Rabêlo e Fortes: Proteção jurídica do nome de bandas

A banda Cidade Negra retornou aos noticiários nas últimas semanas, mas não por novas criações musicais. É que os seus ex-integrantes estão disputando a utilização do nome da banda, que está registrado como marca no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) sob a titularidade exclusiva do ex-vocalista Toni Garrido.

Divulgação

A banda Cidade Negra
Divulgação

O caso ainda está longe do fim, mas o fato é que disputas sobre o uso do nome de bandas musicais não é raro no Brasil. Por exemplo, os ex-integrantes do RPM disputam na Justiça contra Paulo Ricardo acerca do uso do nome da banda, o qual também está registrado como marca no INPI. Por decisão do Tribunal de Justiça de São Paulo, o cantor foi proibido de usar a marca "RPM" porque já havia sido acordado entre os ex-integrantes só utilizar o nome da banda de forma coletiva e não individual, como ele vinha fazendo.

Mas um dos casos mais emblemáticos é a disputa entre a empresa Legião Urbana Produções Artísticas LTDA (administrada por Giuliano Manfredini, filho de Renato Russo) e os ex-integrantes da Legião Urbana, Marcelo Bonfá e Dado Villa-Lobos. Os músicos entraram na Justiça contra a empresa, requerendo o direito de utilizar o nome "Legião Urbana" em suas atuais apresentações, o qual, todavia está registrado como marca no INPI em nome da empresa de Manfredini.

Em suma, Dado e Bonfá alegaram que a empresa estava impedindo o uso do nome "Legião Urbana" pelos ex-integrantes, inviabilizando a continuidade da carreira artística dos músicos, que é totalmente atrelada à identidade da banda. Pediram, então, a cotitularidade da marca, ou seja, que o direito de propriedade sobre a marca "Legião Urbana" fosse compartilhado entre os três: Dado, Bonfá e a empresa do herdeiro de Renato. Também requereram ao juiz que não fossem impedidos de utilizar o nome "Legião Urbana" em suas novas apresentações.

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

A marca é um instituto jurídico de propriedade, regulamentado pela lei nº 9.279/96 (Lei da Propriedade Industrial), que tem por finalidade proteger um produto, serviço ou empresa através de signos distintivos (imagens, nomes ou a junção de imagem e nome). O registro de algum nome ou alguma imagem como marca tem o efeito de tornar o requerente seu dono exclusivo, o único que pode explorá-la economicamente. No Brasil, o responsável por administrar esses registros é o INPI.

Mas, apesar de o próprio INPI aceitar o registro do nome de bandas como marca, como quem registra o nome de um carro, um produto alimentício ou um software, a verdade é que isso não parece ser o mais apropriado para lidar com a identidade de um conjunto musical.

É certo que uma banda pode ser entendida (e gerida) como uma empresa, com objetivo de gerar lucro, sendo possível inclusive constituí-la formalmente como tal (com registro societário, entre outros). Mas, quando se fala em registrar o nome da banda como uma marca por si só, é necessário levar em conta que por trás disso há um trabalho cultural e autoral realizado pelos músicos que dela fazem parte. Portanto, o nome atribuído ao coletivo vai muito além de uma simples marca comercial, pois reflete a própria identidade dos artistas que compõem o grupo.

Inclusive, foi nessa perspectiva que o juiz do caso Legião Urbana autorizou que Dado e Bonfá utilizassem a marca em suas apresentações. Apesar de não ter atribuído a cotitularidade da marca (pois a mudança no registro do INPI, órgão federal, seria de competência exclusiva da justiça federal), o juiz entendeu que a participação de Dado e Bonfá na criação da expressão "Legião Urbana" e na projeção desse nome através do grupo deveriam prevalecer sobre as regras de propriedade e uso da marca.

A decisão, confirmada pelo Superior Tribunal de Justiça, entendeu que o uso do nome da banda pelos ex-integrantes faz parte da expressão da própria identidade deles, constituindo-se como reflexo de suas personalidades, o que não poderia ser restrito pela Lei de Propriedade Industrial. Assim, com fundamento na função social da propriedade, na repercussão negativa do direito de acesso à cultura e no exercício dos direitos autorais, Dado e Bonfá puderam usar a marca "Legião Urbana" em shows, mesmo sem passar o registro para seus nomes.

A decisão parece ser razoável, principalmente do ponto de vista dos artistas e do que o nome "Legião Urbana" significa para o público. Contudo, é necessário pontuar algumas "inconsistências" do ponto vista da técnica jurídica, pois a crítica é pertinente.

Ora, ao permitir que Dado e Bonfá utilizem o nome sem terem a marca e contra a vontade do seu titular, o STJ acaba desconsiderando o que está explícito no artigo 129 da Lei de Propriedade Industrial, que garante ao titular da marca o direito ao uso exclusivo dela em todo o território nacional. E isso, por si só, já tornaria a decisão questionável.

Ademais, embora tenha se abstido de entrar no mérito da cotitularidade sobre a marca por entender que não seria o juízo competente, o magistrado acabou fazendo justamente aquilo que havia negado, pois, na prática, concedeu aos ex-integrantes da banda basicamente os efeitos práticos da cotitularidade sobre a marca.

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

Afinal, se Dado e Bonfá poderão utilizar o nome "Legião Urbana" nas suas apresentações, com finalidade econômica, então ambos estão podendo explorar o signo (nome) que representa a marca (Legião Urbana) registrada em nome exclusivo da empresa do herdeiro de Renato (que seria, pela lei, o único com direito de utilizá-la).

O que prevaleceu, portanto, foi o "remendo" feito pelo juiz de primeiro grau e costurado pelo STJ: Dado e Bonfá não poderão utilizar a marca para fins comerciais, como licenciar produtos (associá-la a uma camiseta ou um boné, por exemplo). Mas, como dito, a utilização do nome pelos dois ex-integrantes nos shows já configura uma utilização econômica (até porque ambos auferem lucro, merecidamente, com suas apresentações, principalmente acompanhados do nome "Legião Urbana").

Ou seja, o Judiciário encontrou um nebuloso "caminho do meio" para sair desse conflito entre a propriedade de marca e a identidade do grupo musical.

O fato é que, na verdade, o problema seria anterior, pois o instituto da marca não parece ser adequado para regular o uso e proteção do nome de bandas. As nuances do grupo artístico, as questões de direitos autorais envolvidas e a expressão da personalidade dos artistas não têm espaço na formalidade do direito de marca.

O resultado disso é exatamente o disposto no início deste texto: disputas, desentendimentos, ações judiciais e corrosão da imagem de bandas renomadas, de inquestionável valor artístico e parte da cultura brasileira.

Date Created
17/05/2022

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