

**TozziniFreire.**  
ADVOGADOS


**Boletim**  
**Propriedade**  
**Intelectual.**

---

30ª Edição | 2025

Este boletim é um informativo  
da área de **Propriedade Intelectual**  
de TozziniFreire Advogados.

# SUMÁRIO

Clique na notícia e navegue  
pelo documento 

## 01 | Realidade Brasileira

---

/Novidades do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI)

## 02 | Decisões Judiciais

---

/TJSP autoriza uso do slogan “o melhor restaurante do Brasil” pelo Coco Bambu em disputa com o Outback

/STJ determina que a marca ‘Chiquititas’ não tem notoriedade suficiente para assegurar imprescritibilidade em ação contra registro indevido

/Netflix mantém imagens de Edir Macedo em documentário após decisão judicial em São Paulo

/ Decisão judicial restringe proteção de marcas consideradas “fracas”: caso da Eurofarma e sua marca REHIDRAT

## 03 | PI no Exterior

---

/OpenAI alega uso indevido de seus modelos de IA pela startup DeepSeek

/ Dior enfrenta atriz de filmes adultos em disputa por uso de marca registrada

# REALIDADE BRASILEIRA

## Novidades do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI)

- **Cooperação entre INPI e EUIPO:** em 5 de fevereiro, o INPI e o Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia (EUIPO) se reuniram para tratar da continuidade de iniciativas conjuntas relacionadas à propriedade intelectual. Confira mais detalhes [aqui](#).
- **Estudos sobre “IP Finance” no Brasil e o Impacto de DPIs na Economia Brasileira:** o INPI lançou dois estudos relevantes sobre direitos de propriedade intelectual e seus impactos econômicos, sendo eles: o estudo [“Desbloqueando o IP Finance no Brasil: como a experiência dos mercados relevantes pode ajudar o Brasil a avançar”](#), no qual é investigado o uso de ativos intangíveis em financiamentos nos Estados Unidos, Canadá, nações da Ásia e da Europa; e o estudo [“A contribuição econômica das indústrias intensivas em Direitos de Propriedade Intelectual \(DPIs\) no Brasil”](#), no qual são identificados os setores que contribuem intensivamente com propriedade intelectual no Brasil.
- **Aprovação da Resolução GIPI/MDIC nº 13/2025:** O Grupo Interministerial de Propriedade Intelectual (GIPI) aprovou a revisão do Plano de Ação 2023-2025 para a implementação e monitoramento da Estratégia Nacional de Propriedade Intelectual. Confira mais detalhes da Resolução [aqui](#).



# DECISÕES JUDICIAIS

## TJSP autoriza uso do slogan “o melhor restaurante do Brasil” pelo Coco Bambu em disputa com o Outback

Em janeiro de 2025, a 1ª Vara Empresarial e Conflitos de Arbitragem do Tribunal de Justiça de São Paulo decidiu a favor do restaurante Coco Bambu, permitindo que a rede utilize o slogan “o melhor restaurante do Brasil”, em meio a uma disputa com o Outback. A decisão reconheceu que o uso do slogan não geraria confusão entre os consumidores, ressaltando que o público tem discernimento suficiente para interpretar essa afirmação de forma crítica, sem vê-la como uma verdade absoluta.

A ação foi motivada pela reclamação do Outback, que argumentava que o uso do slogan pelo Coco Bambu poderia induzir os consumidores a erro e configuraria concorrência desleal. No entanto, o tribunal analisou as evidências apresentadas pela defesa do Coco Bambu, que demonstraram o reconhecimento da marca e a preferência do público, levando à conclusão de que a continuidade do uso do slogan não representaria um risco à imagem da rede australiana.

A decisão judicial destaca a interpretação crítica dos consumidores de slogans publicitários e o equilíbrio necessário entre proteção

de direitos de propriedade e práticas de marketing legítimas. Essa decisão também ressalta a importância da proteção de marca no Brasil – inclusive a proteção de slogans perante o INPI – e reafirma que, mesmo em casos de disputa, o uso de slogans e termos comuns deve ser avaliado à luz das particularidades de cada negócio.

Acesse a decisão completa no [link](#). Processo nº 1083308-68.2024.8.26.0100.



## STJ determina que a marca ‘Chiquititas’ não tem notoriedade suficiente para assegurar imprescritibilidade em ação contra registro indevido

A Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça (STJ) decidiu que a marca “Chiquititas” não é suficientemente famosa para garantir a imprescritibilidade da ação de anulação de registro indevido no INPI. A decisão reformou um acórdão do Tribunal Regional Federal da 2ª Região (TRF2) e considerou prescrita a ação proposta pelo SBT e pela SS Comércio de Cosméticos contra uma empresa que usou a marca em produtos de beleza.

A ministra relatora, Nancy Andrichi, destacou que a proteção especial depende do reconhecimento do INPI, o que não ocorreu nesse caso.

A ministra também destacou que a Convenção da União de Paris (CUP) permite a imprescritibilidade apenas para ações que envolvem má-fé ou cópia de marcas muito conhecidas. No processo em questão, o SBT

e a SS Comércio não apresentaram registros válidos no exterior que justificassem essa proteção. Além disso, a Lei de Propriedade Industrial (LPI) proíbe o registro de obras artísticas como marca sem o consentimento do autor. Assim, qualquer ação de nulidade deve ser feita dentro do prazo de cinco anos, o que não foi observado pelos autores.

A decisão do STJ é um precedente importante para casos envolvendo marcas notoriamente conhecidas e destaca a importância da tomada de medidas pelos titulares de direitos para preservar seus interesses. Além disso, a decisão reitera que a “notoriedade” por si só não assegura proteção legal, e a falta de registro pode resultar na perda de direitos fundamentais.

Consulte o acórdão [aqui](#).



## Netflix mantém imagens de Edir Macedo em documentário após decisão judicial em São Paulo

A 36ª Vara Cível de São Paulo rejeitou o pedido do bispo Edir Macedo para que a Netflix removesse suas imagens do documentário “O Diabo no Tribunal”, sob a alegação de que a reprodução de sua imagem no contexto do documentário comprometeria a sua reputação, associando-os indevidamente a práticas de exorcismo em um contexto sensacionalista.

A magistrada argumentou que não há evidências de dano grave ou risco irreparável. Ela destacou que as imagens são de baixa qualidade e aparecem por poucos segundos, dificultando a identificação clara dos bispos. A decisão também considerou que a remoção das cenas implicaria um ônus desproporcional à plataforma de streaming.

Vale destacar que a defesa da Netflix, por sua vez, sustentou que as imagens são de domínio público e foram utilizadas de forma exemplificativa, ressaltando, ainda, que Edir Macedo já havia divulgado vídeos semelhantes, o que torna a sua exposição no documentário menos problemática.

A decisão da juíza ressalta a importância de equilibrar o direito à imagem com a liberdade de expressão. A proteção da liberdade de expressão é vital, e decisões como essa ajudam a garantir que o uso de imagens em produções documentais não seja indevidamente cerceado, desde que respeitados os limites legais.

Acesse a decisão completa no [link](#). Processo nº 1166991-03.2024.8.26.0100.



## Decisão judicial restringe proteção de marcas consideradas “fracas”: caso da Eurofarma e sua marca REHIDRAT

A 2ª Vara Empresarial e de Conflitos de Arbitragem da Comarca de São Paulo decidiu rejeitar o pedido da Eurofarma Laboratórios S/A para obter exclusividade total sobre a marca “REHIDRAT” (acesse a decisão na íntegra aqui). O juiz Guilherme de Paula Nascente Nunes argumentou que marcas consideradas “fracas”, por serem descritivas ou evocativas da função do produto, possuem proteção jurídica limitada. A Eurofarma alegou concorrência desleal devido à comercialização de produtos pela empresa Guessy Industrial sob o nome “REYDRAT MAIS”, mas a defesa

enfatizou que a similaridade entre as marcas não configura violação de direitos, já que ambas remetem à função de reidratação.

A decisão enfatiza a importância da coexistência de marcas evocativas no mercado, evitando a concessão de monopólios que poderiam prejudicar a concorrência. A Eurofarma foi condenada ao pagamento de custas processuais e honorários advocatícios, mas ainda tem a possibilidade de recorrer da decisão.

Processo nº 1142370-3 9.2024.8.26.0100.

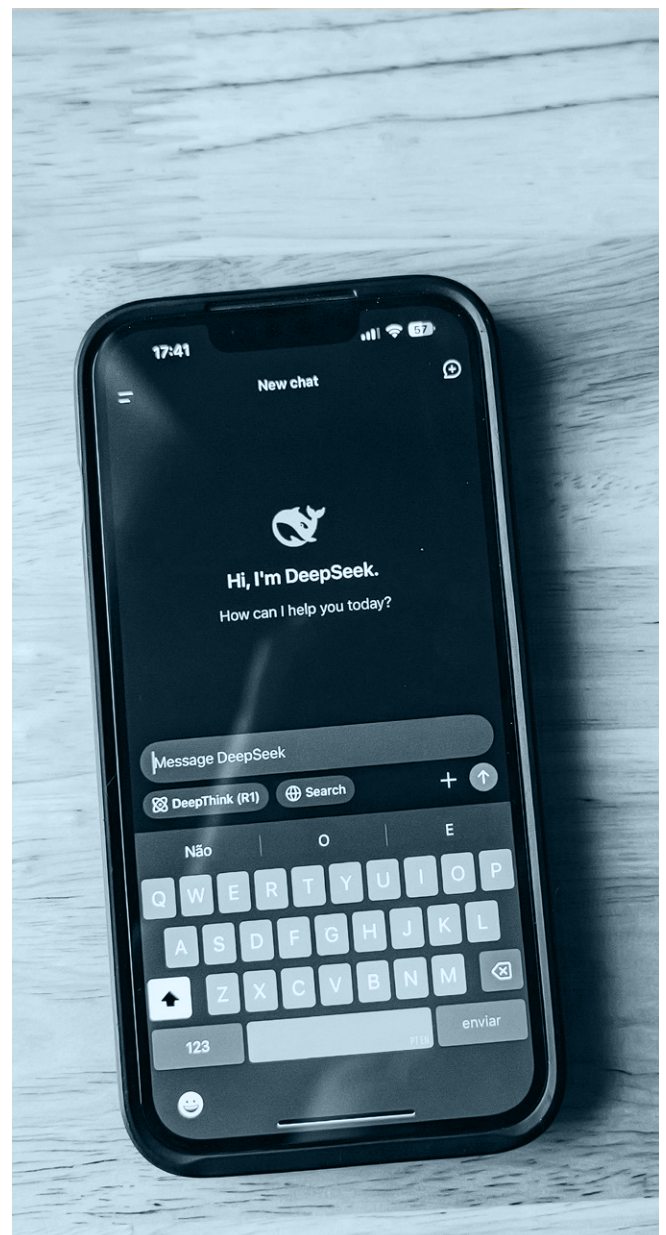


# PI NO EXTERIOR

## OpenAI alega uso indevido de seus modelos de IA pela startup DeepSeek

Após preocupações constantes da OpenAI acerca de uma possível violação de propriedade intelectual por parte da startup chinesa DeepSeek, a empresa revelou ter evidências que comprovam que a startup teria se utilizado modelos de inteligência artificial (IA) da OpenAI para treinar sua própria versão de código aberto. Esse anúncio gerou um impacto negativo nas ações das empresas de tecnologia nos EUA e na Europa, resultando em uma perda de mercado superior a US\$ 1 trilhão até o momento.

De acordo com a empresa, a startup DeepSeek utilizou-se de uma técnica chamada destilação, que consiste no aprendizado de um modelo a partir das saídas de outro, permitindo que empresas alcancem resultados similares com custos reduzidos. A prática de destilação é comum na indústria de IA, mas deve ser utilizada com o devido cuidado, pois levanta questões sobre a proteção da propriedade intelectual. A OpenAI ressaltou que está tomando medidas para proteger suas inovações e que contará com o governo dos EUA para evitar a apropriação de suas tecnologias pelos seus concorrentes.





## Dior enfrenta atriz de filmes adultos em disputa por uso de marca registrada

A Dior está novamente em conflito com a estrela de filmes adultos Stephanie Hodge, que busca registrar o nome “Gigi Dior” para uso em serviços de entretenimento, incluindo aparições pessoais e produção de conteúdo para adultos. A marca francesa apresentou uma declaração ao Tribunal de Apelações e Julgamento de Marcas dos EUA, argumentando que sua reputação associada ao nome Dior está em risco, uma vez que a utilização do nome “Gigi Dior” pode causar confusão entre os consumidores, levando-os a acreditar na existência de alguma associação da utilização do nome para tais fins com a marca Dior.

A empresa destacou sua longa história de promoção de produtos por meio de celebridades, o que torna o uso do seu nome em um contexto oposto, como na referida indústria,

ainda mais problemático. A empresa afirma que a marca “Gigi Dior” incorpora indevidamente sua marca registrada e que Hodge, ao oferecer serviços de entretenimento adulto, contradiz a imagem de luxo da Dior, prejudicando a reputação da marca entre os consumidores. O Diretor Financeiro da Dior, Hien Tran Trung, expressou suas preocupações acerca da concessão do registro da marca a Hodge, visto que interferiria nos direitos exclusivos que a marca desenvolveu ao longo de anos e dificultaria sua expansão futura em outras classes de serviço.

O uso indevido de marcas registradas, especialmente em contextos que não correspondem à imagem da marca, pode resultar em confusão para os consumidores e em danos permanentes ao valor da marca e sua reputação.





### Sócias responsáveis pelo boletim

- 👤 Marcela Waksman Ejnisman
- 👤 Carla do Couto Hellu Battilana
- 👤 Luiza Sato
- 👤 Stephanie Consonni de Schryver

### Colaboraram para este boletim:

- Bianca Patrinhani Okuma
- Igor Baden Powell
- Isabella de Freitas Moraes Sampaio Pereira
- Julie Lissa Kagawa
- Maria Eugênia Geve de Moraes Lacerda
- Miguel Lima Carneiro
- Nathalia Yu Lin