Kaiser e agÃªncia sÃ£o condenadas por plagiar campanha

A cervejaria Kaiser e a agÃªncia de publicidade Newcomm Bates estÃ£o obrigadas a pagar R$ 38 mil de indenizaÃ§Ã£o por danos morais para um publicitÃ¡rio por plagiar sua campanha. A decisÃ£o Ã© da 3Âª Turma do Superior Tribunal de JustiÃ§a. Os danos materiais serÃ£o apurados na fase de liquidaÃ§Ã£o da sentenÃ§a. A campanha custou para a Kaiser cerca de US$ 70 milhÃµes.

O publicitÃ¡rio criou e registrou a campanha â??Cerveja Nota 10â?• em 1996. TrÃªs anos depois, campanha semelhante foi veiculada na mÃdia pela Kaiser sem a autorizaÃ§Ã£o do publicitÃ¡rio. O STJ reconheceu que a campanha original merece proteÃ§Ã£o do direito autoral, mesmo nÃ£o tendo sido usada em seu inteiro teor.

O autor original da campanha, Luiz Eduardo RÃ©gnier Rodrigues, registrou a campanha â??Cerveja Nota 10â?• no EscritÃ³rio de Direitos Autorais da FundaÃ§Ã£o Biblioteca Nacional. A campanha partia do slogan para formar o nÃºmero dez com a garrafa da cerveja, representando o nÃºmero um e a tampa com o rÃ³tulo, o zero. No julgamento da aÃ§Ã£o de indenizaÃ§Ã£o, a primeira instÃ¢ncia considerou que as empresas utilizaram-se do projeto criado pelo publicitÃ¡rio. A Kaiser e a agÃªncia apelaram e o Tribunal de JustiÃ§a do ParanÃ¡ acolheu os recursos. Considerou que as empresas desconheciam a obra anterior e de que nÃ£o haveria prova do plÃ¡gio.

O publicitÃ¡rio apelou ao STJ. O relator, ministro Humberto Gomes de Barros, afirmou que nÃ£o era necessÃ¡rio que as empresas soubessem o inteiro teor da obra publicitÃ¡ria. Para ele, se as empresas sabiam da existÃªncia de uma campanha com o tema, assumiram o risco de criar obra idÃªntica Ã registrada. A obrigaÃ§Ã£o delas, segundo o ministro, era procurar o publicitÃ¡rio.

A Kaiser e a agÃªncia Newcomm Bates pagarÃ£o solidariamente as indenizaÃ§Ãµes.

REsp 655.035

Autores: RedaÃ§Ã£o Conjur

2024 - www.conjur.com.br - Todos os direitos reservados.