

# abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual  
Clipping da imprensa

*Brasília, 22 de abril de 2025 às 11h42*  
*Seleção de Notícias*

## Jota Info | BR

Direitos Autorais | Direito de Imagem

**Caetano e a Tropicália: uma análise frente aos direitos de marca, autor e imagem . . . . .** 3  
CAROLINA CAETANO

## Metrópoles Online | BR-DF

Marco regulatório | INPI

**Não basta criar, tem que ter o registro de marca na moda. Saiba como . . . . .** 5  
ILCA MARIA ESTEVÃO | HEBERT MADEIRA

## Terra - Notícias | BR

19 de abril de 2025 | Pirataria

**Usar produtos falsificados é crime? Entenda o que diz a lei . . . . .** 8  
RAQUEL BARRETO

## Caetano e a Tropicália: uma análise frente aos direitos de marca, autor e imagem



A polêmica entre Caetano Veloso e a Osklen ganhou um novo capítulo após o cantor mover um processo contra o juiz responsável pelo caso. A disputa começou quando Caetano acionou judicialmente a marca e seu fundador, acusando-os de usar, sem autorização, sua imagem, o álbum *Transa* e referências ao movimento Tropicália na campanha *Brazilian Soul*, lançada em 2023.

Segundo ele, a coleção de roupas trouxe cores e elementos visuais semelhantes aos do álbum e do show apresentado por ele no mesmo mês, além de explorar a forte identificação pública entre o artista e o tropicalismo para valorizar comercialmente a marca.

Em sua defesa, a Osklen afirmou que a coleção foi criada em 2022, durante um workshop criativo inspirado nos anos 1960 e na obra de Hélio Oiticica - responsável pelo nome Tropicália. A marca sustentou que os primeiros produtos foram vendidos ainda em março de 2023, antes mesmo do anúncio da turnê de Caetano, e negou qualquer ligação entre o lançamento da coleção e o show do cantor. A discussão judicial se amplia, envolvendo não só o debate sobre referências culturais, mas também a atuação do magistrado no caso.

Em sua decisão, o juiz acolheu os argumentos da Osklen e destacou que o próprio Caetano, ao se apre-

sentar como "um dos idealizadores e executores do projeto Tropicália", reconhece não ter exclusividade sobre a expressão Tropicália. Por isso, negou o pedido de tutela de urgência que visava retirar das lojas físicas e virtuais os produtos da coleção que faziam referência ao movimento e às obras.

O caso envolve três áreas do Direito de Propriedade Intelectual: o Direito Marcário, o **Direito** Autoral e o **Direito** de Imagem - todos protegidos por legislações específicas e pelo artigo 5º da Constituição Federal.

Embora Caetano não tenha feito menção ao Direito Marcário, os réus argumentaram que o cantor não possui registro da marca Tropicália para a classe de vestuário. Em pesquisa no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (**INPI**), verifica-se que a empresa do artista detém registros da marca em classes que protegem publicidade, telecomunicações e entretenimento - não se configurando infração, já que não há exclusividade no segmento de vestuário.

Na questão dos movimentos culturais, não há proteção legal específica e garantir exclusividade sobre eles feriria o direito coletivo. Além disso, monopolizar expressões culturais por meio do **direito** autoral poderia limitar o acesso da população a essas experiências, prejudicando sua difusão e valor histórico. O nome Tropicália também não é protegido pela Lei de **Direitos** Autorais, já que ideias, nomes e títulos isolados estão excluídos dessa proteção.

O desenvolvimento de uma coleção de moda e de sua campanha publicitária demanda tempo, tornando plausível a coincidência de datas. No entanto, a utilização de imagens de personalidades em perfis comerciais pode configurar violação ao **direito** de imagem, especialmente quando associada a campanhas publicitárias. Mas, no caso, a referência ao movimento tropicalista poderia ser interpretada pelo

Continuação: Caetano e a Tropicália: uma análise frente aos direitos de marca, autor e imagem

público como uma validação do artista à campanha, gerando reflexos econômicos.

Por isso, salvo exceções legais, o uso de marca, obra ou imagem de terceiros sem autorização - mesmo em publicações sem objetivo comercial direto - é sempre desaconselhado, principalmente quando envolve fi-

guras públicas, já que pode gerar conflitos ou impactar outras parcerias comerciais. A autorização prévia dos titulares é essencial para evitar situações como a que se discute neste caso.

## Não basta criar, tem que ter o registro de marca na moda. Saiba como



Conheça os passos do registro de marca e saiba por que podem haver oposições de outras empresas, como no caso da Chanel com empresa do DF

O registro de marca no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (**INPI**) é um passo fundamental para formalizar negócios e marcas, inclusive de moda. Recentemente, a coluna noticiou o caso viral de uma empresária do Distrito Federal que teve o pedido no **INPI** contestado por nada menos que a grife francesa Chanel. Situações como essa, apesar de comuns, mostram a importância do registro para proteger as marcas e elementos visuais relacionados.

Vem entender como funciona!

Para que serve o registro de marca

O registro de marca é fundamental para proteger os negócios de lojistas e donos de marcas de eventuais concorrentes do mesmo segmento que tentem usar o mesmo nome

Conforme informações do próprio **INPI** no site do Governo Federal, "a marca registrada garante ao seu proprietário o direito de uso exclusivo no território nacional em seu ramo de atividade econômica". Ela existe na forma de um sinal que identifica e diferencia produtos e serviços, além de certificar a conformidade destes com normas e especificações técnicas,

e agregar valor a eles na percepção do consumidor.

O professor Alexandre Veronese, da Faculdade de Direito da Universidade de Brasília (UnB), explica que a proteção não se limita ao nome e também abrange elementos como expressões gráficas. Isso evita que empresas peguem uma "carona" no prestígio de outra marca, além de possíveis confusões dos consumidores no ato da compra.

Como é o passo a passo

O pedido de registro de marca é feito ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial

No Brasil, o processo de registro de marca é feito em várias etapas, coordenadas pelo **INPI**, como explica a professora Catharina Taquary Berino, da Faculdade Presbiteriana Mackenzie Brasília (FPMB). Existem, inclusive, empresas especializadas na área, que trabalham oferecendo suporte em todos os passos para os empresários que decidem iniciar o processo.

À coluna, a educadora resumiu as principais fases do procedimento.

Confira:

1. Cadastro no sistema e-**INPI**: é necessário criar uma conta no sistema que permite o acesso aos serviços oferecidos pelo **INPI**. O cadastro é obrigatório para pessoas físicas e jurídicas que desejam solicitar o registro de marca.
2. Emissão e pagamento da Guia de Recolhimento da União (GRU): após o cadastro, deve-se emitir e pagar a GRU correspondente ao serviço desejado. O pagamento deve ser efetuado antes do envio do pedido de registro.

Continuação: Não basta criar, tem que ter o registro de marca na moda. Saiba como

3. Preenchimento e envio do pedido de registro: com a GRU paga, o próximo passo é acessar o sistema e-**Marcas** para preencher o formulário de pedido de registro, com detalhadas sobre a marca, apresentação (nominativa, figurativa, mista ou tridimensional) e classificação dos produtos ou serviços relacionados. Se a marca tiver elementos figurativos, as imagens devem ser anexadas.

O processo de registro de marca tem etapas e pode ser demorado

4. Acompanhamento do processo: após o envio, o pedido será publicado na Revista da Propriedade Industrial (RPI), iniciando um período para possíveis oposições de terceiros. Nesta etapa, como ela explica, "é fundamental acompanhar regularmente o andamento do processo por meio do sistema, para responder a eventuais exigências ou contestações dentro dos prazos estabelecidos".

5. Exame formal e substantivo: o **INPI** realiza uma análise formal para verificar se o pedido atende aos requisitos administrativos. Em seguida, avalia se a marca cumpre os critérios legais para registro, como distintividade e ausência de conflitos com marcas já registradas.

6. Decisão e concessão do registro: se o pedido for deferido, o requerente deve pagar as taxas relativas à primeira década de vigência do registro e à emissão do certificado. Após o pagamento, o **INPI** concede o registro da marca, garantindo ao titular o direito de uso exclusivo em todo o território nacional por um período inicial de 10 anos, renovável sucessivamente.

Meu pedido foi contestado. E agora?

Após o pedido, é importante ficar de olho se não houve alguma contestação de outras marcas

A contestação do registro por terceiros, quando ocorre, sinaliza que uma marca é semelhante ou po-

tencialmente prejudicial à sua própria, como enfatiza a professora Catharina Taquary Berino. Ao identificar possíveis conflitos, os responsáveis podem apresentar uma oposição no prazo de 60 dias a partir do pedido. Já o requerente, ao receber a notificação da oposição, deve responder em até 60 dias.

"Essa manifestação deve conter argumentos e, se possível, evidências que refutem as alegações do oponente. Após esse período, o **INPI** prossegue com o exame de mérito, considerando tanto a oposição quanto à manifestação, antes de tomar uma decisão final sobre o pedido de registro", detalha a educadora. Ela ressalta que o processo de registro envolve várias etapas e pode ser complexo e demorado.

Movimentação comum

Caso o pedido tenha sido contestado, há como responder em até 60 dias

O professor Alexandre Veronese complementa que qualquer produtor que se sinta potencialmente ameaçado por um registro tem o direito de contestar, para evitar confusão dos consumidores.

As contestações se tornaram ainda mais relevantes com a internacionalização do comércio eletrônico, que possibilita a concorrência entre produtos de países diferentes. Inclusive, há bases de dados compartilhadas a nível internacional, com verificação constante de grandes marcas em mercados relevantes, como o Brasil.

Na galeria abaixo, veja como ocorreu o caso da Chanel com a marca do DF:

5 imagens Fechar modal. 1 de 5 A empresária brasileira Éricka Lobo chamou atenção ao contar em vídeo, de forma humorada, que a grife francesa Chanel - fabricante da bolsa na foto - se opôs ao pedido de registro da marca de roupas dela, a Camélia Brand Edward Berthelot/ 2 de 5 Ela havia feito a solicitação ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial

Continuação: Não basta criar, tem que ter o registro de marca na moda. Saiba como

**(INPI)** e escolheu o nome porque queria fazer referência a flores. Inclusive, chegou a pesquisar e não viu outras marcas brasileiras com o mesmo nome Jeremy Moeller/ 3 de 5 Algumas semanas depois, Éricka descobriu que a Chanel contestou o pedido no **INPI**, como já havia feito com outras marcas. A empresa francesa tem uma relação com as camélias, já que a fundadora era uma admiradora Scott Wintrow/ for Chanel via 4 de 5 A flor aparece como detalhe em peças da marca e dá nome a uma coleção de alta joalheria. Éricka já respondeu à oposição, mas aguarda o retorno há alguns meses Jeremy Moeller/ 5 de 5 Na

justificativa, ela conta que o advogado da Chanel alegou que a marca brasiliense trabalhava com produtos similares aos da grife francesa, o que poderia confundir os consumidores. Apesar do susto, a empresária encarou tudo com bom humor, além de ter achado o ocorrido curioso Jeremy Moeller/

Hebert Madeira Ilca Maria Estevão

## Usar produtos falsificados é crime? Entenda o que diz a lei



Polêmica envolvendo Val Marchiori e Solange Gomes desperta dúvidas sobre as consequências legais de usar produtos falsificados

O uso e a comercialização de produtos falsificados estão sempre no centro de polêmicas, principalmente quando envolvem figuras públicas. Recentemente, a socialite Val Marchiori acusou publicamente a ex-modelo Solange Gomes de estar usando uma bolsa de grife falsa durante a gravação do podcast Hello Val. A acusação veio acompanhada de um alerta: "bolsa falsa dá cadeia".

Solange Gomes afirmou que ganhou a bolsa de presente de um admirador e que acreditava se tratar de um item original. O episódio viralizou e reacendeu o debate: usar produtos falsificados é crime? Quais as consequências legais? E se a pessoa não souber que o item é pirata? A advogada criminal Suéllen Paulino esclareceu essas dúvidas com base na legislação brasileira, incluindo o caso concreto da acusação feita por Val.

Usar produtos falsos é crime? No Brasil, não é crime o uso pessoal de produtos falsificados, desde que não haja intenção de enganar terceiros ou revender. Portanto, mesmo que a bolsa seja falsa (algo que não foi comprovado), o simples uso sem conhecimento prévio não caracteriza ilegalidade.

Segundo a advogada, o Código Penal exige a pre-

sença de dolo, ou seja, intenção de cometer o crime. Quem compra ou recebe um produto falsificado sem saber - ou apenas usa para si - não comete infração penal. Já quem vende produtos falsificados comete crime.

"A jurisprudência brasileira não considera crime o uso pessoal de **produto** pirata. No entanto, se houver indícios de que a pessoa está ostentando o item para influenciar vendas, enganar terceiros ou promover um comércio indireto, a situação pode ser analisada de forma diferente", ressalta Suéllen Paulino.

Crime de falsificação Quem fabrica, importa ou comercializa produtos falsificados com fins lucrativos está cometendo crime e pode ser processado e punido. Nestes casos, o artigo 184 do Código Penal prevê pena de detenção de três meses a quatro anos, ou multa. De acordo com a advogada, além do risco jurídico, a comercialização de produtos falsificados pode envolver outros prejuízos:

Publicidade Como reconhecer se o produto é original? Apesar de usar produtos falsificados não seja crime, o ideal é adquirir artigos originais. Desse modo é possível garantir sua qualidade. Para evitar comprar itens falsos, a advogada traz algumas dicas:

## Índice remissivo de assuntos

**Direitos Autorais**  
3

**Direitos Autorais | Direito de Imagem**  
3

**Marco regulatório | INPI**  
3, 5

**Pirataria**  
8