

## **Sentença**

### **S E N T E N Ç A**

Vistos etc.

Trata-se de demanda intitulada "Ação de Reparação de Dano" ajuizada por VALDENI ANDRELINO, IRONILDA SANTOS RANGEL e SILVANA DOS SANTOS em face de PRIMO SCHINCARIOL IND. DE CERVEJAS e REFRIGERANTES S/A, DVS ALIMENTOS LTDA (CERVEJARIA DEVASSA), LxD LOGISTICA e DISTRIBUIÇÃO LTDA, AGÊNCIA MOOD DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA e A GAZETA, estando as partes devidamente qualificadas na inicial.

Aduzem que a primeira Autora é assinante do jornal A Gazeta e que, por dois domingos, dia 28 de novembro de 2010 e 05 de dezembro de 2010, recebeu encarte da Revista AG do jornal A Gazeta com uma propaganda publicitária com teor racista, machista com conotação sexual. A referida propaganda descreve que "É PELO CORPO QUE SE RECONHECE A VERDADEIRA NEGRA", junto com a ilustração de uma mulher negra vestida como fosse um objeto de satisfação sexual.

A primeira Autora foi ao Procon Municipal de Vitória, onde fez uma reclamação administrativa e também à delegacia de defesa do consumidor. O Procon notificou e autuou a Cervejaria Devassa, originando infração administrativa.

Que a segunda Autora foi submetida à discriminação negativa, uma vez que é professora e leitora do jornal A Gazeta, se deparando com a publicidade da Cervejaria Devassa, cujo teor da propaganda é racista e prejudicial à imagem não só da mulher negra como objeto sexual, imagem esta construída ao longo da história do Brasil. Que foi a Delegacia de Defesa do Consumidor, ao Ministério Público e à Ordem dos Advogados do Brasil.

Que a terceira Requerida igualmente teve seu direito a diferença atingido devido à discriminação negativa, sentindo-se ofendida, constrangida, uma vez que também é mulher e negra.

Que anda pela rua e fica ouvindo transeuntes do sexo masculino que dizem: "ESSA É A VERDADEIRA DEVASSA", "QUE DÁ VONTADE DE BEBER".

Que desta maneira está sendo reforçada a ideia de que as mulheres negras são consideradas um objeto sexual, devido a propaganda racista e machista de cunho sexual. Que as autoras estão sofrendo constrangimento e humilhação.

Juntaram documentos às fls. 15 e seguintes.

Devidamente citados, os Requeridos apresentaram contestação.

O segundo Requerido, DVS ALIMENTOS LTDA (CERVEJARIA DEVASSA), às fls. 88/104, alegou, preliminarmente, ilegitimidade passiva, diante da ausência da participação para divulgação publicitária, pois é apenas uma franqueada da marca "Devassa" no Estado do Espírito Santo. No mérito, alegou ausência de responsabilidade civil, e que não autorizou e muito menos participou da veiculação tida como abusiva.

A primeira Requerida, PRIMO SCHINCARIOL IND DE CERVEJAS E REFRIGERANTES S/A, apresentou contestação às fls. 166/182, alegando completa ausência dos requisitos de responsabilidade civil, ausência de ato ilícito. Aduz que a propaganda atacada não tem mínimo potencial ofensivo e, ainda que entendam o contrário, os anúncios não causam à média da população qualquer desconforto ou desequilíbrio emocional e espiritual. Registra que as três Autoras estão diretamente envolvidas com políticas de promoção de igualdade racial e causas voltadas a defesa da população afro-descendentes, o que explica a suscetibilidade exacerbada que transmitem diante da propaganda. Que não discrimina qualquer cor ou raça, ao contrário, rende homenagens a todos os fenótipos através de suas cervejas. Que o anúncio atacado pelas Autoras apenas dá sequência a esta mesma linha irreverente da campanha publicitária da marca Devassa, o que explica a roupa da mulher nele inserida, não se tratando, portanto, de criação destinada a atingir a mulher negra.

A quinta Requerida, A GAZETA, em contestação de fls. 252/263, alega preliminarmente sua

ilegitimidade, afirmando que apenas fez publicar anúncio comercial de terceiros, não tendo participação na confecção e idealização da campanha publicitária. No mérito, sustenta a total improcedência do pedido autoral e ausência dos requisitos do dever de indenizar.

A terceira Requerida, L&D LOGISTICA E DISTRIBUIÇÃO LTDA, às fls. 285/295, da mesma forma alega sua ilegitimidade, ressaltando que consiste em uma sociedade empresarial cujo ramo é a distribuição de bens produtos de diversos ramos, entre eles o de bebidas. Que o grupo Schincariol possui um contrato com a Requerida, em que esta detém exclusividade na revenda e distribuição dos produtos desse grupo, dentre eles a cerveja Devassa. E, em relação ao material publicitário, tem cláusula no contrato que dispõe que é dever da revendedora, ora Requerida, adquirir materiais publicitários para implementar as vendas. No mérito, sustenta ausência de elementos caracterizadores da responsabilidade civil.

A quarta Requerida, AGENCIA MOOD DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA., em contestação de fls. 327/342, também alegou sua ilegitimidade passiva, agindo como mera prestadora de serviços contratada pela anunciante da publicidade. Como agência de publicidade, restringiu-se a produzir e providenciar a veiculação da peça publicitária. No mérito, alega que não agiu com culpa muito menos com dolo, na medida em que jamais tencionou agredir ou depreciar a figura da mulher negra. Que não houve qualquer tipo de discriminação racial na publicidade da cerveja Devassa e que sempre se utilizou da publicidade comparativa com a figura feminina com o objetivo de divulgar a marca, ressaltando as características mais marcantes das mulheres brasileiras, para associá-las às suas diversas cervejas. Que a referida peça publicitária já foi levada a julgamento perante o Conselho Nacional de Auto-regulamentação publicitária (CONAR), que decidiu tão somente pela alteração da peça publicitária, e não por sua retirada de veiculação.

Réplica às fls. 423/546.

Às fls. 560 houve alteração da razão social da terceira Requerida, passando a denominar LIPPAUS DISTRIBUIÇÃO LTDA.

Audiência preliminar às fls. 576.

Audiência de instrução e julgamento às fls. 618/619 sendo ouvida uma testemunha pelo Requerido LIPPAUS DISTRIBUIÇÃO EIRELI.

As partes apresentaram alegações finais às fls. 633 e seguintes.

É o Relatório. DECIDO.

O processo está em ordem, não havendo preliminares a serem sanadas, pelo que passo ao mérito.

Trata-se de ação de reparação de danos onde as Autoras alegam que foram ofendidas com a propaganda da cerveja Devassa, diante de sua conotação sexual e cunho racista.

Fato incontroverso nos autos é a publicação da propaganda ora atacada. O que vai ser discutido é se realmente a propaganda trouxe ofensa e humilhação às Autoras, por serem mulheres negras, e se a propaganda teve conotação sexual e racista.

De plano, afirmo que o pedido inicial não merece procedência. Explico.

No presente caso não houve ofensa ao art. 37, par. 2 do CDC.

Analisando os autos, e a propaganda juntada às fls. 45, o que se percebe é a utilização da propaganda de uma forma criativa, associando a beleza, as vestes reduzidas, o bom humor, a alegria ao consumo da cerveja, o que é muito comum no nosso país.

É notório que no Brasil as propagandas de cerveja são conhecidas pela sua originalidade e criatividade, ainda que possam ser consideradas jocosas. No caso em análise não se percebe nenhuma mácula na imagem da mulher negra. Pelo contrário, a propaganda realmente é irreverente e a ideia é causar um impacto com humor com o objetivo, certamente, de provocar comentário, chamar a atenção do consumidor. Se alguma conclusão pode ser tirada a respeito, é exatamente o elogio ao corpo da mulher.

Ora, conforme bem apontado pela primeira Requerida, muitas vezes que se tem a pele negra figurando em publicidade, surgem questionamentos associando a mídia à vulgaridade, a inferioridade, discriminação racial. É preciso muita cautela nesses questionamentos para não banalizar as verdadeiras reivindicações.

Um artigo publicado pelo advogado ANDRE BRANDALISE em seu blog retrata bem a situação atual. Sob o título "O exagero do politicamente correto" o autor começa advertindo que temos que ter cuidado com tudo, pois o grupo do politicamente correto está de olho em tudo, cometendo os maiores exageros que se possa imaginar, inclusive em defender coisas absurdas. Segue um trecho do artigo:

"Quero deixar claro que não estou defendendo o liberou geral, mas existe uma diferença muito grande entre um ato com caráter ofensivo e outro que não tem este objetivo. Isso vale para a literatura, música, humor, ou seja lá o que for. Se alguém se sentir ofendido que busque no judiciário a correção, assim como ocorreu com o Rafinha Bastos ... falou besteira, arque com as conseqüências. Assim como eu não gosto do politicamente correto, da mesmo forma não gosto do politicamente incorreto. Falta bom senso ... aliás, falta MUITO bom senso. Qualquer coisinha que se diga já vira uma tempestade. Pior ainda, mesmo quando alguém diz algo com fundamentos seculares, como é o caso dos religiosos. Se não tivessem alguns artigos na Constituição Federal preservando os direitos à crença, os grupos xiitas do politicamente correto teriam fechado todas as instituições religiosas do Brasil (bem, nem todas ... tem umas que conseguem bem se adequar à nova sociedade moderna ... isso que é "fundamento firme"). Mas como não conseguem, querem limitar a expressão religiosa aos seus templos (ou guetos). Essa é a ideia da Sra. Marta Suplicy e do Sr. Jean Wyllys. "Parabéns" aos "nobres" políticos "democratas" citados, a ideia de vocês não é original - o nazismo já fez isso e a França (sempre à frente de seu tempo) está fazendo isso hoje (França proíbe muçulmanos de rezar em público) -, mas com certeza demonstra uma "inteligência" ímpar. Tudo isso me lembra algo do livro 1984, de George Orwell: quem controla o passado controla o futuro, quem controla o presente controla o passado. Já estão conseguindo controlar o presente ... será que vão começar a controlar o passado também??? Em vez de aderirmos ao politicamente correto como modismo, ou sucumbirmos à ditadura que ele impõe, sejamos inteligentes. Chega de politicamente correto. Chega de politicamente incorreto. Usem o bom senso."

Nessa questão tenho que concordar com as Requeridas, pois a propaganda não é abusiva ou discriminatória. Não há qualquer mensagem racista, sendo o anúncio original, irreverente, refletindo uma essencialidade, autenticidade e alegria.

Nesse sentido, para a caracterização de danos morais passíveis de indenização, é necessária a presença de três elementos: o ato ilícito, o dano efetivamente causado ao indivíduo e o nexo de causalidade entre o ato ilícito e o dano.

Não caracterizado o ato ilícito não há que se falar em indenização.

A única testemunha ouvida em juízo corrobora a inexistência de ato ilícito.  
Vejamos:

"(...) que tomou conhecimento da campanha publicitária, sendo exibido em audiência o documento de fls. 45 do autos; que não se recorda o período em que foi divulgado tal campanha publicitária; que a campanha publicitária em apreço foi divulgada em prol da companhia Schincariol; que foi empregado da companhia Lippaus no período de 16/01/1996 à 16/01/2012; que na época em que trabalhava na companhia Lippaus nunca ouviu dizer que a campanha publicitária em questão seria ofensiva ou agressiva; que começou como vendedor na companhia Lippaus e chegou até a gerência; que não chegou nenhuma reclamação na gerência da Lippaus em virtude da divulgação da campanha em questão; que não conhece as autoras (...)"

E nesse ponto, considerando que a doutrina predominante entende que o dano não precisa ser provado, pois decorre da própria ofensa, no presente caso, conseqüentemente, não há que se falar em dano se não existiu a ofensa, o ato ilícito.

Isto posto, nos termos do artigo 269, inciso I, do Código de Processo Civil, JULGO IMPROCEDENTE o pedido autoral, pela inexistência do ato ilícito passível de indenização.

Condeno as Autoras ao pagamento das custas e despesas processuais, bem como, ao pagamento dos honorários advocatícios a cada um dos patronos dos Requeridos, que arbitro em R\$2.000,00 (dois mil reais), na forma do artigo 20, § 4º, do Código de processo Civil, considerando o tempo da demanda, o

trabalho dos advogados e a realização de audiência de instrução.

Por fim, JULGO O PROCESSO COM RESOLUÇÃO DE MÉRITO.

Transitada em julgado, arquivem-se os autos com as cautelas de estilo.

Publique-se. Registre-se. Intime-se.

Vitória, 04 de novembro de 2013.

CARLOS ALEXANDRE GUTMANN

Juiz de Direito

**Dispositivo**

JULGO IMPROCEDENTE o pedido autoral, pela inexistência do ato ilícito passível de indenização.