

TozziniFreire.



# Propriedade Intelectual

---

39ª Edição | 2025

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

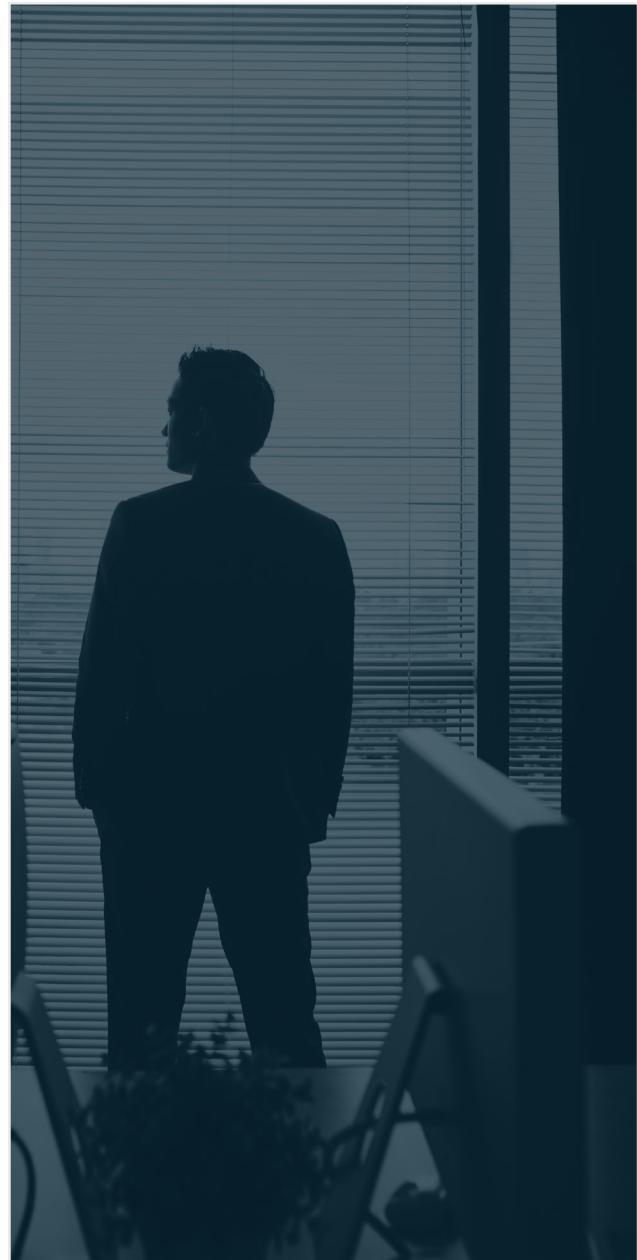
# SUMÁRIO

Clique na notícia e navegue pelo documento 

# DISCUSSÕES ADMINISTRATIVAS

## Proposta de transformação do INPI em agência reguladora

Atualmente, o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) é uma autarquia federal, mas estão em andamento discussões e estudos sobre a proposta para transformá-lo em agência reguladora a fim de aumentar sua autonomia e eficiência. A Associação Brasileira da Propriedade Intelectual (ABPI) organizou recentemente um evento para discutir o tema, veja mais detalhes do evento [aqui](#).



# REALIDADE BRASILEIRA

## NR Sports, empresa dos pais de Neymar, adquire a marca Pelé em negócio de US\$ 8 milhões

A NR Sports, empresa dos pais do jogador Neymar Jr., confirmou a compra da marca Pelé no último mês por US\$ 8 milhões. A aquisição ocorreu após negociações com a Sport 10, agência norte-americana que detinha os direitos de exploração do nome, imagem e acervo histórico relacionados a Pelé.

O pai de Neymar destacou em seu discurso a importância cultural do ícone do futebol, ressaltando que a marca Pelé representa uma linguagem universal compreendida em todo o mundo. A NR Sports destacou que a operação não se limita ao uso mercadológico do nome, mas envolve uma estratégia mais ampla de governança da marca, incluindo controle de licenças, alinhamento reputacional e novos projetos institucionais.

Do ponto de vista da propriedade intelectual, a operação reforça que marcas pessoais notoriamente conhecidas podem assumir autonomia patrimonial relevante, exigindo

estratégias jurídicas que conciliem exploração econômica, proteção marcária e preservação reputacional.



## Semelhança de elementos figurativos motiva disputa entre Mari Maria Cosméticos e Larissa Manoela

Uma das marcas registradas pela empresa Mari Maria Cosméticos em 2016, de uma famosa influenciadora brasileira de maquiagens, tornou-se centro de uma controvérsia após a atriz Larissa Manoela requerer, em 2021, o registro de sua marca contendo elementos figurativos semelhantes, especialmente o desenho de uma coroa, presente em ambas as identidades visuais.



Segundo Mari Maria Cosméticos, sua marca registrada consolidou o uso distintivo da

coroa no segmento de maquiagem, o que poderia ser comprometido pelo pedido posterior da atriz. Apesar da recente decisão administrativa do INPI manter o registro da marca de Larissa Manoela, a empresa Mari Maria Cosméticos afirma que seus direitos adquiridos permanecem intactos e sinaliza a possibilidade de medidas judiciais para proteger sua identidade visual e garantir a observância da Lei nº 9.279/1996 (Lei de Propriedade Industrial, LPI).

O caso reforça a relevância da análise de anterioridade e distintividade em disputas envolvendo elementos figurativos, além de evidenciar a necessidade de coerência entre decisões administrativas e a efetiva tutela dos direitos marcários em mercados altamente competitivos.



## Justiça nega pedido da Yakult para proibir uso embalagem do Isinho

A 11ª Vara Cível de João Pessoa negou o pedido da Yakult para impedir que o leite fermentado Isinho, do Laticínio Belo Vale, utilizasse uma embalagem em formato ondulado, similar à da marca de titularidade da Yakult. O juiz Ricardo da Costa Freitas considerou que esse formato é um padrão de mercado para produtos semelhantes, não representando concorrência desleal. A defesa do Laticínio Belo Vale argumentou que as características da embalagem, como cores e a presença de um personagem, diferenciam o produto Isinho da marca Yakult, além de destacar que o formato ondulado também oferece funcionalidade ao produto.

O julgamento se baseou em um laudo pericial que verificou que a Yakult possui a marca tridimensional mais antiga, mas que não impede a utilização de formatos semelhantes, desde que não haja reprodução exata. A decisão foi

considerada inovadora, segundo a defesa da Yakult, e a empresa já anunciou a intenção de recorrer. A análise do caso também enfatizou que os elementos funcionais da embalagem não devem ser protegidos por exclusividade, permitindo que outros concorrentes possam explorar formas semelhantes.

A decisão reforça o entendimento de que a proteção ao trade dress exige prova robusta de distintividade e de confusão relevante, não bastando a mera semelhança estética ou a atuação no mesmo mercado. O precedente sinaliza cautela na ampliação excessiva da tutela concorrencial, preservando o equilíbrio entre proteção de ativos intangíveis e a livre concorrência, especialmente em mercados de produtos padronizados.

Fonte: Processo nº 0817669-21.2021.8.15.2001



# CASOS JUDICIAIS

## TJSP afasta alegação de risco de confusão entre as marcas Tok&Stok e Tok House

O Tribunal de Justiça de São Paulo (TJSP) manteve sentença que rejeitou alegações de violação marcária formuladas pela Tok&Stok contra a empresa Tok House. No processo, a autora sustentou que o uso do termo “Tok” pela concorrente configuraria aproveitamento parasitário e desviaria sua clientela, afirmindo que esse elemento seria o núcleo distintivo de sua marca. A ré, por sua vez, defendeu inexistência de ilicitude, ressaltando diferenças visuais e conceituais entre os sinais, distinção nos nichos de atuação e até mesmo a alteração voluntária de sua denominação para “RDESIGN”.

Ao analisar o recurso, o relator destacou que a única semelhança entre as marcas reside no uso do termo “Tok”, expressão considerada de baixa originalidade e incapaz de assegurar exclusividade isolada. Para o magistrado, a proteção marcária recai sobre o conjunto da marca, e não sobre parcelas fragmentadas, além de não haver elementos

suficientes para gerar associação indevida entre os públicos. Também pesou no julgamento a diferença entre os modelos de negócio: enquanto a Tok&Stok atua no varejo de móveis de pronta entrega, a ré dedica-se à produção de móveis planejados sob medida, afastando a possibilidade de confusão ou de desvio de clientela.

A decisão reforça que termos pouco distintivos não geram monopólio sobre a marca e que o risco de confusão deve ser avaliado considerando o conjunto marcário e o contexto de mercado. Por outro lado, considerando que “Tok” não é um termo do vernáculo brasileiro e que não há uma diluição aparente no mercado, também refletimos sobre o entendimento a respeito do que seria uma expressão de baixa originalidade e o seu poder distintivo.

Processo nº 1165063-17.2024.8.26.0100



## TJSP confirma dano moral presumido a partir de uso indevido de marca

O TJSP proibiu o uso da marca “Sigvara” por duas empresárias do setor de semijoias, ao reconhecer sua semelhança com a marca “Vivara”. Para o colegiado, a proximidade gráfica e fonética entre os nomes poderia induzir consumidores ao erro e caracterizar concorrência desleal. A decisão determinou a imediata interrupção do uso e fixou indenizações por danos morais e materiais.

O relator destacou que o INPI já havia rejeitado o registro de “Sigvara” pela semelhança com “Vivara”. O Tribunal concluiu que a conduta não apenas configurava concorrência desleal,

mas também gerava dano moral presumido, diante da violação de marca amplamente reconhecida.

O caso reforça a importância da originalidade na criação de marcas e identidades visuais das empresas. Investir em pesquisas de anterioridade e orientação jurídica antes de lançar uma marca é uma medida que evita litígios e protege a credibilidade do negócio.

Fonte: Processo nº 0022886-47.2024.8.26.0100

# PI NO EXTERIOR

## Apple é multada em US\$ 634 milhões por violação de patente

Um júri federal na Califórnia determinou que a Apple Inc. deve pagar US\$ 634 milhões à empresa de tecnologia médica Masimo Corp. por violação de patente relacionada a funcionalidades do Apple Watch. A Apple declarou que discorda da decisão e planeja recorrer, argumentando que a patente em questão expirou em 2022 e que o veredito não reflete os fatos apresentados no julgamento.



Trata-se de uma disputa antiga e multifacetada: em 2023, a Comissão de Comércio Internacional dos EUA determinou que a Apple estava infringindo patentes da Masimo, levando à proibição de importação de modelos de Apple Watch com tecnologia de oxigênio no sangue no mercado norte-americano. A disputa envolve ainda acusações de apropriação de pessoal e know-how entre as empresas e múltiplas reivindicações de patente ao longo dos últimos anos.

A decisão destaca a importância de uma diligência criteriosa sobre o escopo e a validade das patentes, especialmente em produtos complexos que agregam múltiplas tecnologias. A decisão reforça que mesmo grandes empresas, como a Apple, podem ser responsabilizadas por incorporar tecnologias alheias sem licença adequadas. No entanto, a possibilidade de apelação e a expiração da patente central geram incertezas sobre o impacto final da condenação, demonstrando que litígios de patente podem requerer estratégias jurídicas eficazes para reduzir riscos de infração.

## Disney fecha acordo com OpenIA e pode ser ditadora de tendências

A Disney fechou um acordo de três anos com a OpenAI para se tornar a primeira grande parceira de licenciamento de conteúdo no Sora, permitindo que a plataforma gere vídeos curtos, a partir de prompts de usuários, com mais de 200 personagens de Disney, Marvel, Pixar e Star Wars, além de figurinos, props, veículos e cenários icônicos; o acordo também habilita o ChatGPT Images a gerar imagens com o mesmo acervo de propriedade intelectual. A parceria exclui expressamente o uso de quaisquer “likeness” ou vozes de talentos, e seleções curadas desses vídeos de fãs estarão disponíveis no Disney+ a partir de início de 2026.

Além do licenciamento, a Disney será um grande cliente da OpenAI (usando APIs para criar produtos, ferramentas e experiências, inclusive

para o Disney+, e adotando o ChatGPT para colaboradores) e fará um investimento de US\$ 1 bilhão em participação acionária, com warrants para adquirir mais ações; as empresas afirmaram um compromisso conjunto com o uso responsável de inteligência artificial (IA) para proteger a segurança dos usuários e os direitos de criadores. A transação ainda depende de acordos definitivos, aprovações corporativas e condições usuais de fechamento.

Trata-se de um passo pioneiro de licenciamento oficial que cria um espaço “on the record” para UGC com IP Disney em IA generativa.





### Sócias responsáveis pelo boletim

-  Carla do Couto Hellu Battilana
-  Luiza Sato
-  Stephanie Consonni de Schryver

### Colaboraram para este boletim:

- Bianca Patrinhani Okuma
- Carolina Soares Franco
- Eduarda Guerra de Almeida Prado
- Igor Baden Powell
- Isabella de Freitas Moraes Sampaio Pereira
- Julie Lissa Kagawa
- Maria Eugenia Geve de Moraes Lacerda
- Miguel Lima Carneiro
- Nathalia Yu Lin