Paródia com fins comerciais não viola Lei de Direitos Autorais

O uso de paródia em campanha publicitária com fins comerciais não viola os direitos autorais da obra originária. Esse foi o entendimento da 3ª Turma do Superior Tribunal de Justiça ao negar provimento a recurso especial em que uma gravadora pedia a retirada de propaganda que parodiava o verso inaugural da música “Garota de Ipanema”.

A campanha de uma empresa de hortifrutigranjeiros tinha como mote a alteração do verso "Olha que coisa mais linda, mais cheia de graça" para "Olha que couve mais linda, mais cheia de graça". A propaganda foi divulgada no Rio de Janeiro e no Espírito Santo, em formato digital e impresso.

Na ação ajuizada contra a empresa e a agência de publicidade, a gravadora – que detém 50% dos direitos patrimoniais da canção de Tom Jobim e Vinicius de Moraes – pedia a suspensão da divulgação das peças publicitárias, além de indenização por danos materiais e morais pelo uso não autorizado da obra. Ela alegou que a propaganda não configuraria paródia, uma vez que a ressalva às paródias e às paráfrases do artigo 47 da Lei 9.610/98 não se aplicaria quando houvesse finalidade comercial.

Censura
Em seu voto, o relator, ministro Villas Bôas Cueva, lembrou que a Lei de Direitos Autorais exige que a paródia não constitua verdadeira reprodução da obra originária. Além disso, não pode ter conotação depreciativa ou ofensiva, implicando descrédito à obra de referência ou, por extensão, ao seu autor. “Não se extrai da lei, pois, o requisito de que a criação possua finalidade não lucrativa ou não comercial, conforme defendido pela recorrente”, afirmou.

“Assim, compreende-se que impedir o uso de paródias em campanhas publicitárias apenas porque esse tipo de obra possui como finalidade primeva o uso comercial implicaria, por via transversa, negar o caráter inventivo de uma campanha publicitária, inibindo a liberdade de criação e, em última análise, censurando o humor”, esclareceu o ministro em seu voto.

Subjetividade
Para Villas Bôas Cueva, o juízo acerca da licitude da paródia depende das circunstâncias fáticas de cada caso e envolve um certo grau de subjetivismo do julgador ao aferir a presença dos requisitos de comicidade, distintividade e ausência de cunho depreciativo, conforme exigido pela legislação.

“O limite a separar a paródia da violação de direitos autorais é tênue e está estritamente relacionado com as circunstâncias fáticas de cada caso concreto”, ressaltou.

Para o relator, o conteúdo da campanha em análise não deprecia a obra originária, ficando claro que “possui intuito irreverente, caricatural, humorístico”. Além disso, observou o ministro, por terem sido veiculadas em formato impresso e digital, as peças não reproduziram a melodia, limitando-se a fazer mera alusão a um dos versos que compõem a letra, alterando a versão original da poesia de forma satírica. *Com informações da Assessoria de Imprensa do STJ.*

REsp 1597678

Date Created

2023 - www.conjur.com.br - Todos os direitos reservados.

13/09/2018

2023 - www.conjur.com.br - Todos os direitos reservados.