Empresa pode perder ação milionária

Pela segunda vez no espaço de apenas 15 dias o Tribunal de Justiça do Rio adiou o julgamento final da batalha judicial que já dura 12 anos e na qual a Brahma perdeu em todas as instâncias a ação movida pelo espólio do publicitário Olavo Werneck, que criou a logomarca institucional da cervejaria e nada recebeu por isso. A nova data prevista para o julgamento do agravo interposto pela empresa para suspender decisão de primeiro grau, que determinou a apuração do valor líquido a ser pago à família do publicitário, é a de 3 de março.

A assessora de imprensa do TJ, Daniela Wagner, declarou que o agravo foi retirado de pauta pelo relator do processo, desembargador

Albano Mattos, “para melhor análise e levantamento de jurisprudência do assunto”.

Até agora foram sete julgamentos em todo o processo, inclusive no

Superior Tribunal de Justiça, sendo a Brahma sempre derrotada por unanimidade. Dois peritos que serão designados pela 39ª Vara Civil farão os cálculos da indenização a ser paga à família de Olavo Werneck, que morreu no ano passado. O advogado que defende a causa, Cláudio de Souza Amaral, afirma que o processo está demorado porque a Brahma utiliza de todos os recursos protelatórios possíveis contra a ação, mesmo perdendo sempre por unanimidade.

Olavo Werneck foi o primeiro gerente de propaganda e promoções da

Brahma, no início dos anos 70, após ter ocupado cargos semelhantes na Esso e na Coca-Cola. Embora não fosse designer criou a logomarca e a entregou para a Denison Propaganda finalizá-la. Tempos depois, ao ser demitido da cervejaria, Werneck fez valer seus direitos através do artigo 36 da Lei 5.988 de 14 de dezembro de 1973 sobre Direitos Autorais, reivindicando a sua parte no valor da logomarca e nos lucros que a mesma proporcionou a Brahma pela sua utilização.

O valor da indenização a ser pago à família de Olavo Werneck, segundo especialistas em propriedade intelectual e direitos autorais “será astronômico” já que um dos peritos vai avaliar o valor do trabalho pela criação da logomarca e o outro irá dimensionar o valor corresponde à participação sobre os lucros que a logomarca gerou para a empresa durante os anos de utilização. Para se ter uma idéia do valor do custo de uma criação de logomarca, no ano passado o Bradesco investiu US\$ 50 milhões para a elaboração de sua nova marca e agora a Antártica, só para modernizar a sua logomarca está investindo US\$ 6 milhões.

Mas a maior parte da indenização do espólio virá do que o perito arbitrará sobre o valor comercial trazido pela logomarca para a prosperidade da Brahma durante os anos que ela se utilizou da mesma, inclusive internacionalmente através de suas inúmeras franquias no exterior e quando patrocinava o piloto de Fórmula 1 José Carlos Pace.

Após o novo adiamento os comentários entre membros da família Werneck que circularam no Tribunal

de Justiça eram de que a Brahma possivelmente irá propor um acordo nas próximas semanas. Membros da família disseram também que ainda este ano esperam lançar o livro “Profissionais da Prosperidade” redigido por Olavo Werneck mas nunca editado. O livro conta todo o período de sua vida na publicidade.

Date Created

24/02/1999