

Paródia musical em propaganda eleitoral não depende de autorização

24/08/2022

O uso de paródia musical em propaganda eleitoral não depende de autorização prévia do autor da obra original, desde que cumpra requisitos de modo a evitar prejuízo aos interesses legítimos do titular do direito autoral e da exploração normal da canção.

Reprodução/TV



Tiririca se vestiu de Roberto Carlos e parodiou sucesso para campanha de 2014
Reprodução/TV

Com esse entendimento, a 2ª Seção do Superior Tribunal de Justiça negou provimento ao recurso especial ajuizado pela gravadora EMI, detentora dos direitos autorais de uma música do cantor Roberto Carlos usada por Tiririca na campanha eleitoral de 2014.

Para concorrer ao cargo de deputado federal, Tiririca parodiou a música "O Portão" e mudou a letra original para "eu votei, de novo vou votar / Tiririca, Brasília é seu lugar". A nova versão foi exibida na TV, em peça na qual o candidato se vestia de maneira a imitar Roberto Carlos.

Em 2019, a 3ª Turma do STJ decidiu que a paródia **não violou os direitos autorais** do cantor. Essa posição foi reafirmada pela 2ª Seção, em julgamento encerrado nesta quarta-feira (24/8) após voto-vista do ministro Raul Araújo. A votação foi unânime, conforme a posição do relator, ministro Luis Felipe Salomão.

Requisitos

Para o relator, é possível que um *jingle* político seja reconhecido como paródia, de modo a receber a proteção do artigo 47 da Lei 9.610/1998. Trata-se da norma que prevê que "são livres as paráfrases e paródias que não forem verdadeiras reproduções da obra originária nem lhe implicarem descrédito".

Para isso, a paródia deve cumprir alguns requisitos. Primeiro, é preciso que ela tenha um certo grau de criatividade — ou seja, a obra derivada não poderá ser verdadeira reprodução da obra parodiada. Segundo, que não tenha efeito desabonador da obra originária.

Lucas Pricken



Voto do ministro Luis Felipe Salomão elencou requisitos para admitir o pleno uso da paródia sem ofensa aos direitos do autor
Lucas Pricken

Terceiro, a paródia deve manter o respeito à honra, à intimidade, à imagem e à privacidade de terceiros. E quarto, ela deve respeitar o direito moral de ineditismo do autor da criação original.

E com base em tratados internacionais sobre o tema, propôs ainda que haja observância da chamada "regra dos três passos": 1) ser usada apenas em casos especiais; 2) não prejudicar a exploração comercial da obra; 3) não ferir os interesses do autor.

Para o ministro Salomão, a paródia de Tiririca seguiu todas essas regras. "Percebe-se nitidamente que houve criatividade e ineditismo do autor da paródia, sem efeito desabonador, observada a regra dos três passos, de modo que a demanda indenizatória não procede", afirmou.

Divergência em *obiter dictum*

Em voto-vista lido nesta terça-feira, o ministro Raul Araújo apresentou uma divergência parcial relativa a um aspecto da discussão das paródias sem autorização do detentor dos direitos autorais da obra original: seu uso comercial.

Ele defendeu que a jurisprudência não deve admitir que a paródia seja livremente usada para promover ou anunciar produtos e serviços com intuito de obter lucro, inclusive porque nesses casos há desrespeito ao primeiro e segundo passos da "regra dos três passos".

"É de se concluir que, nos casos de paráfrases e paródias feitas com finalidade comercial para gerar publicidade comercial de produtos e serviços no mercado de consumo, é necessária a prévia autorização do autor da obra original, sob pena de ser devida a indenização", disse.

O tema não gerou mais debates porque foi considerado em *obiter dictum* (como razão de decidir) pelos colegas, uma vez que a discussão principal não tratava de exploração comercial, mas apenas uso eleitoral da paródia.

EREsp 1.810.440

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2022-ago-24/parodia-musical-propaganda-eleitoral-nao-depende-autorizacao/>