

Grafite que aparece de relance em comercial não tem direitos autorais

Se uma obra de arte exposta na rua aparece em uma propaganda de um modo que não seja um elemento principal, o autor não tem direito a receber direitos autorais. O entendimento é da 5ª Vara Cível de São Paulo. O processo discutia a suposta violação a direito autoral de um grafite exibido no comercial de um carro em 2014.

Segundo a decisão, quando o uso de obra situada em lugar público não explora ou não abusa da imagem nele retratada, deve ser priorizado o aspecto social da arte. Ainda de acordo com a sentença a obra não serviu de atrativo de público ou fator de aumento de vantagem para venda do automóvel.

A decisão destacou ainda que as fotos da rua onde foram gravadas as imagens já faziam parte do acervo da produtora cinematográfica antes do grafite ter sido feito. A empresa denunciada foi representada pelos advogados **Newton Silveira, Wilson Silveira, Lyvia Carvalho Domingues e Eduardo Dietrich e Trigueiros**, do escritório Newton Silveira, Wilson Silveira e Associados-Advogados.

"O local foi escolhido pela sua beleza, sem poluição visual, fiação embutida e à época da escolha os desenhos não existiam, portanto, não se pode atribuir às corré que escolheram o local em face do visual existente", diz a decisão.

A violação ao direito autoral dos grafiteiros foi afastada pela sentença também por conta do artigo 48 da Lei de Direitos Autorais, por entender que o grafite está exibido em local público, permanentemente exposta e visível a qualquer pessoa que por ali passar. Diz a lei: "As obras situadas permanentemente em logradouros públicos podem ser representadas livremente, por meio de pinturas, desenhos, fotografias e procedimentos audiovisuais."

Clique [aqui](#) para ler a decisão.

Autores: Redação ConJur