Brasília, 09 de novembro de 2026

Seleção

Sumário

Blog do Ancelmo Gois - Globo Online

Domingo, 08 de novembro de 2026 | Direitos Autorais
Xuxa pode ter que pagar R$ 60 milhões de indenização 3

Consultor Jurídico

Sábado, 07 de novembro de 2026 | Marco regulatório | INPI
Marca famosa chega depois: anterioridade e fama superveniente 4

Xuxa pode ter que pagar R$ 60 milhões de indenização



Após 26 anos de disputa, ministros vão definir nesta terça o valor a ser pago em ação movida pelo criador da "Turma do Cabralzinho"

Depois de 26 anos de disputa na Justiça, o caso envolvendo Xuxa Meneghel e o empresário Leonardo Soltz será julgado nesta terça-feira no Superior Tribunal de Justiça (STJ). A ação, que envolve uma disputa por **direitos autorais**, pode custar cerca de R$ 60 milhões à apresentadora, entre juros e correção monetária.

Segundo o empresário, a proposta intitulada "Turma do Cabralzinho", apresentada à produtora da apresentadora em 1999, teria servido de base para a criação da "Turma da Xuxinha". A Justiça já reconheceu a violação de **direitos autorais** e de marca. Agora, os ministros vão decidir o valor da indenização.

INSCREVA-SE NA NEWSLETTER Ancelmo Gois Notícias sobre Rio, samba, natureza e cultura

Recomendadas para você

Rio

'Rei da Sucata', suspeito de lavar dinheiro para o Comando Vermelho, é preso em joalheria de luxo em SP

Mundo

'É impossível ignorar anseio de jovens em compartilhar prosperidade', diz economista Piketty, autor de 'O capital no século XXI'

Rio

Previsão do tempo no Rio: veja como fica o domingo após temporal

Esportes

Messi faz história e conquista sua segunda Chuteira de Ouro consecutiva na MLS, a liga americana de futebol

Mundo

Três militares morrem em ataque com drones explosivos à base na Colômbia

Ela

Entre bichos, festas e personagens: exposição gratuita propõe um passeio pela arte brasileira

Ela

Relacionamentos e gravidez: por que o apoio emocional é tão importante?

Esportes

Grêmio segura o Atlético-MG, vai à final da Copa do Brasil e espera Vasco ou Palmeiras

Xuxa

Marca famosa chega depois: anterioridade e fama superveniente



Conflitos entre anterioridade marcária e fama superveniente, questão atual diante da controvérsia sobre o uso da marca iPhone

Opinião

A **propriedade industrial** convive com uma tensão recorrente: de um lado, a necessidade de assegurar previsibilidade a quem busca proteger um sinal distintivo; de outro, a realidade de mercados nos quais determinados nomes adquirem fama extraordinária ao longo do tempo. Quando esses fenômenos se encontram, uma questão se impõe: qual é o peso jurídico do princípio da anterioridade quando a fama comercial surge depois?

A resposta exige cautela. Os conflitos de direito marcário envolvendo os signos TIM, Nike e iPhone têm fundamentos jurídicos distintos e não autorizam a transposição automática de soluções. Reunidos, contudo, permitem refletir sobre a relação entre a cronologia dos fatos e a extensão dos direitos marcários.

TIM: uma anterioridade de natureza distinta

A controvérsia brasileira envolvendo a denominação TIM ilustra a complexidade das situações jurídicas anteriores ao registro marcário. Uma empresa brasileira utilizava a denominação TIM desde 1988, antes da entrada da empresa italiana no mercado nacional. A disputa alcançou o Judiciário e o **INPI**, envolvendo registros posteriores obtidos pela empresa estrangeira e as pretensões formuladas pela empresa brasileira.

O conflito terminou por acordo judicial, que levou a empresa nacional a abandonar a denominação em sua razão social e a desistir de pedidos e medidas relacionados à expressão TIM.

Não se tratava, portanto, de um registro de marca brasileiro anterior, nem de uma aplicação automática do direito de precedência previsto na legislação marcária. O episódio evidencia, em outra perspectiva, que a análise de conflitos envolvendo sinais distintivos pode exigir atenção a situações jurídicas constituídas antes da consolidação da presença comercial do titular posterior.

Nike: quando o registro anterior produz efeitos

O caso espanhol oferece um exemplo particularmente expressivo. Desde 1932, existia uma marca mista que reunia a palavra Nike e a representação da Vitória de Samotrácia, registrada para produtos de malharia. Décadas depois, pedidos nominativos da Nike americana foram recusados em razão daquele registro anterior.

Em 1999, o Tribunal Supremo espanhol deu razão aos titulares da marca registrada em 1932 e anulou dois registros posteriores da Nike americana, por entender que conflitavam com o direito anterior. Em 2004, porém, o Tribunal Constitucional anulou essa decisão porque o Supremo não havia respondido adequadamente a argumentos relevantes apresentados no processo. A anulação não significou que a fama internacional da Nike devesse prevalecer sobre a marca anterior: o que se censurou foi a falta de resposta judicial suficiente às questões suscitadas pelas partes. A Sentença 8/2004 do Tribunal Constitucional espanhol permite consultar os fundamentos dessa decisão.

Em 2005, ao reapreciar o caso, o Tribunal Supremo reconheceu a caducidade da marca anterior por falta de uso real e efetivo. A situação jurídica mudou, assim, por fundamento próprio: a perda de eficácia do registro precedente.

O episódio não estabelece uma regra universal sobre a prevalência da anterioridade. Mostra,

porém, que a fama internacional adquirida posteriormente não impediu, por si só, que um registro anterior produzisse efeitos jurídicos. A alteração do

resultado decorreu de outro **instituto da propriedade industrial**, e não simplesmente da fama alcançada pela marca posterior.

iPhone: a anterioridade e o peso da fama superveniente

No Brasil, o caso iPhone apresenta a questão sob perspectiva diferente. Em 29 de março de 2000, a Gradiente depositou o pedido da marca mista "G Gradiente Iphone". A Apple apresentou seu iPhone ao público em 2007, e o registro da Gradiente foi concedido em janeiro de 2008, após anos de tramitação administrativa.

A ação proposta pela Apple não levou à eliminação integral do registro composto. A solução acolhida em primeiro grau e mantida pelo Tribunal Regional Federal da 2ª Região determinou que o registro passasse a conter ressalva de ausência de exclusividade sobre a palavra iPhone isoladamente.

O fundamento central foi a natureza evocativa ou sugestiva da expressão e a distintividade que ela teria adquirido no mercado em associação com os produtos da Apple. O tempo transcorrido entre o depósito e a concessão permitiu que a realidade comercial se transformasse profundamente enquanto o pedido aguardava decisão.

No Superior Tribunal de Justiça, em 2018, prevaleceu a compreensão de que a fama e a distintividade adquiridas posteriormente pela marca da Apple justificavam afastar a exclusividade sobre o elemento nominativo isolado. O voto divergente do ministro Lázaro Guimarães questionou, entretanto, a existência de vício no ato administrativo original: se o registro atendia aos requisitos legais quando concedido, o sucesso comercial posterior de outra empresa seria suficiente para justificar sua invalidação parcial? O acórdão do REsp 1.688.243/RJ permite examinar os fundamentos do julgamento.

A divergência revela que não estava em discussão apenas a força comercial de uma marca. Estava também em causa a relação entre a validade de um registro, aferida à luz dos requisitos jurídicos pertinentes, e a transformação mercadológica ocorrida ao longo do tempo. A solução adotada preservou formalmente a marca composta da Gradiente, mas afastou a exclusividade sobre a palavra que concentrava o núcleo da disputa.

Na data de conclusão deste artigo, a controvérsia relativa à marca IPHONE permanecia pendente de decisão definitiva no Supremo Tribunal Federal, no âmbito do Tema 1.205 da repercussão geral.

O tempo como elemento jurídico

Os três episódios não são equivalentes. No caso TIM, a controvérsia envolveu uma situação empresarial anterior e terminou por acordo judicial. Na Espanha, o registro anterior da NIKE produziu efeitos até que a caducidade alterasse o quadro jurídico. No Brasil, em iPhone, a anterioridade do depósito e a concessão do registro não impediram que a fama posterior da expressão fosse decisiva para delimitar a exclusividade.

A comparação suscita uma questão que ultrapassa os casos concretos: em que medida a fama adquirida posteriormente pode repercutir sobre posições jurídicas constituídas antes dela? E qual deve ser o papel do tempo de tramitação administrativa nessa avaliação?

Ao examinar o caso iPhone, caberá ao Supremo Tribunal Federal definir os limites dessa relação entre anterioridade e fama superveniente. Até que ponto o sucesso comercial alcançado por uma marca durante a demora administrativa pode afastar os efeitos jurídicos de um depósito anterior, realizado sob a proteção da legislação marcária? Vamos aguardar.

Índice remissivo de assuntos

Direitos Autorais 1
Marco regulatório | INPI 2,3
Propriedade Industrial 2,3