos de uso comum. O Camarões alegava que o Coco Bambu havia infringido direitos ao utilizar o nome "Camarões" em

seu antigo título, além de imitar a arquitetura dos estabelecimentos, cardápios e uniformes. Apesar dessas semelhanças evidenciadas no processo, o STJ concluiu que não havia exclusividade sobre esses elementos, levando à rejeição das alegações de concorrência desleal.

A decisão enfatiza uma lição para quem navega no universo da propriedade intelectual: o registro no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (**INPI**) por si só não é uma garantia de monopólio sobre termos. E aqui está o ponto-chave que muitas empresas falam em considerar. Para o Camarões, o uso de "Camarões" e "Restaurante" no nome da marca pode parecer óbvio e representativo, mas o STJ foi claro ao reiterar que epressões como essas, pela sua generalidade, não são passíveis de exclusividade plena.

Esse caso evidencia um padrão no **INPI**: as marcas do Camarões Restaurante foram registradas, mas com limitações claras de exclusividade quanto aos termos genéricos. Tentativas subsequentes de expandir a proteção, como o registro de "Camarões Desde 1989", encontraram barreiras semelhantes, com o órgão mantendo uma postura rígida em relação a marcas formadas por epressões comuns.

Em relação ao trade dress, ou seja, o conjunto-imagem, ou o conjunto de elementos que compõem a identidade visual de um produto ou serviço, entendeu-se que as decorações utilizadas pelos estabelecimentos não eram semelhantes, mas que ambos adotaram o mesmo estilo de arquitetura, não existindo prova da exclusividade em favor do Camarões Restaurante. Também não se comprovou sua distintividade em relação aos elementos utilizados por outros concorrentes que exploram a mesma atividade empresarial. Portanto, não sendo admitido impedir que outro restaurante utilize o mesmo estilo de arquitetura.

Ao mesmo tempo, não há exclusividade sobre o layout dos cardápios, pratos ofertados e fardamentos, que

Continuação: Registro de marca não garante proteção total

não se comprovou serem produzidos especialmente para o Camarões Restaurante, e que seguem um padrão adotado por inúmeros restaurantes. Por fim, considerou-se que os restaurantes não disputavam o mesmo mercado consumidor, já que os estabelecimentos se situavam em Estados distintos, a uma distância de mais de 500 km, afastando a possibilidade de desvio de clientela.

A decisão do STJ deveria ser encarada como um verdadeiro alerta para empresas que desejam proteger seus bens de **propriedade** intelectual. O que vemos aqui é a consequência de uma estratégia de proteção que talvez não tenha considerado a força e a distintividade da marca de maneira adequada. A falta de

eclusividade sobre termos comuns não deve ser tratada como um detalhe menor no momento do registro; pelo contrário, ela pode ser determinante para o sucesso (ou fracasso) de uma disputa jurídica futura.

Empresas que realmente buscam assegurar sua posição no mercado precisam investir em marcas fortes e diferenciadas, além de desenvolver uma estratégia de **propriedade** intelectual desde a concepção. Não basta confiar na proteção automática de um registro - a natureza da marca, sua distintividade e a forma como ela será percebida no mercado são fatores que demandam atenção e planejamento.



## Um diálogo sobre conflitos e franquias

### AGENDA



Evento acontece no dia 5/11, na sede da **ABPI**. Encontro Um diálogo sobre conflitos e franquias - temas de interesse da **arbitragem** e **mediação** Evento acontece no dia 5/11, na sede da **ABPI**, quinta-feira, 24 de outubro de 2024 Atualizado às 15:17 Compartilhar ComentarSiga-nos no A A

O Centro de Soluções de Disputas da **ABPI** - Associação Brasileira da Propriedade Intelectual realiza o evento "Um diálogo sobre conflitos e franquias - temas de interesse da **arbitragem** e **mediação**", no dia 5/11, na sede da **ABPI** em São Paulo, com transmissão online. O objetivo do encontro é debater sobre aspectos estratégicos das cláusulas compromissórias visando a melhoria da gestão de disputas no setor de franquias.

O evento tem como objetivo discutir a aplicação da **arbitragem** e **mediação** na resolução de conflitos em franquias, com ênfase em estratégias eficazes e cuidados na elaboração de cláusulas compromissórias. O intuito é orientar os participantes so-

bre a adequação dessas práticas e compartilhar experiências que contribuam para aprimorar a gestão de disputas no setor de franquias.

A obra apresenta conteúdo atualizado referente ao tema (Imagem: Arte Migalhas)

Para mais informações, .

Realização: **ABPI** - Associação Brasileira da Propriedade Intelectual

## Índice remissivo de assuntos

**Direitos Autorais**

3, 4

**Marco regulatório | INPI**

5, 7

**Propriedade Intelectual**

7

**ABPI**

9

**Arbitragem e Mediação**

9