

Zequinha, disputas da propriedade intelectual ao patrimônio cultural imaterial

Zequinha: from intellectual property disputes to intangible cultural heritage

Enviado em: 16 -05-2026

Aceito em: 07-07-2026

Camila Jansen de Mello de Santana¹

Maria Helena Japiassu Marinho de Macedo²

Resumo

Este artigo propõe analisar o embate jurídico entre o Governo do Estado do Paraná e Zigmundo Zavadzki, proprietário da marca e dos direitos autorais do personagem Zéquinha, a respeito do uso, não autorizado, do personagem, em campanha estadual de estímulo à arrecadação de impostos. A disputa, iniciada em 1980, se estendeu até 2010, percorreu diferentes esferas jurídicas, chegando ao STF, e envolveu debates sobre autoria, direito de autor, identidade, folclore e patrimônio cultural.

Palavras-chave: Propriedade Intelectual; Patrimônio Cultural; Zéquinha.

Abstract

This article proposes to analyze the legal clash between the Government of the State of Paraná and Zigmundo Zavadzki, owner of the brand and copyright of the character Zéquinha, regarding the unauthorized use of the character in a state campaign to stimulate tax collection. The dispute, which began in 1980, lasted until 2010, went through different legal spheres, reaching the Supreme Court of Brazil, and involved debates on authorship, copyright, identity, folklore and cultural heritage.

Keywords: Intellectual Property; Cultural Heritage; Zéquinha.

Introdução

¹ Professora Colaboradora do Departamento de História da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Doutora em História pela Universidade Federal do Paraná (2019). Pesquisadora do Núcleo de Artes Visuais (NAVIS) - Grupo de Pesquisa credenciado junto ao CNPq. E-mail: camilajsantana@gmail.com

² Doutoranda em Direito na Universidade Federal do Paraná (UFPR), Pesquisadora Sênior no Grupo de Estudos de Direito Autoral e Industrial (GEDAI-UFPR) e do Instituto Observatório de Direitos Autorais (IODA). Pesquisadora do Projeto Acervos Etnográficos em colaboração com grupos indígenas (Museu de Arqueologia e Etnologia - MAE/USP - financiado pela FAPESP). Membro associada do Instituto Brasileiro de Direitos Culturais (IBDCult). E-mail: maria.etoilena@gmail.com

Este artigo parte da análise inicial, trabalhada na tese de doutoramento em História de Camila Jansen de Mello de Santana, intitulada *Um piá na urbe: fragmentos de modernização e urbanização nas figurinhas das Balas Zéquinha (1929-1948)*. O objeto principal de discussão da tese era investigar, a partir de 200 ilustrações das Balas Zéquinha, a experiência de diferentes grupos sociais brasileiros que vivenciaram as transformações ocorridas, no início do século XX, na busca da modernização e urbanização almejadas pelo poder público e pelas elites. Tangencialmente, observou-se uma discussão de propriedade intelectual em relação às Balas Zéquinha, com forte relação com o patrimônio cultural imaterial da cidade de Curitiba. Nesta análise, busca-se investigar esta discussão específica, tendo em conta que os sentidos e significados atribuídos às ilustrações que acompanhavam as balas apresentam uma importância não apenas econômica como também simbólica, tendo relevância histórica no município.

Retoma-se, na primeira seção deste artigo, a história das Balas Zéquinha, de modo a compreender como a propriedade intelectual das ilustrações foi se tornando um valor adicional ao produto alimentício e objeto de disputa. Inicialmente, essa disputa ocorre entre atores privados, acerca da paternidade do personagem.

A segunda seção tenta evidenciar a importância coletiva das ilustrações das Balas Zéquinha e sua configuração como índice histórico de referência à cultura paranaense, trazendo elementos adicionais de interesse, quais sejam, comunitário e público. Com base nesta dimensão simbólica relacionada ao personagem Zéquinha, que ultrapassa o interesse econômico dos proprietários do produto, o governo do estado do Paraná promove campanha de propaganda tributária, com o uso da figura tradicional, em uma versão reformulada, sem a solicitação dos detentores de direitos autorais ou mesmo dos proprietários do produto alimentício.

Como se busca evidenciar, o uso do personagem Zéquinha pelo poder público enseja duas questões principais. A primeira refere-se à legitimidade de o estado do Paraná utilizar-se de um bem intelectual privado para finalidade pública. A segunda refere-se à possibilidade de a figura do personagem Zéquinha ser objeto de propriedade intelectual ou de domínio público. O litígio processual que envolveu as balas Zéquinha oferece respostas jurídicas para esses questionamentos.

Objetiva-se, a partir das discussões acima delineadas, compreender os mecanismos de disputa da propriedade intelectual e suas interseções com a valorização patrimonial cultural atribuída localmente ao produto.

A história das Balas Zéquinha: a construção da propriedade intelectual e dos índices de referência à cultura paranaense

Eram os anos finais da década de 1920 quando, segundo o Boletim Informativo da Casa Romário Martins (Xavier, 1974), as Balas Zéquinha começaram a circular em Curitiba, capital paranaense, a partir de uma encomenda de quatro irmãos da família Sobania, proprietários da fábrica de balas *A Brandina*. As Balas Zéquinha eram acompanhadas de ilustrações protagonizadas pelo personagem-título. Ao longo dos anos de 1929-1941, essas ilustrações foram criadas em diferentes etapas e formaram uma coleção de 200 diferentes situações com o Zéquinha.

De 1929 a 1948, Xavier indica que as Balas Zéquinha foram comercializadas pelos Irmãos Sobania, na fábrica *A Brandina*. Entre 1948 e 1955, os Irmãos Franceschi, novos proprietários da *A Brandina*, foram os responsáveis por fazer as balas e o Zéquinha circular. De 1955 a 1967, a fábrica *São Domingos*, de E. J. Gabardo e Plácido Massochetto, tornou-se a proprietária da marca e do personagem e, finalmente, em 1967, Zigmundo Zavadzki se responsabilizou pelo comércio das Balas Zéquinha e seus invólucros.



Imagem 1: Exemplos de figurinhas das balas Zequinha, cada uma comercializada por uma empresa e proprietários diferentes. Fonte: Casa da Memória de Curitiba e Acervo pessoal de Camila Santana.

Os irmãos Francisco, Eduardo, Antonio e João Sobania, proprietários de *A Brandina*, encomendaram as ilustrações das embalagens das Balas Zéquinha, após uma viagem de Francisco a São Paulo, “a fim de especializar-se na confecção de balas de goma e chocolate” (Xavier, 1974, p. 3).

As diferentes imagens das Balas Zéquinha teriam sido criadas em três períodos distintos, o primeiro no ano de 1929, quando as 30 primeiras imagens foram produzidas pela Impressora Paranaense através da técnica da litografia. Estas primeiras imagens teriam sido criadas por ou sob supervisão de Alberto Thiele, desenhista-chefe da Impressora Paranaense (Brandão, 1995).

Entre os anos de 1929 e 1940 a coleção de 30 imagens foi expandida para 50 ilustrações, contudo, não foi possível identificar o ano exato de criação destes 20 novos cromos. Finalmente, no ano de 1941, as outras 150 ilustrações foram criadas por Paulo Rohrbach, completando-se assim, a coleção das figurinhas das Balas Zéquinha.

[...] Só houve duas pessoas que desenharam o Zéquinha: o Alberto Thiele (1899-1972), seu criador, que desenhou até o número 50, quando desistiu e a Imprensa Paranaense passou para mim a incumbência de dar continuidade ao personagem. Eu sempre digo que o Thiele foi o pai do Zéquinha e eu o padasto. Comecei a desenhar o Zéquinha em 1941, com a idade de 16 anos. Quebrando a cabeça e usando muita imaginação. (Millarch, 1979b)

A origem do personagem Zéquinha teria sido o Palhaço Piolin³, mascote de bala homônima produzida em São Paulo em 1927, portanto dois anos antes da criação do personagem curitibano, com características compartilhadas por Zéquinha. Segundo alguns periódicos e entrevista com Otto Schnek — aprendiz de litógrafo, na década de 1940 — para o documentário “Zéquinha Grande Gala” de 2005, as Balas Piolin eram populares e circulavam em São Paulo, sendo referência para produtos semelhantes. As primeiras figurinhas do Zéquinha, segundo Otto Schnek (TULLIO, 2005. 6 min.), teriam sido desenhadas em São Paulo e trazidas para Curitiba, pelas mãos de desenhista anônimo.

Não há certeza, assim, de quem fora o primeiro desenhista de Piolin nem de Zequinha, pois apesar das reportagens que nomeiam Alberto Thiele e Paulo Rohrbach como desenhistas do personagem, o certo é que, o desenhista-chefe era aquele que aprovava o desenho para impressão e entrega da encomenda ao cliente, e não necessariamente o criador dos desenhos. Por outro lado, se Paulo Rohrbach foi o desenhista dos 150 últimos cromos, ele não foi o criador do personagem ou de suas primeiras figurinhas. Contudo, em algumas reportagens que exploraram o tema dos tradicionais doces curitibanos, encontram-se nomeados três possíveis autores do desenho de Zéquinha: Zigmundo Zavadzki, Alberto Thiele e Paulo Rohrbach.

Diferentes periódicos e testemunhos indicam informações distintas. Zavadzki teria criado as 5 primeiras figurinhas do personagem em 1929⁴. Thiele teria desenhado, entre 1929

³ Diferentemente de Zéquinha, que era personagem fictício, Piolin era o nome artístico de Abelardo Pinto, artista circense que consolidou sua carreira dando vida ao cômico Piolin.

⁴ A respeito dessas discussões sobre a paternidade do personagem Zéquinha, podemos referenciar as fontes: GUETHS, Mague. Mania que entrou para a história. *Bala Zequinha. Folha de Londrina*. Londrina, 4 jul. 2007; MILLHARCH, Aramis. O padasto de Zequinha. *Tablóide. O Estado do Paraná*. Curitiba, 31 mar. 1979.; Morre o “pai” das Balas Zequinha. *O Estado do Paraná*. Curitiba, 17 jul. 1996; *O Estado do Paraná*. “Documentário sobre balas ‘Zéquinha’”. Curitiba, 24 fev. 2005. P. 20. TULLIO,

e 1931, as 30 primeiras imagens do personagem, no primeiro ano, e outras 20 imagens, no último, formando um total de 50 ilustrações. Importa mencionar que Thiele era o desenhista chefe da oficina litográfica da Imprensa Paranaense, empresa que foi responsável por desenhar as embalagens das Balas Zéquinha, não havendo certeza de que o desenho do personagem seja realmente de sua autoria ou se ele apenas avalizou a criação de outros desenhistas ou aprendizes. Paulo Rohrbach, por sua vez, era, em 1941, aprendiz de litógrafo na mesma empresa e teria, em um prazo de dois meses, criado as 150 figurinhas que completariam a coleção, não sendo, portanto, criador do personagem, mas sim das últimas 150 ilustrações protagonizadas por Zéquinha.

Apesar destas indeterminações sobre a paternidade de Zéquinha é certo afirmar que o personagem paranaense surgiu com forte inspiração no desenho paulista. Das 113 imagens das Balas Piolin encontradas, ao menos 27 possuem elementos que se assemelham a alguma das situações ilustradas com Zéquinha, sendo que todas essas ilustrações correspondem às primeiras imagens criadas para as balas curitibanas. Destas, em torno de 10 trazem referências explícitas, aproximando-se da cópia, como é possível verificar nas ilustrações abaixo:



Carlos Henrique. **Zéquinha Grande Gala**. Produção de Regina Walger, direção de Carlos Henrique Tullio. Curitiba, DOC-TV, 2005. Documentário.

Imagem 2: Exemplos de figurinhas das Balas Zéquinha que copiam situações e características das Balas Piolin - Acima encontramos Piolin Dormindo (nº 27), Piolin Caçador (nº 25), Piolin Salxicheiro (nº 36) e Piolin Embriagado (nº 49). Na fileira de baixo, temos Zéquinha Dormindo (nº 5), Zéquinha Caçando (nº 10), Zéquinha Salsicheiro (nº 15) e Zéquinha Embriagado (nº 18). Fonte: Acervo pessoal de Camila Santana.

A dificuldade em determinar o real criador de Zéquinha resulta das práticas habituais do contexto do mercado gráfico brasileiro das primeiras décadas do século XX. No universo de produção de imagens e textos publicitários daquele contexto, “um grande número deles não era assinado, portanto desconhecemos seus autores” (Brunelli, 2007, p. 40). Em sua tese, Brunelli destaca o depoimento de Érico Veríssimo, em que o escritor relata que, no início da carreira, na redação da Revista do Globo “nossos colaboradores eram a tesoura e o pote de cola. Como nunca havia verba para comprar matéria inédita, o remédio era recorrer à pirataria” (*Ibidem*, p. 40). Essa prática também estava presente nas litografias do Paraná, como aponta o depoimento de Otto Schneck: “A Litografia Progresso pegava os aprendizes para procurar motivos em revistas – a maioria delas americana: Post, Saturday, Evening. A gente achava alguma coisa parecida, mostrava para o mestre e ele não copiava, mas aproveitava a ideia”. (Witikoski, 2014 p. 50) Talvez uma outra explicação para essa diminuição de ênfase na autoria seja o fato de que a técnica de reprodução de imagens, “ao multiplicar a reprodução, ela substitui a existência única por uma existência serial” (Benjamin, 2012, p. 13).

O quadro abaixo resume a síntese histórica da provável propriedade empresarial das Balas Zequinha e dos possíveis autores das ilustrações das embalagens:

Tabela 1: Histórico da propriedade empresarial e autores das Balas Zéquinha

Período	Empresa	Ilustrações	Possível desenhista do personagem
1929	A Brandina (Irmãos Sobania)	5 primeiras figurinhas	Zigmundo Zavadzki (aprendiz sob supervisão de Alberto Thiele); outro desenhista sob a supervisão de Alberto Thiele; ou o próprio Alberto Thiele, desenhista-chefe da Imprensa Paranaense. Também pode ter sido criado em São Paulo, sob encomenda, e trazido a Curitiba.
1929 a 1940	A Brandina (Irmãos Sobania)	1929-1931: 30 figurinhas (semelhantes às do Palhaço Piolin)	Alberto Thiele (desenhista-chefe da Imprensa Paranaense), ou outros desenhistas sob sua supervisão.

		1931: 20 figurinhas adicionais (Zequinha como personagem autônomo e original)	
1941 a 1948	A Brandina (Irmãos Sobania)	1941: 150 figurinhas (do número 51 ao 200) Zequinha como personagem autônomo e original)	Paulo Rohrbach (Impressora Paranaense)
1948 a 1955	A Brandina (Irmãos Franceschi)	As mesmas 200 criadas para os Irmãos Sobania	
1955 a 1967	Fábrica São Domingos (E. J. Gabardo e Massochetto)	As mesmas 200 criadas para os Irmãos Sobania	
1967	Distribuidora Zico (Zigmundo Zavadzki)	As mesmas 200 criadas para os Irmãos Sobania	

Tabela criada por Maria Helena Japiassu Macedo, a partir de fontes diversas utilizadas na escrita da tese de Camila Jansen de Mello de Santana e deste artigo.

As figurinhas das Balas Zéquinha eram o próprio invólucro dos doces. Embaladas manualmente, as ilustrações identificavam, nomeavam e protegiam os doces. Conforme aponta José Humberto Boguszewski (2012, p. 90), a partir de meados do século XIX, a grande quantidade de produtos circulando no mercado brasileiro, fossem estes nacionais ou importados, levava a uma maior concorrência entre as empresas, fazendo-as criar formas de identificar os produtos, atrair os clientes e conquistar consumidores.

As embalagens tornam-se um valor agregado ao produto original. Modificam-se, atrelando às funções originais do produto formas atrativas de proteger e preservar o bem comercializado. Nesta direção, “os rótulos coloridos passaram a vestir os produtos e a participar da sua identidade visual, assim como, da identidade social dos seus consumidores. Dessa forma, aqueles rótulos participaram do sistema simbólico que ajudou a moldar o imaginário coletivo” (Boguszewski, 2012, p. 92).

Percebe-se que ao produto da bala foi agregado o valor simbólico do personagem Zéquinha, que, com uma variedade de duzentas representações, possibilitava que diferentes sujeitos se identificassem com as ilustrações e consumissem o produto. Ademais, tendo em conta as edições variadas das ilustrações, permitia a troca de figurinhas repetidas, criando dinâmicas de sociabilidade.

A coleção das ilustrações das Balas Zéquinha marcou época. Juntamente com as figurinhas da embalagem da bala, o consumidor adquiria também o doce. Este fora o produto principal, porém perdeu o protagonismo para as coloridas embalagens ilustradas com 200 diferentes situações vividas por Zéquinha.

Extrapolando o consumo da bala, as embalagens protagonizadas por Zéquinha ainda permitiram propostas lúdicas, como as disputas nos jogos de bafo e no tique, as trocas de imagens repetidas e a descoberta de invólucros premiados, que podiam ser trocados por bolas, balas, bicicletas e demais itens. Outra opção era usar as diferentes ilustrações para, ordenando-as de maneiras diversas, construir narrativas para o personagem. O produto, assim, se constitui para além do doce, em entretenimento, com colecionadores e consumidores inserindo-se em ambientes e práticas de sociabilidades (Xavier, 1974, p. 3). Embora tenha parado de circular em 1967, as figurinhas das Balas Zéquinha haviam se fixado na memória de muitas crianças que assistiram, maravilhadas, o ressurgimento do personagem anos depois.

Pela multiplicidade de possibilidades que o personagem permitia, pela pouca presença de brinquedos industrializados existentes à época e pelo entusiasmo, principalmente infantil, em adquirir as embalagens, jogar com elas, conquistar prêmios e inserir-se em espaços de sociabilidade, as embalagens das Balas Zéquinha conquistaram o público curitibano, constituindo-se como referência histórica cultural. Circulando em Curitiba como bens de consumo, as Balas Zéquinha e as práticas culturais a elas associadas permaneceram no cotidiano da população de 1929 a 1967.

As práticas sociais relacionadas às ilustrações das Balas Zéquinha tomaram dimensões culturais, imprimindo uma memória que ainda se encontra como referência de identidade na cidade de Curitiba. Neste sentido, extrapolaram à finalidade econômica, de promoção do produto alimentício. As figurinhas e os seus usos tornaram-se índices referenciais da cultura curitibana. O personagem Zéquinha é, atualmente, índice cultural imaterial associado à história de Curitiba.

O uso da propriedade intelectual privada para a finalidade pública e a narrativa de um patrimônio cultural

As práticas de sociabilidade atreladas às ilustrações das balas foram reconhecidas como índice cultural e apropriadas simbolicamente, pelo Governo do estado do Paraná,

ocupado, à época, por Ney Braga (1979-1982), quando escolheu o personagem Zequinha⁵, como garoto propaganda de uma campanha tributária criada pela agência de publicidade e propaganda P.A.Z..

A empresa P.A.Z. foi a vencedora de uma concorrência criada pelo governo do estado, com o intuito de ampliar a arrecadação do Imposto sobre a Comercialização de Mercadorias (ICM)⁶ no estado do Paraná. Propondo a utilização do já conhecido personagem em uma nova coleção de 200 cromos, com Zequinha apresentado em uma nova versão, em que nosso protagonista foi desenhado pelos artistas Lee Swain, Rui Werneck e Nilson Müller, reaparecendo mais rechonchudo, sempre feliz e sorridente.

A proposta fora resultado de “uma ideia talvez do único personagem eminentemente curitibano, que ao longo de várias décadas identificou-se com as mais variadas camadas da população” (Millarch, 1974a).

Para a campanha, que teve três etapas distintas e permaneceu ativa entre outubro de 1979 e janeiro de 1981, o Governo lançou um álbum de coleção de figurinhas do personagem Zequinha, em que os cromos autocolantes e o respectivo álbum poderiam ser adquiridos em troca de notas fiscais de compras diversas. A primeira e a segunda fases da campanha foram intituladas *Clube do Zequinha* ou *ICM das Crianças*, e a terceira, *Caravana do Zequinha*.

A primeira fase teve início, em outubro de 1979, e encerrou-se em 21/12/1979 (Tribuna do Paraná, 1979). Nesta etapa, cada Cr\$1.000,00 em notas fiscais eram trocados por 10 envelopes contendo 20 figurinhas cada. A segunda etapa, teve duração de 22/01/1980 a 25/04/1980 (Estado do Paraná, 1980a; Diário da Tarde, 1980), e cada Cr\$1.000,00 dava direito a 10 envelopes, cada um com 10 cromos do personagem. Por fim, a terceira fase iniciou em 25/09/1980 (Estado do Paraná, 1980b) e terminou em 08/01/1981, período no qual o valor de Cr\$2.000,00 em notas fiscais era trocado por 10 envelopes contendo 10 figurinhas.

A campanha do estado do Paraná foi um sucesso, aumentando a arrecadação de impostos de forma expressiva. A primeira fase aumentou a arrecadação de ICM em 476 milhões de cruzeiros (Diário da Tarde, 1980), enquanto a segunda fase acresceu aos cofres públicos o montante de 800 milhões de cruzeiros (Estado do Paraná, 1980a). Já a terceira fase não possuiu um número exato de arrecadação divulgado, sendo que o Secretário das

⁵ Nas coleções das figurinhas do Zéquinha que foram comercializadas em conjunto com as balas, ou seja, entre 1929 e 1967, o nome do protagonista é sempre grafado com acento. Foi a partir das coleções do governo do estado do Paraná, que circularam entre 1979 e 1981, que o acento foi retirado, com a grafia do nome do personagem passando a ser Zequinha. Os álbuns produzidos a partir de 2021 também nomeiam o personagem sem o acento. Essa diferenciação será respeitada na escrita do artigo.

⁶ O Imposto sobre a Comercialização de Mercadorias - ICM, corresponde ao atual ICMS, ou Imposto sobre a Comercialização de Mercadorias e Serviços. Atualmente, o estímulo da arrecadação de ICMS acontece através da campanha para que os consumidores peçam o CPF nas notas fiscais de suas compras, o Nota Paraná e o Nota Curitibana.

Finanças, Edson Neves Guimarães, destacou que, nas três fases da campanha Cr\$53 bilhões em notas fiscais foram trocados, com o estado tendo arrecadado 37,8 bilhões de cruzeiros em 1980. Contudo, não atribuiu um valor específico de arrecadação para a terceira fase (Gazeta do Povo, 1981).

A explicação para o sucesso da campanha talvez possa ser obtida na união de gerações que se relacionaram com o personagem. Entre 1929-1967, crianças, adultos e idosos consumiram as balas e tiveram a oportunidade de se identificar com as variadas situações representadas nos rótulos dos doces, colecionar, trocar e competir pelos invólucros e conquistar prêmios. Retomar o personagem, para a campanha de arrecadação de ICM, em 1979, foi trazer à tona, memórias, brincadeiras, práticas sociais e culturais atreladas ao colecionismo, jogos, disputa de cromos. Zéquinha, à época, já existia há 50 anos, e reformulá-lo para apresentá-lo a um público que já o conhecia, agora na fase adulta, e um público infantil que não o conhecia ainda, mas passaria a conhecê-lo, foi uma forma de utilizar o imaginário e hábitos de sociabilidade já fortemente marcados na memória dos adultos, e fazê-los compartilhar com as crianças, unindo gerações em torno do mesmo personagem e práticas culturais e sociais de colecionismo, jogos, disputa de cromos e conquista de prêmios.

Desta maneira, a persistência do personagem, que continua existindo e circulando através de outras coleções de figurinhas, lançadas em 2021 e 2024, dialoga com a noção de patrimônio cultural imaterial da UNESCO, por ser um personagem que carrega memória, história, identidade, mas que é dinâmico, comportando diferentes mudanças no seu visual, nos temas abordados nas figurinhas, enquanto mantém sua essência e seu significado para os colecionadores. De acordo com a Convenção, o “patrimônio cultural imaterial, que se transmite de geração em geração é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade” (UNESCO, 2003, p. 4).

Não são apenas embalagens de balas ou um personagem carismático, mas identidades e sociabilidades que estão sendo compartilhadas, construídas e vivenciadas social e culturalmente, através das disputas e colecionismo das figurinhas. Como argumentado, nesta campanha do estado, as balas deixaram de existir, e o produto tornou-se, de fato, o próprio personagem e as figurinhas autocolantes.

Nesta direção, cabe citar a afirmação de Jaime Lerner, que durante os anos de 1979-1984, vivia seu segundo mandato como prefeito de Curitiba, mesma época em que a campanha com o Zequinha acontecia: “cabe aos administradores estimular sempre o amor e o respeito dos moradores por sua cidade. A campanha de melhor alcance público para essa questão é a que motiva as crianças a conhecerem suas cidades, os bairros e os rios que

passam perto de suas casas” (2011, p. 47-48), gerando assim solidariedade e identidade entre a população. Ainda segundo Lerner, para atingir esses objetivos é necessário envolver todos os grupos sociais e etários da população, utilizando algo que possua significado para todos estes sujeitos. Esse elemento de união e identidade poderia ter formato variado e:

nem sempre são obras importantes para o patrimônio histórico ou coisa assim: às vezes é uma edificação que é referência para a cidade, uma árvore centenária, uma antiga fábrica, até um velho armazém, elementos fundamentais na formação de uma identidade. (Lerner, 2011, 9. 47-48).

Podemos afirmar que, na ocasião da criação da campanha de arrecadação de ICM, pensada pelo Governo do Estado, a seleção da proposta da P.A.Z., que escolheu o Zequinha como garoto-propaganda, foi acertada, já que, através de um elemento ilustrativo que rememorava a infância dos adultos, possuía representações variadas e podia ser compartilhada com as novas gerações, unia diferentes sujeitos e grupos sociais em torno de um personagem e das diversas formas de sociabilidade e colecionismo possibilitados pelas figurinhas autocolantes do Zequinha.

Podemos citar, por exemplo, reportagem veiculada na TV Sinal (ONDE VOCÊ ESTAVA?), em que diferentes entrevistados apontam que, através das figurinhas do Zequinha comercializadas durante a campanha do estado do Paraná, houve a construção de conhecimentos sobre o território paranaense e sua história e população. O depoimento de Patrícia da Silva Lopes, em entrevista ao programa Onde você estava? da TV Sinal é um exemplo:

Na realidade eu não conhecia, por exemplo, o barreado né. Quando eu vi o Zequinha comendo barreado, aí eu vi que era uma comida típica do litoral. Apesar da gente viajar muito, eu nunca tinha ido a Morretes comer barreado. A sapecada na Lapa, por exemplo. Eu não imaginava que existiria a Lapa, quem dirá sapecada de pinhão na Lapa. Eu conhecia o pinhão na panela, aquele cozido, agora a sapecada, eu não conhecia. Então na realidade você conhecia o Paraná todo através do álbum do Zequinha. (Onde você estava?, 2009, 6 min.).



Imagem 3: Figurinhas citadas por Patrícia da Silva Lopes, com informações culturais e históricas sobre o estado do Paraná e serviram como formas dela, quando criança, conhecer melhor o estado. “Zequinha comendo barreado (nº 100)” e “Zequinha na sapecada de pinhão (nº 106)”. Fonte: Acervo do autor.

Outra forma de reforçar a questão identitária paranaense em torno de Zequinha, inserindo-o como elemento cultural e referencial do estado, foi o álbum da terceira etapa da campanha de arrecadação de ICM. Intitulado “Caravana do Zequinha”, este álbum trazia uma narrativa na qual o personagem título convidava o colecionador a viajar pelo Paraná. Nesse passeio, a história das diferentes regiões paranaenses, sua população, suas atividades econômicas e atrativos culturais, eram apresentados.

O álbum, formado por 24 páginas, trazia uma disposição de folhas duplas. Na página da esquerda, havia um texto contando sobre os aspectos culturais, históricos, migratórios e econômicos de uma região do estado. Na página da direita, um mosaico de imagens trazia ilustrações que representavam elementos que estavam no texto ao lado. Esse mosaico continha diferentes elementos e, dentre eles, de 2 a 4 imagens utilizadas para formar o corpo do personagem Zequinha. As outras partes do mosaico, composto de 20 pedaços, remetiam aos elementos trazidos no texto.

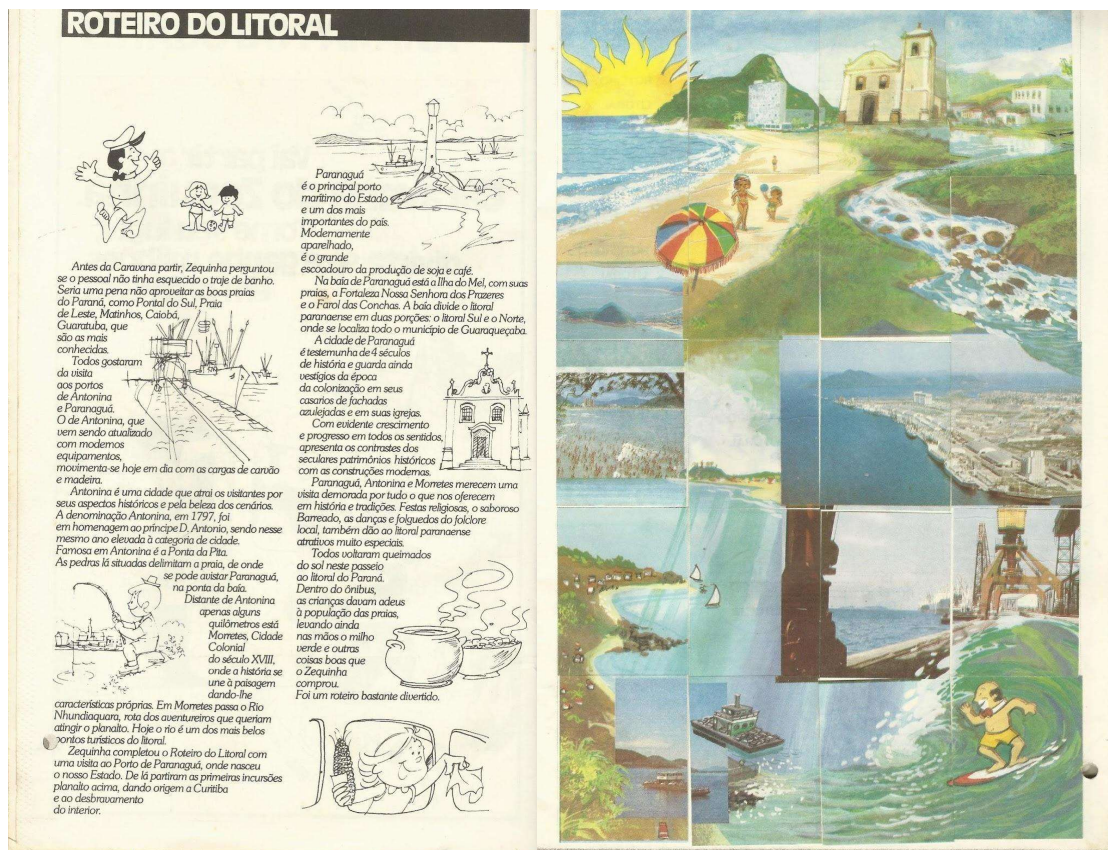


Imagem 4: Páginas do álbum da Caravana do Zequinha. À esquerda do álbum, temos a parte textual, com informações a respeito do Roteiro do Litoral. À direita a imagem-mosaico, composta por 20 ilustrações, que complementa as informações do Roteiro do Litoral. Fonte: Acervo do autor.

Este foi o álbum final da campanha de arrecadação de ICM. Este álbum não teve muito sucesso junto ao público, pois havia poucos Zequinhas nas imagens. Contudo, o álbum passou a ser requerido por diversas escolas paranaenses, que objetivavam utilizá-lo como elemento didático em sala de aula, principalmente para trabalhar elementos das áreas de história e geografia, ou Estudos Sociais (Diário do Paraná, 1980, p. 6).

Aspectos da propriedade intelectual das Balas Zéquinha

Diante da história evidenciada, verifica-se que a comercialização da bala Zéquinha engloba o produto alimentício, a marca associada à fábrica produtora e os desenhos das ilustrações. Há, assim, um bem material (produto alimentício) e bens intelectuais (marca e direitos autorais), os quais agregam valor ao doce.

O sistema jurídico da propriedade intelectual é bastante antigo. No Brasil, o marco inaugural da proteção patentária é o Alvará de 28 de abril de 1809 (BRASIL, 1809, IV),

enquanto a primeira legislação específica sobre marcas é o Decreto nº 2.682, de 23 de outubro de 1875 (BRASIL, 1875). O primeiro instrumento internacional de proteção de direitos intelectuais, a Convenção da União Paris (CUP), é de 1883 (BRASIL, 1975), e refere-se à propriedade industrial, a qual engloba os direitos marcários. Por sua vez, a Convenção da União de Berna de 1886 (CUB) (BRASIL, 1992) consolidou o primeiro consenso internacional acerca de direitos autorais.

No início das atividades das Balas Zéquinha, ao final dos anos de 1920, a proteção empresarial de bens intelectuais por meio de marcas já era uma realidade jurídica. No entanto, cabe mencionar que a popularização dos registros marcários acompanha o desenvolvimento industrial do país, que, na referida década, era ainda incipiente. Da mesma forma, as demandas por direitos autorais, que independem de registro, também eram práticas sociais embrionárias.

As legislações brasileiras vigentes no início das atividades de *A Brandina* já estavam em consonância com o sistema internacional de proteção intelectual. Isto porque o Brasil, ainda em contexto imperial, promulgou, por meio do Decreto nº. 9233 de 28 de junho de 1884, o texto da CUP (BRASIL, 1884). Já em contexto republicano, o Brasil incorpora ao sistema jurídico interno alterações à CUP, pelo Decreto nº. 19.056 de 31 de dezembro de 1929 (BRASIL, 1929), e, posteriormente, pelo Decreto nº. 75.572 de 8 de abril de 1975 (BRASIL, 1975). Ressalta-se que a atual lei de propriedade industrial, Lei 9279 de 14 de maio de 1996 (BRASIL, 1996), é inspirada na CUP e suas alterações subsequentes.

Embora a Convenção de Berna para a Proteção das Obras Literárias e Artísticas tenha sido concluída em 1886, o Brasil somente aderiu ao sistema de Berna em 1922, mediante a aprovação da Convenção revista em Berlim em 1908 e completada em Berna em 1914, por meio do Decreto n.º 4.541, de 6 de fevereiro de 1922 (BRASIL, 1922). A adesão brasileira foi formalizada em 6 de fevereiro de 1922, com a entrada em vigor internacional em relação ao país em 9 de fevereiro do mesmo ano (OMPI, 2026). Posteriormente, o Brasil incorporou as sucessivas revisões da Convenção, entre elas a revisão de Bruxelas de 1948, aprovada pelo Decreto Legislativo n.º 59, de 19 de novembro de 1951, ratificada por carta de 10 de dezembro de 1951 e promulgada pelo Decreto n.º 34.954, de 18 de janeiro de 1954 (BRASIL, 1951; BRASIL, 1954). Antes da adesão à Convenção de Berna, a proteção autoral já possuía disciplina normativa interna, destacando-se a Lei n.º 496, de 1.º de agosto de 1898, que definiu e garantiu os direitos dos autores de obras literárias, científicas e artísticas, representando a consolidação de um regime legislativo brasileiro de tutela autoral (BRASIL, 1898).

O Código Civil de 1916 (BRASIL, 1916) disciplinou a proteção dos direitos autorais como espécie de propriedade, sob a denominação de “propriedade literária, científica e

artística”, inserindo-os no Livro do Direito das Coisas e reconhecendo ao autor o direito exclusivo de reprodução de sua obra. Posteriormente, a Lei n. 5.988/73 (BRASIL, 1973) ofereceu disciplina especial à matéria, que ganhou nova redação por meio da Lei n. 9.610/98 (BRASIL, 1998), atualmente vigente. Embora tenha havido mudanças legislativas, a base conceitual dos direitos autorais segue os parâmetros da CUB até a contemporaneidade⁷.

As evidências históricas apontadas nos informam que é pacífica a relação entre o produto alimentício “Balas Zéquinha” e a fábrica de sua produção — *A Brandina*. Quanto à propriedade intelectual, é importante conceituar o que se entende por marca e direitos autorais, a fim de possibilitar a análise de sua titularidade.

Em termos conceituais, marcas são representações simbólicas compostas por sinais distintivos relacionados a empreendimentos econômicos, que identificam determinados serviços ou produtos. Por sua natureza, o INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial) classifica as marcas como referentes a produtos ou serviços, coletivas ou de certificação (INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INTELECTUAL, 2026). No caso das Balas Zéquinha, trata-se de uma marca associada a um produto alimentício.

A Lei 9279 de 1996 (LPI) (BRASIL, 1996) regula a propriedade industrial no Brasil, considerando o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do país. Esta proteção se efetua, entre outras modalidades, pela concessão do registro de marca (Art. 2, III). Embora os direitos de propriedade intelectual das Balas Zéquinha sejam anteriores à LPI vigente, os conceitos dela extraídos são perenes e auxiliam nesta análise argumentativa.

As marcas são, assim, ativos intelectuais voltados à identidade visual de um bem e serviço em âmbito comercial e se diferenciam de outros instrumentos de propriedade intelectual. Conforme Denis Borges Barbosa:

A marca é um signo num ambiente competitivo. Ela existe como um meio de distintividade diferencial, para designar - primeiramente - os bens em competição, e, a seu tempo, para criar bens numa economia que é mais e mais simbólica. (Barbosa, 2006, *resumo*).

A importância do registro de marca “resulta na apropriação de uma expressão ou símbolo visual, extraído do universo das potencialidades semiológicas um determinado complexo significativo, cujo uso torna-se exclusivo ao titular para determinados contextos” (Barbosa, 2006, p. 4). A marca, assim, assinala a origem de um produto, indica o seu

⁷ A esse respeito é útil verificar o texto de Ricardo Dal Pizzol: “Evolução histórica dos direitos autorais no Brasil: do privilégio conferido pela Lei de 11/08/1827, que criou os cursos jurídicos, à Lei n. 9.610/98.” Revista da Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, [S. l.], v. 113, p. 309–330, 2018. DOI: 10.11606/issn.2318-8235.v113i0p309-330. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rfdusp/article/view/156607>. Acesso em: 18 out. 2024.

referencial e a sua qualidade, incitando o consumo e agregando valor, além de assegurar um direito de clientela.

Sem pormenorizar a análise jurídica desse tipo de direito intelectual, é importante ressaltar que a proteção marcária concretiza-se apenas após o registro. De 1945 a 1996, o registro era realizado junto ao Departamento Nacional da Propriedade Industrial. Atualmente, com a vigência da LPI, este é feito no INPI.

As mudanças históricas da disciplina jurídica acerca dos direitos autorais no Brasil, desde o início das atividades de *A Brandina*, tiveram como características a “progressiva ampliação (i) dos tipos de obras protegidos, (ii) dos prazos de exclusividade fixados em favor dos autores e de seus herdeiros e (iii) do rol de direitos morais previstos” (Pizzol, 2018, p. 327). Os direitos autorais tornaram-se mais autônomos, ganhando contornos para além do direito administrativo e civil, agregando-se aspectos desde o direito penal ao constitucional.

Situar os direitos autorais no tempo permite verificar a sua abrangência protetiva, diante do momento histórico do caso concreto. Em que pese a atual lei de direitos autorais vigorar a partir de 1998, as bases ontológicas e epistemológicas desses direitos são decorrentes dos valores da sociedade iluminista e industrial eurocêntrica. Dentre essas bases genealógicas dos direitos autorais, consolidadas desde a CUB de 1886, estão os conceitos de autor e de obra protegida. Autores são as pessoas físicas criadoras ou jurídicas, enquanto as obras intelectuais protegidas são as manifestações do espírito humano expressas em suporte tangível. Isso significa afirmar que simples ideias não são protegidas.

Quanto ao conceito de “autor”, assim dispõe a CUB:

ARTIGO 6

2) Os direitos reconhecidos ao autor por força do parágrafo 1) antecedente mantêm-se, depois de sua morte, pelo menos até à extinção dos direitos patrimoniais e são exercidos pelas pessoas físicas ou jurídicas a que a citada legislação reconhece qualidade para isso. Entretanto, os países cuja legislação, em vigor no momento da ratificação do presente Ato ou da adesão a ele, não contenha disposições assegurando a proteção depois da morte do autor, de todos os direitos reconhecidos por força do parágrafo. (BRASIL, 1992)

Quanto à obra protegida, a Convenção afirma, no Artigo 2, que “2) Os Países da União reservam-se, entretanto, a faculdade de determinar, nas suas legislações respectivas, que as obras literárias e artísticas, ou ainda uma ou várias categorias delas, não são protegidas enquanto não tiverem sido fixadas num suporte material”.

Este mesmo raciocínio acompanha as legislações de direitos autorais ao longo da história brasileira, seja na vigência do Código Civil de 1916, na Lei 5988 de 1973 e na Lei 9610 de 1998. Esta informação é relevante porque, como visto, o personagem Zéquinha é

inspirado na ideia do Palhaço Piolin, mas não se identifica com ele, tendo em conta que se trata de nova materialização da ideia, realizada por outro autor. Cada desenho de Zéquinha corresponde a uma nova obra materializada. Este entendimento é fundamental, para compreender os conflitos jurídicos em torno do personagem e de seus desenhos.

Outro fato a observar é que, diferentemente das marcas, os direitos autorais são atualmente devidos sem necessidade de registro. De acordo com a Lei 9610 de 1998, são autores as pessoas físicas criadoras de obras literárias, artísticas ou científicas (Art. 11, LDA). Os direitos autorais dividem-se entre patrimoniais e morais. Os primeiros podem ser cedidos pelo autor, que possui o direito exclusivo de utilizar, fruir e dispor de sua obra (Art. 28, LDA). Os direitos morais, por sua vez, são indisponíveis, referindo-se a aspectos da relação pessoal do autor com a sua obra, por exemplo, como a possibilidade de o autor reivindicar, a qualquer tempo, a autoria da obra ou de ter o seu nome, pseudônimo ou sinal convencional indicado ou anunciado, como sendo o do autor, na utilização de sua obra (Art. 24, I e II, LDA).

A não obrigatoriedade de registro, no entanto, tornou-se novidade com o Código Civil de 1916, pois a Lei n. 496/1898 previa esta formalidade, em seu artigo 13. Conforme Pizzol:

O art. 673 gerou extensa discussão doutrinária e jurisprudencial à época, pois sua redação não era clara quanto à indispensabilidade do registro da obra, vindo a predominar o entendimento de que era facultativo apenas. No julgamento do Recurso Extraordinário n. 45.789, o Min. Villas Bôas asseverou nesse sentido: “A existência de propriedade imaterial e, consequentemente, a cessão de direito não dependem do registro, para operar erga omnes” (j. em 25/10/1960). No regime anterior (Lei n. 496/1898), pelo contrário, como já visto, havia disposição expressa no sentido de que o registro era “formalidade indispensável para entrar no gozo dos direitos de autor” (art. 13) (2018, p. 322).

A Lei 5988 de 1973, que garante a disciplina especial da matéria, pacifica o entendimento do registro como facultativo, quando prevê que:

Art. 17. Para segurança de seus direitos, o autor da obra intelectual poderá registrá-la, conforme sua natureza, na Biblioteca Nacional, na Escola de Música, na Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro, no Instituto Nacional do Cinema, ou no Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia. (BRASIL, 1975)

Com relação aos direitos autorais do personagem Zéquinha, o assunto foi a litígio em 1980, tendo Zigmundo Zavadzki alegando a autoria das cinco primeiras imagens, iniciando uma ação judicial contra o Governo do Estado do Paraná, que passara a usar o personagem Zéquinha em campanha de arrecadação de impostos, sem a sua autorização.

O advogado de Zavadzki informou na reportagem “Zéquinha vai para o supremo”(Gazeta do Povo, 1987), que seu representado teria 19 anos, quando desenhou as cinco primeiras figurinhas da bala. Neste sentido, o ano de criação do personagem pode inferir dúvidas quanto à afirmação de Zavadzki em relação à autoria das figurinhas. Isto porque Zavadzki nasceu em 23/07/1915 e faleceu em 04/05/2001, aos 85 anos. Na hipótese de as figurinhas terem sido criadas em 1929, ele teria 14 anos nesta data. Ou seja, não teria a idade por ele indicada, na época de criação das figurinhas.

Apesar de os desenhos das ilustrações terem como referência o Palhaço Piolin, a partir do momento em que Zéquinha ganha traços e roteiros novos, torna-se personagem autônomo, com contributos mínimos de originalidade que podem sugerir direitos autorais aos seus desenhistas e à empresa que contratou os desenhos. Estes direitos precisam ser analisados no caso concreto, visto que a vigente legislação autoral brasileira era omissa quanto à titularidade dos direitos autorais de obra feita sob encomenda (Silva, 2016).

Importante mencionar que a proteção dos direitos autorais tem dois enfoques distintos, quais sejam, patrimonial e moral, garantindo direitos disponíveis e indisponíveis. Os direitos patrimoniais de autor referem-se àqueles que garantem a possibilidade remuneratória pelo exercício intelectual e criativo do sujeito criador. Este direito de retribuição financeira é disponível, ou seja, o autor pode cedê-lo a um terceiro.

No caso, a empresa contratante dos serviços de ilustração pode ter realizado um contrato de trabalho com os desenhistas, que podem ter cedido os direitos autorais patrimoniais a ela. Não se pode afirmar, no entanto, se este foi o caso das ilustrações das Balas Zéquinha, visto que não se buscou encontrar referidos contratos.

Os direitos morais de autor, por sua vez, são direitos indisponíveis pelo criador da obra artística ou pelo trabalhador intelectual. Eles garantem não a remuneração pela atividade realizada, mas o direito à atribuição autoral, qual seja, o de ter a assinatura da obra relacionada à pessoa autora; o direito de manter a obra íntegra, sem adulterações; o direito de mantê-la inédita e de ter acesso a exemplar único de uma obra visual.

Em relação aos desenhos das Balas Zéquinha, os direitos morais de autor garantem a proteção perene da arte realizada aos seus criadores, que tem o direito de “paternidade ou maternidade” da obra.

A disputa pela propriedade intelectual

Nas primeiras décadas do século XX, ocorreram intensos debates a respeito dos processos de registro de marcas e patentes. Em 1923, foi publicado o Decreto nº 16.264 que

criava a Directoria Geral da Propriedade Industrial e previa a necessidade de registro de marcas de indústria e comércio no Brasil. Como órgão fiscalizador do registro, junto com a Directoria Geral da Propriedade Intelectual, estava o Ministério da Agricultura, Indústria e Comércio. Em seu Capítulo III, Artigo 108, determinavam-se os valores das taxas a serem pagas.

O surgimento das balas e sua comercialização datam de 1929, havendo, no entanto, registros referentes à história do personagem somente a partir da criação do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio quando, em 1931, no Diário Oficial da União de 22 de julho (Diário Oficial da União, 1931), a marca “A Brandina” é registrada.

São convidados a comparecer neste departamento, afim de satisfazerem na Recebedoria do Districto Federal, mediante expedição da respectiva guia, o pagamento das taxas de suas marcas mandadas a registro, de acôrdo com o art. 108, letra b, do regulamento annexo ao decreto n. 16.264, de 19 de dezembro de 1923, os seguintes interessados :

cisco, marca A Márchã; Irmãos Sobania, marca Nelly; Irmãos Sobania, marca A Brandina; Assad Jorge Schoueiri, marca Yvone;

Imagem 5: Registro da marca A Brandina em texto de Diário Oficial.

Embora registrada junto ao Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio em 1931, isso não significa que a marca não estivesse devidamente registrada anteriormente, na Junta Comercial do Estado do Paraná ou na Directoria Geral da Propriedade Industrial.

As Balas Zéquinha permaneceram circulando sob a marca registrada *A Brandina*, mesmo após a aquisição da fábrica pelos Irmãos Franchesci. Já sob propriedade de Elizio João Gabardo e Plácido Massochetto, que nomearam a fábrica de doces como Fábrica de Balas São Domingos, há a informação de que a marca e o desenho estão registrados.

Em 1967, a fábrica passou para a propriedade de Zigmundo Zavadzki, que comercializou as balas e embalagens apenas naquele ano, com registro no Laboratório de Controle de Drogas, Medicamentos e Alimentos sob n. 2659. (CGC 76538354/0001-56). Zigmundo Zavadzki transferiu o registro de propriedade da marca Zéquinha para o INPI, extinguindo sua propriedade em 1997, quando não renovou o registro.

A campanha de arrecadação do ICM do Paraná, com a utilização do personagem Zequinha, foi muito bem sucedida. Tendo o estado recebido grande remuneração, Zigmundo Zavadzki, que fora o último proprietário da fábrica de doces e do personagem Zéquinha, e também autodeclarado criador do personagem, entendeu ser devida porcentagem do valor arrecadado, como direito autoral patrimonial de sua arte.

Até o início da campanha pública, os direitos autorais de Zéquinha não tinham sido reivindicados, sequer como direitos morais de autor. Este cenário se modifica com o início da arrecadação do ICM, a partir de 1979, cuja propaganda contou com o protagonismo do personagem.

Em 1980, ano seguinte do lançamento da campanha, “Zigundo Zavadzki se apresentou como criador e proprietário da figura e passou a cobrar os direitos autorais, pedindo que fosse depositado em sua conta bancária a diferença a mais que o Estado recolheu em ICM em função da campanha” (Gazeta do Povo, 1987). Se atualizado para o Real atual, o valor corrigido, pelo INPC, Índice Nacional de Preços ao Consumidor, seria hoje de R\$ 1.105.476.800,00, mais de um bilhão de reais⁸.

Zigundo Zavadzki registrou a empresa Distribuidora Zico, para comercialização de doces, em 19/09/1966⁹, momento em que teria registrado os direitos da marca sob sua propriedade. Como verificado na embalagem das figurinhas comercializadas em 1967 por Zigundo Zavadzki, a marca e as balas estavam registradas no Laboratório Central de Controle de Drogas, Medicamentos e Alimentos sob o n° 2659. Por sua vez, junto ao INPI, o registro da marca Zéquinha aparece como vigente, sob propriedade da Distribuidora de Produtos Alimentícios Zico, desde 25/06/1976, tendo se extinguido em 12/08/1997¹⁰.

A autoria do personagem, por sua vez, teria sido registrada junto à Escola de Belas Artes do Rio de Janeiro, em 1980, sob o número 10753. Logo após o registro de autoria, Zavadzki acionava a justiça paranaense, indicando que o Governo do Estado havia utilizado sua propriedade, o personagem Zéquinha, sem sua autorização, devendo, portanto, ressarcir seu proprietário. Como visto, a legislação autoral vigente à época, não previa mais a obrigatoriedade do registro autoral para esta proteção intelectual. O registro tardio de Zavadzki, neste sentido, teria apenas efeitos comprobatórios, para auxiliá-lo na demanda de ressarcimento pretendida.

Encontramos registros de processos judiciais que demonstram a disputa remuneratória entre Zavadzki e o Governo do estado do Paraná. Enquanto Zavadzki demanda os direitos autorais de Zéquinha, solicitando o ressarcimento financeiro, o Governo

⁸ Cálculo realizado através do site

<https://calculoexato.com.br/result.aspx?codMenu=FinanAtualizaIndice&cce=001>, para fins ilustrativos do montante que estava em disputa entre o Governo do Estado do Paraná e Zigundo Zavadzki. Consulta feita em 27 jan/ 2024.

⁹ Essa informação é rapidamente verificada ao se pesquisar o CNPJ da empresa, impresso nas embalagens das Balas Zéquinha, no site da Receita Federal.

¹⁰ Essas informações do INPI podem ser conferidas em

<https://busca.inpi.gov.br/pePI/servlet/MarcasServletController?Action=detail&CodPedido=54099>

paranaense defende-se na argumentação de que o personagem é um índice referente da cultura local, não sendo devida nenhuma indenização monetária.

Percebe-se assim um conflito entre uma demanda privada, que visa aos direitos da propriedade intelectual, e uma demanda pública, por um patrimônio cultural imaterial comum. A Apelação Cível n. 1450/82, de Curitiba, cuja ementa é copiada abaixo, exemplifica a disputa entre particulares e o estado do Paraná:

Tribunal de Justiça do Estado do Paraná
Apelação Cível n. 1450/82, de Curitiba. (A apelação é assinada em 05 de abril de 1983).
Apelante: Zigmundo Zavadzki.
Apelado: Estado do PARANÁ
Relator: Maximiliano Stasiak. Ação de indenização – Uso indevido, desautorizado, por parte do Estado do Paraná da obra de propriedade particular, conhecida como “figurinhas Zequinha”- Obrigação de indenizar por essa desapropriação indireta ou apossamento indevido. Acórdão n. 1798. 3ª CIV. ¹¹

No referido processo, o Tribunal de Justiça do Paraná afirma que Zigmundo Zavadzki, “... comprovou ser de sua criação a obra intelectual ora em discussão”, fato que já fora reconhecido por sentença anterior, à qual o estado recorreu, quando disse “que o autor registrou o Zequinha no INPI, em 25/06/76, portanto, é titular dos direitos autorais sobre as figurinhas Zequinha que rotulam as balas com o mesmo nome”. O texto da apelação afirma ainda que, segundo o “art. 20 da Lei de Direitos Autorais, ‘salvo prova em contrário, é autor aquele em cujo nome foi registrada a obra intelectual’”.

Fica claro, pelos trechos acima compilados, que, ao julgar a ação movida por Zigmundo Zavadzki contra o Estado do Paraná, o Tribunal de Justiça do Estado evidencia uma confusão em relação aos institutos de propriedade intelectual, ao associar o registro no INPI ao registro de Direitos Autorais. Conforme argumentado, a autoria de um personagem, obra de arte, música, produção artística ou intelectual não necessita de registro. No entanto, se registrado, o INPI não é o órgão competente para tanto, e sim a Fundação Biblioteca Nacional ou a Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

No caso, o INPI é o órgão responsável pelo registro da marca e não dos direitos autorais. Pode-se pensar, no entanto, que, ou há erro na argumentação da sentença ou, de

¹¹ Documentação pesquisada no Arquivo do Tribunal de Justiça do Estado do Paraná. Documentação impressa. Na referida Apelação, citam-se os seguintes processos:

Em 1980: Tribunal de Justiça do Estado do Paraná. Agravo de instrumento n. 367/1980

Em 1981: Agravo de instrumento do Tribunal de Justiça do Paraná, Acórdão n. 25 de 17/02/8, folhas 93/94.

forma extensiva, que o argumento do juiz tenha sido no sentido de utilizar o registro do INPI como uma evidência material de autoria, ainda que não seja esse o mecanismo de registro formal.

As decisões iniciais do Tribunal de Justiça do Estado do Paraná indicavam ganho de causa para Zavadzki, por entenderem que o personagem, sendo registrado e tendo autoria reconhecida, só poderia ser utilizado com autorização prévia do autor ou, no caso, ser indenizado pelo uso indevido pelo Estado.

É claro que não se pode impedir o Estado, para fins de utilidade pública, use esta ou aquela propriedade particular. Mas é claro, também, que o particular - dono da propriedade ou da obra – deve ser indenizado (PARANÁ, Tribunal de Justiça do Estado do Paraná – 1982. P. 4)

Por estas razões, a ação não podia ser julgada improcedente, embora seja certo que o quantum da indenização não possa ser fixado desde logo. (PARANÁ, Tribunal de Justiça do Estado do Paraná – 1982. P. 3)

Apesar de o personagem ser registrado como propriedade industrial (marca) e criação artística (direito autoral) de Zigmundo Zavadzki, o estado do Paraná recorreu de decisões sobre a pertinência da ação indenizatória movida por Zavadzki, alegando que o estado “não teria tido lucros com a utilização da obra, ou que com essa utilização ou apossamento o autor não teria danos”.

A alegação da não obtenção de lucros, da utilização não comercial e da ausência de danos refere-se às exceções dos direitos autorais permitida pela tese interpretativa da regra dos três passos, que juntamente com o artigo 46 da Lei 9610 de 1998 (Lei de Direitos Autorais), informam o que não constitui ofensa aos direitos autorais. Esta tese, não pacífica na doutrina jurídica nem na jurisprudência, compreende que as hipóteses do artigo 46 da LDA são exemplificativas e que, conforme tratados internacionais, é possível inferir que uma obra intelectual sob proteção de direitos autorais pode ser utilizada de forma livre, se obedecidas as seguintes etapas: “ser utilizada apenas em casos especiais; não prejudicar a exploração comercial da obra; não deve ferir os interesses do autor”. (WACHOWICZ, MICHELOTTO, 2022).

Se inicialmente a ação movida por Zavadzki se mostrava promissora, com chances de vitória, os recursos movidos pelo Estado do Paraná se mostraram eficientes. O longo percurso vivido pela demanda de Zavadzki, iniciada em 1980, junto ao Tribunal de Justiça do Estado do Paraná, se prolonga, chegando, em 1988, ao Supremo Tribunal Federal (STF), instância

na qual permanece em análise até 2010¹², para determinar se os direitos requeridos por Zavadzki são constitucionalmente apoiados.

Após perder na instância estadual, Zavadzki recorre ao STF afirmando que, originalmente, ganhara a ação, mas que o acórdão posterior havia mudado a decisão. Essa mudança, segundo Zavadzki, ofendeu a garantia da coisa julgada (art. 153 § 3º da Emenda Constitucional 1/1969), e acrescenta que “o acórdão recorrido violou o art. 153, § 25, da emenda Constitucional 1/1969, ao negar o dever do Estado de indenizar pela utilização indevida de obra registrada” (BRASIL, Supremo Tribunal Federal, 2010).

O STF nega o pedido de Zavadzki, por diferentes razões. A primeira é a de que “o trecho do acórdão proferido no Agravo de Instrumento 367/80 (decisão judicial que supostamente apoiaria a pretensão do recorrente) não integrou sua parte dispositiva. Ao fim, conforme admite o próprio recorrente, a decisão foi-lhe desfavorável”. Aponta,

Por fim, no que tange à suposta violação do direito autoral do recorrente, o acórdão recorrido afirmou que ‘não há autoria certa e determinada dessa obra’ (fls 318); que a figura de Zequinha está ‘plenamente incorporada ao folclore paranaense’ (fls. 318); e que não há dano a ser ressarcido (fls 319).

Finalizando sua decisão, o relator do STF, Ministro Joaquim Barbosa, aponta que “a questão relativa à titularidade ou autoria do personagem foi decidida com fundamento nas provas dos autos”. Nesta afirmação, Barbosa acata a decisão anterior que definia Zéquinha como um personagem folclórico do Paraná, sem autoria definida. A decisão é apoiada no argumento apresentado pelo estado do Paraná, em acórdão prévio, de que o personagem Zéquinha seria elemento já incorporado ao folclore local. Desta forma, a força adquirida social e culturalmente pelo personagem Zéquinha ao longo dos anos, tendo sido capaz de unir gerações de curitibanos, que colecionaram as balas, trocaram as figurinhas, disputaram-nas em jogos de tique e bafo, concorreram a prêmios e até mesmo aprenderam sobre a história, tradições e sociabilidades paranaenses através dos álbuns do Zequinha criados para a Campanha do ICM, acabou por ser considerado um elemento identitário de Curitiba, patrimônio cultural dos paranaenses.

Essa identidade compartilhada, essa permanência das práticas sociais e culturais em torno de Zequinha, serviu de apoio para que o discurso de personagem que representava a identidade paranaense, que era folclórico porque, além de não ter o artista criador bem

¹² O caminho da ação movida por Zigmundo Zavadzki, dentro do Supremo Tribunal Federal – STF, pode ser visualizado online, no endereço: Fonte: <https://portal.stf.jus.br/processos/detalhe.asp?incidente=1484900> Acesso em 12 jun. 2017. Todas as informações referentes ao processo junto ao STF, citadas a seguir, foram retiradas do portal institucional do Supremo Tribunal Federal.

definido, também estava há gerações circulando entre a população paranaense, ganhando diferentes versões e tornando-se, portanto, elemento ideal para uma campanha que despertasse o engajamento da população e alcançasse o sucesso esperado, ou seja, o aumento da arrecadação de ICM.

A legislação brasileira não define folclore, mas o patrimônio cultural é previsto no artigo 216 da Constituição Federal de 1988, como sendo:

(...) bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem:
I - as formas de expressão;
II - os modos de criar, fazer e viver;
III - as criações científicas, artísticas e tecnológicas;
IV - as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;
V - os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico (BRASIL, 1988).

Neste sentido, a argumentação prevalecente na decisão em última instância do STF, a respeito de Zequinha, o personagem não seria mais um bem passível de propriedade intelectual, protegido por direitos autorais, mas uma criação artística e forma de expressão reiterada no tempo e no espaço, recebendo maior reconhecimento como elemento simbólico da identidade cultural paranaense, ocupando o espaço de um patrimônio afetivo da população. Isso porque, apesar de não ser um patrimônio cultural imaterial registrado, é um elemento que une diferentes gerações e públicos, em torno de elementos visuais que são formas de expressão, criação artística e cultural, que permitiu o compartilhamento de hábitos e práticas de sociabilidade e compartilhamento de memória.

Conclusão

Este artigo teve como objetivo analisar como os sentidos e significados atribuídos às ilustrações que acompanhavam as balas Zéquinha apresentam uma importância não apenas econômica como também simbólica, ao longo da história. Estes sentidos ultrapassaram a relevância privada da marca e dos direitos autorais das balas e do personagem Zéquinha e se consolidaram com uma importância pública, a partir de índices referenciais resultantes em um patrimônio cultural comum.

O personagem Zéquinha teve nascimento incerto, pois não se pode afirmar se ele foi idealizado em São Paulo, pelas mãos de um artista anônimo ou se surgiu em Curitiba, a partir da encomenda dos Irmãos Sobania para a Impressora Paranaense. Além disso, como

exposto, apesar de haver, em reportagens algumas décadas após a criação do personagem, a indicação de possíveis criadores e desenhistas, não era prática, à época, registrar a autoria das criações, dificultando a identificação e reconhecimento do criador de Zéquinha. Os direitos autorais, como justificado, não protegem ideias, mas a sua materialização em suporte tangível. Isso significa que os desenhos em circulação do personagem Zéquinha podem ensejar direitos autorais, mas a ideia do personagem, que foi apropriada ao longo do tempo, por diversos desenhistas e em diversos fins, não.

Apesar de ter surgido em 1929, a dificuldade em se definir, com certeza, quem criou o personagem, só teve desdobramentos a partir de 1979, com o lançamento da campanha criada pelo Governo do Estado do Paraná, denominada *ICM das Crianças ou Clube do Zequinha*. É neste momento que o personagem, já sem a companhia das balas, torna-se uma febre em Curitiba e no Paraná devido aos prêmios que poderiam ser conquistados quando o álbum de 200 figurinhas estivesse completo. No entanto, havia outra motivação para o sucesso da campanha: o saudosismo dos adultos que, quando crianças, haviam consumido as balas e colecionado e brincando com as figurinhas do personagem.

Zéquinha não era apenas um personagem que protagonizava uma campanha estadual de arrecadação de impostos. Como salientado anteriormente, Zéquinha tornou-se um ícone que representava parte da identidade curitibana e paranaense, unia diferentes gerações em torno do mesmo personagem e das mesmas sociabilidades e portanto, pertencia ao imaginário dessa mesma população.

A disputa protagonizada por Zigmundo Zavadzki e o Governo do Estado do Paraná envolvia questões artísticas e econômicas. Por um lado, Zavadzki apresentara documentos perante o poder judiciário estadual e federal, demonstrando que possuía o registro de marca do personagem junto ao INPI e também o registro de autor de Zéquinha, efetuado junto à Escola de Belas Artes do Rio de Janeiro, tendo inclusive reconhecida sua paternidade em relação aos desenhos do personagem. Nesta direção, sua criação artística estava reconhecida e, a partir dela, Zavadzki procurou defender seu direito econômico de ser ressarcido pelo governo do Estado do Paraná pelo uso não autorizado de sua criação.

Contudo, é neste momento que duas questões se impõem como forma de justificar o uso de Zéquinha na campanha do governo estadual e não atribuir, à Zavadzki, o ressarcimento requerido. A primeira questão é a confusão inicialmente percebida, nos documentos do processo, entre o direito de autor, que é reconhecido através de registro do personagem pelo seu autodeclarado criador, junto à Biblioteca Nacional ou a Escola de Belas Artes do Rio de Janeiro. Como apontado, na esfera estadual, há a indicação do juiz de que Zavadzki seria o criador do personagem e portanto teria direito a ser ressarcido pelo executivo

estadual, por ter apresentado registro de marca do Zequinha no INPI. O registro, feito em 1967, ainda estava vigente, contudo, o registro de uma marca não significa que seu proprietário é também seu criador.

Novo elemento se apresenta quando, em 1980, Zavadzki registra o personagem como sua criação na Escola de Belas Artes do Rio de Janeiro. Assim, com este registro, Zavadzki comprovava tanto a propriedade de marca quanto a autoria de Zéquinha. Contudo, mesmo assim, Zavadzki não consegue seu intento, ou seja, reparação financeira do uso indevido e sem autorização de seu personagem pela campanha estadual de arrecadação de ICM.

A derrota de Zavadzki ao fim do longo percurso da ação não se explica, portanto, pela ausência de documentos, mas pela interpretação final, tanto da esfera estadual quanto da esfera federal da justiça brasileira de que, embora tenha apresentado a documentação necessária, Zéquinha teria, ao longo do tempo, extrapolado o espaço privado de criação e paternidade, tornando-se personagem que representava uma identidade paranaense, que compunha um imaginário coletivo e que também representava uma série de atividades socialmente compartilhadas por gerações de curitibanos e paranaenses. Nesta direção, Zéquinha ultrapassara o direito privado, principal argumento de defesa de Zavadzki, tornando-se elemento folclórico e representante do patrimônio cultural imaterial do Estado do Paraná.

Esta decisão se deveu às diferentes e desencontradas informações a respeito da autoria do personagem, que possuiria ao menos dois pais - Zigmundo Zavadzki e Alberto Thiele - e um padrasto - Paulo Carlos Rohrbach -, levaram à afirmação, nos autos do processo, de que 'não há autoria certa e determinada dessa obra' (BRASIL, Supremo Tribunal Federal, 2010, fls 318); além de que a figura de Zequinha está 'plenamente incorporada ao folclore paranaense' (BRASIL, Supremo Tribunal Federal, 2010, fls. 318).

Circulando há décadas entre os paranaenses, incorporado às memórias e sociabilidades de diferentes sujeitos e gerações, Zéquinha e suas balas e figurinhas enquadram-se na categoria de patrimônio cultural, definido, na Constituição de 1988, como, entre outras questões, elementos "portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira". Zéquinha é tudo isso, é identidade, é memória e é o fazer de balas, de litografia, de personagem e de brincadeiras, trocas e sociabilidades.

Nesta direção, entendemos que, apesar das documentações apresentadas por Zavadzki, Zéquinha foi reconhecido, pelos magistrados, como elemento que pertence à cultura de um grupo, de uma sociedade, ultrapassando o direito privado e tornando-se, portanto, personagem referencial da identidade e cultura paranaenses, percepção confirmada pela reportagem publicada no portal da Prefeitura de Curitiba, que em seu título, nomeia

Zéquinha como patrimônio de Curitiba (Prefeitura de Curitiba, Curitiba, 2026). Superando a demanda de direito privado de Zavadzki, Zéquinha é percebido como elemento coletivo, já incorporado ao folclore paranaense e, portanto, define-se judicialmente, que não há dano a ser ressarcido (BRASIL, Supremo Tribunal Federal, 2010, fls 319).

Como resultado, temos Zigmundo Zavadzki perdendo sua demanda, enquanto que Zéquinha ganha o reconhecimento de sua importância enquanto ícone formador de uma identidade e um imaginário coletivos, que, durante a pandemia, no ano de 2021, ganhou novo reforço com o lançamento de novo álbum de figurinhas e diferentes produtos ilustrados com o personagem. Novas gerações de curitibanos e paranaenses poderão adentrar e pertencer ao universo criado em torno de Zéquinha, compartilhando o sentimento identitário, as sociabilidades e o imaginário criados em torno do personagem folclórico, patrimônio cultural imaterial paranaense.

Referências bibliográficas

BARBOSA, D. B. O fator semiológico na construção do signo marcário. In: **GEDAI**. GEDAI: Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: https://gedai.ufpr.br/wp-content/uploads/2018/08/fator_semiologico_no_signo_marcario-1.pdf Acesso em: 18 jan 2024.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. Tradução Marijane Lisboa. In: CAPISTRANO, Tadeu. [Org.] *Benjamin e a obra de arte: técnica, imagem, percepção*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

BOGUSZEWSKI, José Humberto. **A primeira impressão é a que fica**: imagens, imaginário e cultura da alimentação no Paraná (1884-1940) Tese (Doutorado em História). Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2012.

BRANDÃO, Izabel Drulla. Ele desenhava a bala Zéquinha. **Folha Viva Curitiba**. Curitiba, 3 nov. 1995. Biblioteca Pública do Paraná.

BRASIL. **Alvará de 28 de abril de 1809. Isenta de direitos as matérias-primas do uso das fábricas e concede outros favores aos fabricantes e à navegação nacional**. Rio de Janeiro, 28 abr. 1809. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/alvara/antioresa1824/alvara-40051-28-abril-1809-571629-publicacaooriginal-94774-pe.html> Acesso em: 13 jul. 2026

_____. **Decreto nº 2.682, de 23 de outubro de 1875. Regula o direito que têm o fabricante e o negociante de marcar os produtos de sua manufatura e de seu comércio**. Rio de Janeiro, 23 out. 1875. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1824-1899/decreto-2682-23-outubro-1875-549770-publicacaooriginal-65288-pl.html>? Acesso em: 13 jul. 2026.

_____. **Decreto n.º 9.233, de 28 de junho de 1884. Promulga a convenção, assinada em Paris em 20 de março de 1883, pela qual o Brasil e outros Estados se constituem em União para a proteção da propriedade industrial**. Rio de Janeiro: Império do Brasil, 1884. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1824-1899/decreto-9233-28-junho-1884-543834-publicacaooriginal-54426-pe.html>. Acesso em: 14 jul. 2026.

_____. **Lei n.º 496, de 1.º de agosto de 1898. Define e garante os direitos autoraes.** Rio de Janeiro: Presidência da República, 1898. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1824-1899/lei-496-1-agosto-1898-540039-publicacaooriginal-39820-pl.html>. Acesso em: 14 jul. 2026.

_____. **Lei n.º 3.071, de 1.º de janeiro de 1916. Código Civil dos Estados Unidos do Brasil.** Rio de Janeiro: Presidência da República, 1916. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l3071.htm. Acesso em: 14 jul. 2026.

_____. **Decreto n.º 4.541, de 6 de fevereiro de 1922. Aprova a Convenção Internacional assinada em Berlim em 13 de novembro de 1908, com sede em Berna, para proteção das obras literárias e artísticas.** Rio de Janeiro: Presidência da República, 1922. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1920-1929/decreto-4541-6-fevereiro-1922-567922-norma-pl.html>. Acesso em: 14 jul. 2026.

_____. **Decreto n.º 19.056, de 31 de dezembro de 1929. Promulga a adesão do Brasil aos Atos da Haia de 1925 relativos à Convenção da União de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial e aos Acordos de Madri sobre marcas e indicações de procedência.** Rio de Janeiro: Presidência da República, 1929. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1920-1929/decreto-19056-31-dezembro-1929-561043-publicacaooriginal-84377-pe.html>. Acesso em: 14 jul. 2026.

_____. [Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio]. **Diário Oficial da União: Seção 1 - Expediente do Diretor da Seção de Marcas**, Rio de Janeiro, RJ, 1931, n. 11937, p. 25-26, 22 jul. 1931. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/diarios/2019128/pg-26-secao-1-diario-oficial-da-uniao-dou-de-22-07-1931>. Acesso em: 18 jan. 2024.

_____. **Decreto Legislativo n.º 59, de 19 de novembro de 1951. Aprova o texto da Convenção de Berna para a proteção das obras literárias e artísticas, revista na cidade de Bruxelas em 26 de junho de 1948.** Rio de Janeiro: Congresso Nacional, 1951. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decleg/1950-1959/decretolegislativo-59-19-novembro-1951-367223-norma-pl.html>. Acesso em: 14 jul. 2026.

_____. **Decreto n.º 34.954, de 18 de janeiro de 1954. Promulga a Convenção de Berna para a proteção das obras literárias e artísticas, revista em Bruxelas em 26 de junho de 1948.** Rio de Janeiro: Presidência da República, 1954. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1950-1959/decreto-34954-18-janeiro-1954-331858-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em: 14 jul. 2026.

_____. **Lei n.º 5.988, de 14 de dezembro de 1973. Regula os direitos autorais e dá outras providências.** Brasília, DF: Presidência da República, 1973. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5988.htm. Acesso em: 14 jul. 2026.

_____. **Decreto n.º 75.572, de 8 de abril de 1975. Promulga a Convenção de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial, revista em Estocolmo em 14 de julho de 1967.** Brasília, DF: Presidência da República, 1975. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1970-1979/d75572.htm. Acesso em: 13 jul. 2026.

_____. **Decreto n.º 635, de 21 de agosto de 1992. Promulga a Revisão de Estocolmo da Convenção de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial.** Brasília, DF: Presidência da República, 1992. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d0635.htm. Acesso em: 13 jul. 2026.

_____. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1998.** Disponível em: https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/518231/CF88_Livro_EC91_2016.pdf. Acesso em: 18 jan 2024.

_____. **Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9610.htm. Acesso em: 18 jan 2024.

_____. **Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial.** Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm. Acesso em: 18 jan 2024.

_____. **Lei nº 5988 de 14 de dezembro de 1973. Regula os direitos autorais e dá outras providências.** Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L5988.htm Acesso em: 18 out 2024.

_____. Supremo Tribunal Federal. 2. Turma. Recurso Extraordinário n. 119013. Relator: Min. Joaquim Barbosa. Julgado em 29 set. 2009. **Supremo Tribunal Federal**, Brasília, 08 jan. 2010. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/processos/detalhe.asp?incidente=1484900>. Acesso em 17 out. 2024.

BRUNELLI, Silvana. **Diálogo entre as Artes Plásticas e a Publicidade no Brasil.** Tese (Doutorado em Artes) - Escola de Educação e Arte – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

Campanha do Zequinha. **Tribuna do Paraná.** Curitiba, 22 dez. 1979. Tribuinhas. Biblioteca Pública do Paraná.

“Caravana do Zequinha” faz entrega de muitos prêmios. **Diário do Paraná.** 26 out. 1980. P. 6. Biblioteca Pública do Paraná.

Começa hoje terceira fase do “Zequinha”. **Estado do Paraná.** Curitiba, 25 set. 1980b.

DIÁRIO DA TARDE. Finanças entrega os prêmios da Campanha do Clube do Zequinha. Curitiba, 21 jan. 1980. Biblioteca Pública do Paraná.

Estado do Paraná. Curitiba, 31 mar. 1979. Biblioteca Pública do Paraná.

Estado do Paraná. Termina a segunda fase do Zequinha. Curitiba 25 abr. 1980. Biblioteca Pública do Paraná.

Gazeta do Povo. “Caravana do Zequinha” já tem os seus vencedores conhecidos. Curitiba, 18 fev. 1981. Biblioteca Pública do Paraná.

Gazeta do Povo. Zequinha vai agora para o Supremo. Curitiba, 10 abr. 1987. Biblioteca Pública do Paraná.

GUETHS, Mague. Mania que entrou para a história. **Bala Zequinha. Folha de Londrina.** Londrina, 4 jul. 2007. Biblioteca Pública do Paraná.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). O que é marca. Manual de Marcas. Rio de Janeiro: **INPI**, [s.d.]. Disponível em: https://manualdemarcas.inpi.gov.br/projects/manual/wiki/02_O_que_%C3%A9_marca#2-O-que-%C3%A9-marca. Acesso em: 15 jul. 2026.

LERNER, Jaime. **O que é ser urbanista [ou arquiteto de cidades]:** memórias profissionais de Jaime Lerner. Rio de Janeiro: Record, 2011.

Millarch, Aramis. Tabloide. A volta de Zequinha para ajudar nossas finanças. **O Estado do Paraná.** Curitiba, 16 set. 1979a. Biblioteca Pública do Paraná.

_____. O padrao de Zequinha. **Tablóide. O Estado do Paraná.** Curitiba, 31 out. 1979b. Biblioteca Pública do Paraná.

Morre o “pai” das Balas Zequinha. **O Estado do Paraná.** Curitiba, 17 jul. 1996. Biblioteca Pública do Paraná.

O Estado do Paraná. “Documentário sobre balas ‘Zéquinha’”. Curitiba, 24 fev. 2005. P. 20. Biblioteca Pública do Paraná.

ONDE você estava?: **TV Sinal** (Som, Imagem e Notícias da Assembleia Legislativa do Paraná). 10 min, colorido. 2009. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=v8dg8ZWO4Vk>. Acesso em: 08 out. 2016.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL — OMPI. **Berne Convention: contracting parties — Brazil.** Genebra: OMPI, [2026]. Disponível em: <https://www.wipo.int/wipolex/en/treaties/parties/remarks/BR/15>. Acesso em: 14 jul. 2026.

PARANÁ. Tribunal de Justiça do Estado do Paraná. Apelação Cível n. 1450/82. Relator: Maximiliano Stasiak. 3. Vara Cível, Curitiba: 05 abril. 1983. Arquivo do Tribunal de Justiça do Estado do Paraná. Processo físico.

PIZZOL, Ricardo Dal. “Evolução histórica dos direitos autorais no Brasil: do privilégio conferido pela Lei de 11/08/1827, que criou os cursos jurídicos, à Lei n. 9.610/98.” **Revista da Faculdade de Direito**, Universidade de São Paulo, [S. l.], v. 113, p. 309–330, 2018. DOI: 10.11606/issn.2318-8235.v113i0p309-330. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rfdusp/article/view/156607>. Acesso em: 18 out. 2024.

Das embalagens de balas para o acervo da Casa da Memória, Zequinha virou patrimônio de Curitiba. Notícias. **PREFEITURA DE CURITIBA.** Curitiba, 02 mar. 2026. Disponível em: <https://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/das-embalagens-de-balas-para-o-acervo-da-casa-da-memoria-zequinha-virou-patrimonio-de-curitiba/81875>. Acesso em: 19 jul. 2026.

SANTANA, Camila Jansen de Mello de. **Um piá na urbe: fragmentos de modernização e urbanização nas figurinhas das Balas Zéquinha (1929-1948).** Tese (Doutorado em História). Setor de Ciências Humanas da Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2019.

SILVA FILHO, M. A. M. O direito de autor na obra sob encomenda: Da Lei 5.988/73 aos Projetos de Lei. In: Jus Brasil. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/o-direito-de-autor-na-obra-sob-encomenda/400771898>. 2016.

Termina a segunda fase do Zequinha. **Estado do Paraná.** Curitiba, 25 abr. 1980a. Biblioteca Pública do Paraná.

TULLIO, Carlos Henrique. **Zéquinha Grande Gala.** Produção de Regina Walger, direção de Carlos Henrique Tullio. Curitiba, DOC-TV, 2005. Documentário. 55 min.

UNESCO. **Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial.** Paris, 2003. Disponível em: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000132540_por

WACHOWICZ, M; MICHELOTTO, G. A Regra dos Três Passos no Direito Autoral. In: **Instituto Observatório de Direitos Autorais.** IODA: Curitiba, 2022. Disponível em: <https://ioda.org.br/regra-dos-tres-passos-direito-autoral/#:~:text=De%20acordo%20com%20o%20Tratado%20de%20Berna%2C%20na,3%20Q%20N%C3%A3o%20deve%20ferir%20os%20interesses%20do%20autor>. Acesso em: 18 jan 2024.

WITIKOSKI, Alan Ricardo; CORRÊA, Ronaldo de Oliveira. *O aprendizado dos litógrafos no Paraná: relatos entre as décadas de 1930 a 1950.* In: BRAGA, Marcos da Costa; CORRÊA, Ronaldo de Oliveira (Orgs.). **Histórias do design no Paraná.** Curitiba – PR: Insignh, 2014.

XAVIER, Valêncio. Desembrulhando as Balas Zéquinha. Boletim Informativo nº 1 da Fundação Cultural de Curitiba. 1974.