

**De:** contato@haasadvogados.com.br [mailto:contato@haasadvogados.com.br]

**Enviada em:** quinta-feira, 17 de junho de 2010 16:50

**Para:** direitoautoral@planalto.gov.br

**Assunto:** REF.CONSULTA POPULAR NOVA LEI DE DIREITO AUTORAL - SUGESTÃO DE INCLUSÃO

Prezados Senhores.

No ensejo da convocação pública para encaminhamento de sugestões visando o aprimoramento da matéria em discussão referente a consolidação da legislação sobre direitos autorais, segue proposição abaixo para análise, com vistas a inclusão no projeto de lei com o objetivo de assegurar **proteção específica para as criações publicitárias**, juntamente com a respectiva justificativa.

Atenciosamente,

Élio Haas

Haas Advogados - Consultoria Jurídica

(51) 3748-3786 - (51) 3748-3103

---

#### **PROPOSIÇÃO:**

A previsão disposta no art. 7º da Lei n.º 9.610/98 vigente, ainda que não exauriente das obras protegidas, estabelece que "São obras intelectuais protegidas as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro, tais como: [...]".

A despeito disso, entendemos s.m.j. existir uma flagrante **lacuna** na lei no tocante às obras publicitárias. Muito embora sejam "criações do espírito", não são referidas no rol do art. 7º, carecendo para o seu efetivo reconhecimento como obra protegida dos requisitos de criatividade e originalidade, conforme reiteradas decisões dos Tribunais do País. Entretanto, tal exigência com relação às criações publicitárias se mostra notadamente discricionária, não sendo razoável em relação ao tratamento assegurado às demais obras.

Visando harmonizar as relações jurídicas e assegurar o direito aos titulares de criações publicitárias sugerimos a inclusão do inciso abaixo no rol de obras protegidas pelo art. 7º:

"Art. 7º .....

.....

**XIV - as obras publicitárias, sinal ou expressão empregada como meio de propaganda, apresentados como criação intelectual nova."**

#### **JUSTIFICATIVA:**

Segundo CARLOS ALBERTO BITTAR in Direito de Autor na Obra Publicitária, Ed. Revista dos Tribunais, 1981, p. 117, a **obra publicitária** é conceituado com "criação intelectual, de regra breve e expressiva, que se destina a promover a comunicação ao público de determinado produto ou serviço. Contém sempre uma mensagem, voltada para a sensibilização do público".

Ocorre que a Lei nº 5.772/71, assegurava através dos seus arts. 63 e 73, proteção às criações publicitárias. No entanto, ao ser revogada pela Lei nº 9.279/96 (Lei de Propriedade Industrial - LPI)

tais criações não foram contempladas. E o que é mais grave: a LPI acabou por vedar expressamente o seu registro na forma do art. 124, inc. VII.

A atual Lei nº 9.610/98 (LDA), por seu turno, ignorou completamente tais criações. A ausência de previsão legal expressa assegurando aos titulares a proteção para obras publicitárias, expressões ou sinais de propaganda (slogans, anúncios, reclames etc.) gera insegurança nas relações jurídicas entre profissionais publicitários, Agências e Anunciantes.

A louvável iniciativa da Associação Brasileira de Publicidade (ABP) na criação de um mecanismo de registro para resguardar a autoria de sinais de propaganda e de outros elementos que componham uma campanha publicitária lamentavelmente não logrou êxito na obtenção do credenciamento pelo governo federal para o "registro" de obras publicitárias.

Portanto, atualmente não existe garantia efetiva do reconhecimento da titularidade das obras publicitárias, ficando seus criadores à mercê da própria sorte, como ocorre presentemente, *v.g.* da seguinte decisão do TJSP:

"Apelação Cível nº 376.628.4/9-00

Comarca: São Paulo

Apelantes e reciprocamente apelados: Companhia Brasileira de Bebidas e Luís Carlos Gomes Borges

INDENIZAÇÃO - Direito autoral - Alegação de uso pela ré, sem autorização, de criação intelectual elaborada pelo autor, consistente no slogan "Antártica: é do Pingüim", em campanha publicitária - Slogan publicitário que não se reveste de criatividade e originalidade suficientes a ensejar proteção jurídica - Dado provimento ao recurso da ré e negado provimento ao do autor."

Portanto, compete à lei autoral, em tempo, amparar igualmente as criações publicitárias e assim harmonizar as relações sociais e jurídicas consolidando aos seus titulares a garantia do reconhecimento desse direito, mormente considerando que as criações publicitárias representam parcela significativa na economia do País merecendo proteção efetiva.

Por fim, registre-se que o Poder Judiciário também tem entendido que os *slogans* não restariam protegidos pelo LDA com fundamento no art. 8º da mencionada lei especial, sob o argumento de que representam simples "nomes ou títulos isolados" (inc. VI), fulminando assim pretensão legítima do criador ao reconhecimento do seu direito.

Nesse sentido, *data vênia* selecionamos o seguinte trecho da recente decisão do TJRS nos autos da Apelação n.º 70025968405:

**" [...] Já a Lei dos Direitos Autorais permaneceu silente no tocante à proteção das expressões comerciais, como já o fizera na legislação revogada, trazendo, contudo, uma novidade. Entendeu o legislador por deixar expressamente consignado as espécies de criação que não**

comportam a proteção dos direitos autorais, declinando-as nos incisos do art. 8º, valendo transcrever a regra dos incisos I, II, e VI :

***Art. 8º Não são objeto de proteção como direitos autorais de que trata esta Lei:***

***I - as idéias, procedimentos normativos, sistemas, métodos, projetos ou conceitos matemáticos como tais;***

***II - os esquemas, planos ou regras para realizar atos mentais, jogos ou negócios;***

***(...)***

***VI - os nomes e títulos isolados;***

Com base nesse dispositivo, vem a jurisprudência entendendo não estarem abarcadas na proteção legal, como regra, os *slogans* concernentes em pequenas frases, consoante decidiu o TJRJ na apelação cível nº 2007.001.28981, salvo se dotados de inequívoca originalidade e criatividade, situação que pode ensejar sua vinculação à determinada marca, vinculação essa de notório conhecimento, o que não se verifica na hipótese dos autos."

**Contributo final ao projeto de lei:**

Alterar a expressão "co-autoria" constante na alínea "a" do inciso IX do art. 5º para **coautoria**. (Nova ortografia).

Retirar o assento ortográfico agudo da palavra "idéia" no inciso VII do art. 8º. (idem).