

ADVOGADOS  
CORRESPONDENTES

MENU

[Home](#) • [Artigos](#)

- Resultado favorável em disputa de marca para os ex-integrantes da banda “Legião Urbana” completa um ano

## Resultado favorável em disputa de marca para os ex-integrantes da banda “Legião Urbana” completa um ano

A disputa sobre a propriedade da marca “Legião Urbana” tornou-se um dos casos mais emblemáticos sobre o tema no Brasil. A disputa pelo uso da Marca “Legião Urbana” não começou agora, tendo mais de oito anos de processos, entre a empresa Legião Urbana Produções Artísticas Ltda, propriedade de Giuliano Manfredini, (filho do líder da banda Renato Russo – que lamentavelmente faleceu em 1996) e os ex-integrantes, Dado Villa-Lobos e Marcelo Bonfá.

Manfredini afirma ter os direitos totais do nome Legião Urbana e passou a notificar Villa-Lobos e Bonfá quando faziam apresentações ou usavam de alguma forma a marca da banda. Os ex-integrantes entraram com uma ação no Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro (TJ-RJ) em 2013 tentando inviabilizar este tipo de cobrança do filho de Renato Russo. Em 2014, o TJ-RJ concedeu a Dado Villa-Lobos e Marcelo Bonfá o direito de usar a marca, o que permitiu a ambos realizar uma turnê em homenagem aos 30 anos dos dois primeiros discos da banda. Mas, um ano depois, Manfredini recorreu ao Supremo Tribunal de Justiça, solicitando uma ação rescisória de um terço dos valores que os músicos ganharam em turnês e questionou em juízo a competência para o tribunal estadual julgar o caso, levando o processo para a instância federal, no Superior Tribunal de Justiça.

No dia 29 de junho, vai completar um ano que a 4ª Turma do Superior Tribunal de Justiça (STJ) autorizou os ex-integrantes da banda Legião Urbana, Dado-Villa-

Lobos e Marcelo Bonfá a utilizarem o nome da banda em suas apresentações musicais, apesar de não ter atribuído qualquer copropriedade da marca.

“A verdade é que o Judiciário brasileiro tentou equilibrar a propriedade da marca e a identidade do grupo musical para dirimir esse conflito ao proferir uma decisão aparentemente salomônica: Dado e Bonfá não poderão usar a marca para fins comerciais, como, por exemplo, o licenciamento de produtos, no entanto, é permitido o uso da marca LEGIÃO URBANA em shows – o que soa um tanto estranho, pois tal uso não deixa de ser um uso econômico da marca”, explica Marianna Furtado de Mendonça, sócia e uma das líderes da área de contencioso do escritório Montauray Pimenta, Machado & Vieira de Mello.

Batido o martelo sobre o uso do nome “Legião Urbana” em junho de 2021, este caso remete à questão identitária e ao uso da obra pelo autor. Para Marianna Furtado de Mendonça, ainda que o Judiciário brasileiro tenha sido contrário à técnica, tentou equilibrar essa questão do nome da banda, mesmo que os demandantes não possam fazer uso da marca para qualquer outro fim comercial, como por exemplo, o licenciamento de bens diversos.

“O STJ entendeu que o uso do nome da banda pelos ex-integrantes faz parte da expressão de sua própria identidade, constituindo um reflexo de suas personalidades, que não poderiam ser restringidas pela Lei de Propriedade Industrial. Assim, com base na função social da propriedade, na repercussão negativa do direito de acesso à cultura e no exercício dos direitos autorais, os demandantes podem usar o nome da banda ‘Legião Urbana’ em shows, mesmo sem serem proprietários ou licenciados do registro da marca Legião Urbana”, explica a sócia do Montauray Pimenta, Machado & Vieira de Mello.

Outros casos semelhantes pelo direito de uso do nome estampam os veículos de comunicação do Brasil, como os dos grupos: Cidade Negra, RPM e Charles Brown Júnior e o último, sobre o nome “As Patroas”, que envolvem as cantoras Mayara e Maraísa de um lado e do outro, a cantora Daisy Soares.

Fonte: *Escritório Montauray Pimenta, Machado & Vieira de Mello*

 Voltar

