

Poder Judiciário da União
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL E DOS TERRITÓRIOS

Órgão	8ª Turma Cível
Processo N.	APELAÇÃO CÍVEL 0728472-50.2023.8.07.0015
APELANTE(S)	MARIA CAROLINA DE MORAIS CORREA
APELADO(S)	RADIO PANAMERICANA S A
Relator	Desembargador JOSE FIRMO REIS SOUB
Acórdão Nº	1912887

EMENTA

APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE FAZER. COLISÃO ENTRE MARCAS DE PODCASTS. PRETENSÃO DE UTILIZAÇÃO EXCLUSIVA DE MARCA. REGISTRO PERANTE O INPI. MARCA FRACA OU EVOCATIVA. MITIGAÇÃO DA EXCLUSIVIDADE DECORRENTE DO REGISTRO. IMPROCEDÊNCIA DOS PEDIDOS. SENTENÇA MANTIDA.

1. Não se reconhece o direito de utilização exclusiva de marca registrada no INPI que contém a locução “mais um”, seguida da palavra “podcast”, dada a ausência de originalidade e por constituir marca fraca ou evocativa, com expressão de uso comum, circunstância capaz de mitigar a proteção de exclusividade que deriva do registro. Precedentes do Tribunal de Cidadania.

2. APELAÇÃO CONHECIDA, E NÃO PROVIDA.

ACÓRDÃO

Acordam os Senhores Desembargadores do(a) 8ª Turma Cível do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, JOSE FIRMO REIS SOUB - Relator, CARMEN BITTENCOURT - 1º Vogal e EUSTAQUIO DE CASTRO - 2º Vogal, sob a Presidência do Senhor Desembargador DIAULAS COSTA RIBEIRO, em proferir a seguinte decisão: Apelação conhecida, e não provida. Unânime, de acordo com a ata do julgamento e notas taquigráficas.

Brasília (DF), 03 de Setembro de 2024



Desembargador JOSE FIRMO REIS SOUB
Relator

RELATÓRIO

Cuida-se de apelação interposta por MARIA CAROLINA DE MORAIS CORREA contra o teor da sentença proferida pelo Juíza Substituta do Núcleo Permanente de Gestão de Metas de Primeiro Grau – Nupmetas, em auxílio ao Juízo da 4ª Vara Cível de Brasília que, nos autos da ação de obrigação de fazer ajuizada pela apelante em desfavor de RÁDIO PANAMERICANA SA (RÁDIO JOVEM PAN), julgou improcedentes os pedidos autorais deduzidos na causa com o principal objetivo de impor à requerida a abstenção do uso nome “+1 Podcast”, bem como de marca a ele correlata.

Em síntese, reconheceu a Juíza *a quo*, na sentença de ID 61800656 que, apesar do registro da titularidade da marca vindicada, por ser “Mais um: *podcast*” uma marca fraca ou evocativa, há exceção à regra de exclusividade de uso, podendo ser adotada por terceiros de boa-fé.

Em suas razões recursais, argumenta a apelante que, em decorrência da revelia da requerida, presumem-se verdadeiras as alegações deduzidas na inicial, principalmente as relacionadas à utilização de marca alheia com intuito de desviar clientela e promover concorrência desleal. Esclarece que a violação reclamada diz respeito ao “elemento nominativo” da marca, mas não propriamente ao logotipo que a requerida utiliza. Tampouco diz respeito à palavra “*podcast*” em si, que não pode ser protegida por ser uma palavra de uso comum.

Aponta que a sentença deveria ter considerado o “conjunto marcário sob o prisma nominativo”, e não apenas as partículas componentes do nome ou seus elementos figurativos.

Defende, em síntese, que o registro do nome perante o INPI é o que lhe garante a utilização exclusiva da marca. Especialmente sobre a locução “Mais um”, admite tratar-se de expressão comum na língua portuguesa, porém sem correlação com a atividade de podcast. Mas nem por isso tem uma frágil proteção de marca, inclusive porque, durante o processo de registro, foram consideradas a distintividade, a originalidade e novidade do nome.



Assim, requer a reforma da sentença para que sejam julgados procedentes os pedidos deduzidos na petição inicial da causa.

Preparo regularmente recolhido, conforme ID 61801015.

Não foram apresentadas contrarrazões.

É o resumo dos acontecimentos.

VOTOS

O Senhor Desembargador JOSE FIRMO REIS SOUB - Relator

ADMISSIBILIDADE

Presentes os pressupostos legais, *conheço* do recurso de apelação da autora.

FUNDAMENTAÇÃO

Os autos revelam a pretensão da requerente de uso exclusivo de marca de *podcast*.

Na demanda, a autora narra que possui um *podcast* intitulado “Mais um: o *podcast*”, desde julho de 2020, com marca registrada no INPI, em 2022, por meio do qual difunde conversas com personalidades convidadas sobre temas variados do cotidiano, em diversas plataformas digitais.

Apesar disso, fora surpreendida, em 2022, com a divulgação de outro *podcast* chamado “+1 *Podcast*”, pertencente à rádio Jovem Pan, que passou a ganhar maior notoriedade e, por isso mesmo, a causar prejuízos à autora de ordem moral e material, sobretudo pela confusão de marcas provocada nos consumidores, pela vinculação do nome da marca a patrocinadores indesejados, também pela perda de clientes e de lucros cessantes.

A sentença impugnada considerou não só a anterioridade do registro da marca do *podcast*, mas, primordialmente, a circunstância de que não há originalidade suficiente para a marca registrada pela ré. Isso porque composta por expressão de uso comum e, por isso, sofre mitigação da proteção de exclusividade decorrente do registro. *Peço vênia* para transcrever o seguinte excerto:



“[...] Outrossim, a jurisprudência consolidada do STJ orienta que marcas fracas ou evocativas, que constituem expressão de uso comum de pouca originalidade, podem acarretar a mitigação da regra de exclusividade decorrente do registro, admitindo-se a sua utilização por terceiros de boa-fé. Nesse sentido:

“AGRAVO INTERNO. RECURSO ESPECIAL. PROCESSUAL CIVIL. MARCA EVOCATIVA. ELEMENTOS COMUNS. POSSIBILIDADE DE CONVIVÊNCIA COM OUTRAS SEMELHANTES. SÚMULA N. 83/STJ.

1. Marcas evocativas, ou seja, que contenham expressões de uso comum, de pouca originalidade e sem suficiente forma distintiva, podem conviver com outras semelhantes, dada a mitigação da exclusividade do registro.

2. O Tribunal de origem julgou nos moldes da jurisprudência pacífica desta Corte. Incidente, portanto, o enunciado 83 da Súmula do STJ.

3. Agravo interno a que se nega provimento.

(AgInt no REsp n. 2.053.824/SE, relatora Ministra Maria Isabel Gallotti, Quarta Turma, julgado em 29/4/2024, DJe de 2/5/2024.)”

No caso, não assiste razão a autora.

O logotipo “Mais um: o podcast”, objeto de registro pela autora, trata-se de expressão de uso comum, de pouca originalidade, sendo plenamente possível de conviver com outras semelhantes, tal como o utilizado pela ré.

Ressalto, ainda, que o logotipo “+1 Podcast” possui escrita diversa daquele registrado pela autora, além de possuir um público próprio dos ouvintes da rádio veiculada pela ré.

Importa registrar que a circunstância mais relevante para o deslinde da controvérsia reside no baixo grau de distintividade da expressão “Mais um: O Podcast”, justamente por se tratar de marca evocativa ou sugestiva, por se constituir a partir de expressão que remete a um conceito de uso comum. Entende-se, portanto, que para uma marca possuir exclusividade plena, deve se destacar de expressões e conceitos do domínio comum, sendo inviável conceder a alguém a propriedade privada e exclusiva sobre termos usados comumente pelas pessoas quando tratam daquele objeto ou serviço.

Neste contexto, diante do fato de a denominação “Mais um: O Podcast” consistir em expressão evocativa/sugestiva de uso comum, deve o detentor desta marca suportar o ônus da convivência com outras marcas semelhantes, ainda que sua marca tenha sido previamente registrada perante o INPI.” (trecho da sentença de ID 61800656)

Ora, realmente, a locução “mais um”, mesmo que seguida do termo “*podcast*”, a designar o infoproduto ou serviço, não tem nada de original, nem guarda criatividade, ineditismo ou inovação. Mesmo com o registro, a marca que a contém é, por certo, fraca ou evocativa.

E marcas assim, que utilizam expressões de uso comum, de pouca ou criatividade ou autenticidade mitigam a regra da exclusividade derivante do registro. Daí, porque outros também a podem utilizar. Aliás, as partes dos autos nem são as únicas a utilizarem denominação



semelhante (“mais um podcast”) para as suas mídias digitais. Em breve consulta ao *Instagram*, é possível visualizar a existência de outros três *podcasts* intitulados “mais um podcast”, embora com pequena variação de escrita.

E a despeito de não haver impugnação específica da parte requerida a respeito dessa condição de marca fraca, em razão da revelia como disse a apelante, não haveria óbice algum a que o juízo singular a conhecesse.

Neste sentido, é o entendimento jurisprudencial do Superior Tribunal de Justiça:

AGRAVO INTERNO. RECURSO ESPECIAL. PROCESSUAL CIVIL. MARCA EVOCATIVA. ELEMENTOS COMUNS. POSSIBILIDADE DE CONVIVÊNCIA COM OUTRAS SEMELHANTES. SÚMULA N. 83/STJ. 1. Marcas evocativas, ou seja, que contenham expressões de uso comum, de pouca originalidade e sem suficiente forma distintiva, podem conviver com outras semelhantes, dada a mitigação da exclusividade do registro. 2. O Tribunal de origem julgou nos moldes da jurisprudência pacífica desta Corte. Incidente, portanto, o enunciado 83 da Súmula do STJ. 3. Agravo interno a que se nega provimento. (AgInt no REsp 205824/SE, Quarta Turma, Rel. Min. Maria Isabel Gallotti, j. 29.04.2024, publ. no DJe 02.05.2024)

AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. PROPRIEDADE INDUSTRIAL. UTILIZAÇÃO DE MARCA. EXPRESSÃO DE USO COMUM. EXCLUSIVIDADE. MITIGAÇÃO. SÚMULA 83/STJ. REVISÃO. SÚMULA 7/STJ. AGRAVO INTERNO DESPROVIDO. 1. Consoante a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, “marcas fracas, que constituem expressão de uso comum (como no particular), de pouca originalidade e sem suficiente forma distintiva, atraem a mitigação da regra de exclusividade do registro e podem conviver com outras semelhantes” (AgInt no REsp n. 1.988.324/PE, relatora Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, julgado em 12/12/2022, DJe de 14/12/2022). 2. A modificação do posicionamento adotado pela Corte local, acerca da inexistência de concorrência desleal e prejuízo para os consumidores, esbarra na Súmula 7/STJ. 3. Agravo interno desprovido. (AgInt no ARESp 2436225/SP, Rel. Min. MARCO AURÉLIO BELLIZZE, Terceira Turma, j. 04.03.2024, publ. no DJe 07.03.2024)

Sob outro aspecto, as semelhanças entre as marcas não impossibilitam a coexistência harmônica entre elas. Ainda que estejam relacionadas ao mesmo segmento, mais precisamente, de conteúdo digital, nota-se relevante distinção no quanto às formas de apresentação, com elementos visuais e distintivos suficientes a afastar qualquer erro, dúvida ou confusão a respeito.

A juízo *a quo* ainda chamou a atenção de que:



“Verifico, ademais, que pela própria designação gráfica da marca da autora e do logotipo da ré, as semelhanças não permitem a qualquer homem médio que usufrui esse tipo de serviço confundir os podcasts da autora com os da ré.

Ainda que se possa cogitar de semelhanças de padrão gráfico e cromático ao se comparar marca e logotipo, tal semelhança é irrelevante para confundir clientela e atingir qualquer direito da autora.” (ID 61800656)

Não se pode ainda perder de vista que o nome “Mais um: o *Podcast*” não se trata de “marca notoriamente conhecida em seu ramo de atividade”. Nessa categoria, a Lei inclui aquela que “*conhecida em seu ramo de atividade nos termos do art. 6º bis (I), da Convenção da União de Paris para Proteção da Propriedade Industrial, goza de proteção especial, independentemente de estar previamente depositada ou registrada no Brasil*”.

Seria marca que alcança reconhecimento tão expressivo que, a despeito de não estar registrada em território nacional, tem proteção no respectivo ramo de atividade. Realmente não é o caso.

Dos autos não se extrai fundamento apto a justificar a utilização exclusiva da marca “Mais um: o *Podcast*” pela autora.

Logo, mantenho a sentença.

Informações complementares

A ação foi proposta em 16.10.2023; A sentença foi prolatada em 06.05.20024; o valor da causa é de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais); honorários pela parte requerente, fixados em 10% (dez por cento) do valor atualizado da causa.

DISPOSITIVO

Por tais fundamentos, **NEGO PROVIMENTO** ao recurso, mantendo na íntegra a sentença impugnada.

Na forma do artigo 85, §11, do CPC majoro os honorários sucumbenciais em 2% (dois por cento).

É o meu voto.

A Senhora Desembargadora CARMEN BITTENCOURT - 1º Vogal

Com o relator

O Senhor Desembargador EUSTAQUIO DE CASTRO - 2º Vogal

Com o relator



DECISÃO

Apelação conhecida, e não provida. Unânime



APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE FAZER. COLISÃO ENTRE MARCAS DE PODCASTS. PRETENSÃO DE UTILIZAÇÃO EXCLUSIVA DE MARCA. REGISTRO PERANTE O INPI. MARCA FRACA OU EVOCATIVA. MITIGAÇÃO DA EXCLUSIVIDADE DECORRENTE DO REGISTRO. IMPROCEDÊNCIA DOS PEDIDOS. SENTENÇA MANTIDA.

1. Não se reconhece o direito de utilização exclusiva de marca registrada no INPI que contém a locução “mais um”, seguida da palavra “podcast”, dada a ausência de originalidade e por constituir marca fraca ou evocativa, com expressão de uso comum, circunstância capaz de mitigar a proteção de exclusividade que deriva do registro. Precedentes do Tribunal de Cidadania.

2. APELAÇÃO CONHECIDA, E NÃO PROVIDA.



ADMISSIBILIDADE

Presentes os pressupostos legais, **conheço** do recurso de apelação da autora.

FUNDAMENTAÇÃO

Os autos revelam a pretensão da requerente de uso exclusivo de marca de *podcast*.

Na demanda, a autora narra que possui um *podcast* intitulado “Mais um: o *podcast*”, desde julho de 2020, com marca registrada no INPI, em 2022, por meio do qual difunde conversas com personalidades convidadas sobre temas variados do cotidiano, em diversas plataformas digitais.

Apesar disso, fora surpreendida, em 2022, com a divulgação de outro *podcast* chamado “+1 *Podcast*”, pertencente à rádio Jovem Pan, que passou a ganhar maior notoriedade e, por isso mesmo, a causar prejuízos à autora de ordem moral e material, sobretudo pela confusão de marcas provocada nos consumidores, pela vinculação do nome da marca a patrocinadores indesejados, também pela perda de clientes e de lucros cessantes.

A sentença impugnada considerou não só a anterioridade do registro da marca do *podcast*, mas, primordialmente, a circunstância de que não há originalidade suficiente para a marca registrada pela ré. Isso porque composta por expressão de uso comum e, por isso, sofre mitigação da proteção de exclusividade decorrente do registro. *Peço vênia* para transcrever o seguinte excerto:

“[...] Outrossim, a jurisprudência consolidada do STJ orienta que marcas fracas ou evocativas, que constituem expressão de uso comum de pouca originalidade, podem acarretar a mitigação da regra de exclusividade decorrente do registro, admitindo-se a sua utilização por terceiros de boa-fé. Nesse sentido:

“AGRAVO INTERNO. RECURSO ESPECIAL. PROCESSUAL CIVIL. MARCA EVOCATIVA. ELEMENTOS COMUNS. POSSIBILIDADE DE CONVIVÊNCIA COM OUTRAS SEMELHANTES. SÚMULA N. 83/STJ.

1. Marcas evocativas, ou seja, que contenham expressões de uso comum, de pouca originalidade e sem suficiente forma distintiva, podem conviver com outras semelhantes, dada a mitigação da exclusividade do registro.

2. O Tribunal de origem julgou nos moldes da jurisprudência pacífica desta Corte. Incidente, portanto, o enunciado 83 da Súmula do STJ.

3. Agravo interno a que se nega provimento.

(AgInt no REsp n. 2.053.824/SE, relatora Ministra Maria Isabel Gallotti, Quarta Turma, julgado em 29/4/2024, DJe de 2/5/2024.)”

No caso, não assiste razão a autora.



O logotipo “Mais um: o podcast”, objeto de registro pela autora, trata-se de expressão de uso comum, de pouca originalidade, sendo plenamente possível de conviver com outras semelhantes, tal como o utilizado pela ré.

Ressalto, ainda, que o logotipo “+1 Podcast” possui escrita diversa daquele registrado pela autora, além de possuir um público próprio dos ouvintes da rádio veiculada pela ré.

Importa registrar que a circunstância mais relevante para o deslinde da controvérsia reside no baixo grau de distintividade da expressão “Mais um: O Podcast”, justamente por se tratar de marca evocativa ou sugestiva, por se constituir a partir de expressão que remete a um conceito de uso comum. Entende-se, portanto, que para uma marca possuir exclusividade plena, deve se destacar de expressões e conceitos do domínio comum, sendo inviável conceder a alguém a propriedade privada e exclusiva sobre termos usados comumente pelas pessoas quando tratam daquele objeto ou serviço.

Neste contexto, diante do fato de a denominação “Mais um: O Podcast” consistir em expressão evocativa/sugestiva de uso comum, deve o detentor desta marca suportar o ônus da convivência com outras marcas semelhantes, ainda que sua marca tenha sido previamente registrada perante o INPI.” (trecho da sentença de ID 61800656)

Ora, realmente, a locução “mais um”, mesmo que seguida do termo “*podcast*”, a designar o infoproduto ou serviço, não tem nada de original, nem guarda criatividade, ineditismo ou inovação. Mesmo com o registro, a marca que a contém é, por certo, fraca ou evocativa.

E marcas assim, que utilizam expressões de uso comum, de pouca ou criatividade ou autenticidade mitigam a regra da exclusividade derivante do registro. Daí, porque outros também a podem utilizar. Aliás, as partes dos autos nem são as únicas a utilizarem denominação semelhante (“mais um podcast”) para as suas mídias digitais. Em breve consulta ao *Instagram*, é possível visualizar a existência de outros três *podcasts* intitulados “mais um podcast”, embora com pequena variação de escrita.

E a despeito de não haver impugnação específica da parte requerida a respeito dessa condição de marca fraca, em razão da revelia como disse a apelante, não haveria óbice algum a que o juízo singular a conhecesse.

Neste sentido, é o entendimento jurisprudencial do Superior Tribunal de Justiça:

AGRAVO INTERNO. RECURSO ESPECIAL. PROCESSUAL CIVIL. MARCA EVOCATIVA. ELEMENTOS COMUNS. POSSIBILIDADE DE CONVIVÊNCIA COM OUTRAS SEMELHANTES. SÚMULA N. 83/STJ. 1. Marcas evocativas, ou seja, que contenham expressões de uso comum, de pouca originalidade e sem suficiente forma distintiva, podem conviver com outras semelhantes, dada a mitigação da exclusividade do registro. 2. O Tribunal de origem julgou nos moldes da jurisprudência pacífica desta Corte. Incidente, portanto, o enunciado 83 da Súmula do



STJ. 3. Agravo interno a que se nega provimento. (AgInt no REsp 205824/SE, Quarta Turma, Rel. Min. Maria Isabel Gallotti, j. 29.04.2024, publ. no DJe 02.05.2024)

AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. PROPRIEDADE INDUSTRIAL. UTILIZAÇÃO DE MARCA. EXPRESSÃO DE USO COMUM. EXCLUSIVIDADE. MITIGAÇÃO. SÚMULA 83/STJ. REVISÃO. SÚMULA 7/STJ. AGRAVO INTERNO DESPROVIDO. 1. Consoante a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, "marcas fracas, que constituem expressão de uso comum (como no particular), de pouca originalidade e sem suficiente forma distintiva, atraem a mitigação da regra de exclusividade do registro e podem conviver com outras semelhantes" (AgInt no REsp n. 1.988.324/PE, relatora Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, julgado em 12/12/2022, DJe de 14/12/2022). 2. A modificação do posicionamento adotado pela Corte local, acerca da inexistência de concorrência desleal e prejuízo para os consumidores, esbarra na Súmula 7/STJ. 3. Agravo interno desprovido. (AgInt no AREsp 2436225/SP, Rel. Min. MARCO AURÉLIO BELLIZZE, Terceira Turma, j. 04.03.2024, publ. no DJe 07.03.2024)

Sob outro aspecto, as semelhanças entre as marcas não impossibilitam a coexistência harmônica entre elas. Ainda que estejam relacionadas ao mesmo segmento, mais precisamente, de conteúdo digital, nota-se relevante distinção no quanto às formas de apresentação, com elementos visuais e distintivos suficientes a afastar qualquer erro, dúvida ou confusão a respeito.

A juízo *a quo* ainda chamou a atenção de que:

"Verifico, ademais, que pela própria designação gráfica da marca da autora e do logotipo da ré, as semelhanças não permitem a qualquer homem médio que usufrui esse tipo de serviço confundir os podcasts da autora com os da ré.

Ainda que se possa cogitar de semelhanças de padrão gráfico e cromático ao se comparar marca e logotipo, tal semelhança é irrelevante para confundir clientela e atingir qualquer direito da autora." (ID 61800656)

Não se pode ainda perder de vista que o nome "Mais um: o Podcast" não se trata de "marca notoriamente conhecida em seu ramo de atividade". Nessa categoria, a Lei inclui aquela que "conhecida em seu ramo de atividade nos termos do art. 6º bis (I), da Convenção da União de Paris para Proteção da Propriedade Industrial, goza de proteção especial, independentemente de estar previamente depositada ou registrada no Brasil".

Seria marca que alcança reconhecimento tão expressivo que, a despeito de não estar registrada em território nacional, tem proteção no respectivo ramo de atividade. Realmente não é o caso.



Dos autos não se extrai fundamento apto a justificar a utilização exclusiva da marca “Mais um: o *Podcast*” pela autora.

Logo, mantenho a sentença.

Informações complementares

A ação foi proposta em 16.10.2023; A sentença foi prolatada em 06.05.2024; o valor da causa é de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais); honorários pela parte requerente, fixados em 10% (dez por cento) do valor atualizado da causa.

DISPOSITIVO

Por tais fundamentos, **NEGO PROVIMENTO** ao recurso, mantendo na íntegra a sentença impugnada.

Na forma do artigo 85, §11, do CPC majoro os honorários sucumbenciais em 2% (dois por cento).

É o meu voto.



Cuida-se de apelação interposta por MARIA CAROLINA DE MORAIS CORREA contra o teor da sentença proferida pelo Juíza Substituta do Núcleo Permanente de Gestão de Metas de Primeiro Grau – Nupmetas, em auxílio ao Juízo da 4ª Vara Cível de Brasília que, nos autos da ação de obrigação de fazer ajuizada pela apelante em desfavor de RÁDIO PANAMERICANA SA (RÁDIO JOVEM PAN), julgou improcedentes os pedidos autorais deduzidos na causa com o principal objetivo de impor à requerida a abstenção do uso nome “+1 Podcast”, bem como de marca a ele correlata.

Em síntese, reconheceu a Juíza *a quo*, na sentença de ID 61800656 que, apesar do registro da titularidade da marca vindicada, por ser “Mais um: *podcast*” uma marca fraca ou evocativa, há exceção à regra de exclusividade de uso, podendo ser adotada por terceiros de boa-fé.

Em suas razões recursais, argumenta a apelante que, em decorrência da revelia da requerida, presumem-se verdadeiras as alegações deduzidas na inicial, principalmente as relacionadas à utilização de marca alheia com intuito de desviar clientela e promover concorrência desleal. Esclarece que a violação reclamada diz respeito ao “elemento nominativo” da marca, mas não propriamente ao logotipo que a requerida utiliza. Tampouco diz respeito à palavra “*podcast*” em si, que não pode ser protegida por ser uma palavra de uso comum.

Aponta que a sentença deveria ter considerado o “conjunto marcário sob o prisma nominativo”, e não apenas as partículas componentes do nome ou seus elementos figurativos.

Defende, em síntese, que o registro do nome perante o INPI é o que lhe garante a utilização exclusiva da marca. Especialmente sobre a locução “Mais um”, admite tratar-se de expressão comum na língua portuguesa, porém sem correlação com a atividade de podcast. Mas nem por isso tem uma frágil proteção de marca, inclusive porque, durante o processo de registro, foram consideradas a distintividade, a originalidade e novidade do nome.

Assim, requer a reforma da sentença para que sejam julgados procedentes os pedidos deduzidos na petição inicial da causa.

Preparo regularmente recolhido, conforme ID 61801015.

Não foram apresentadas contrarrazões.

É o resumo dos acontecimentos.

