



TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO
COMARCA DE SÃO PAULO
FORO CENTRAL CÍVEL
33ª VARA CÍVEL
PRAÇA JOÃO MENDES S/Nº, São Paulo - SP - CEP 01501-900
Horário de Atendimento ao Público: das 12h30min às 19h00min

SENTENÇA

Processo Digital nº: **1067726-43.2015.8.26.0100**
 Classe - Assunto: **Procedimento Ordinário - Propriedade Intelectual / Industrial**
 Requerente: **Brf S/A**
 Requerido: **Seara Alimentos LTDA**

Juiz(a) de Direito: Dr(a). **Douglas Iecco Ravacci**

Vistos.

BRF S/A ajuizou ação contra **SEARA ALIMENTOS S/A**. Alegou que é detentora da marca Sadia, dentre outras, e que desde a década de setenta faz uso do *slogan* “S de Sadia”, e como forma de identificação e consolidação da marca, por meio de anúncios publicitários em diversos meios de comunicação, tanto que atualmente o “S” é associado pelos consumidores à marca. Ocorre que a ré, detentora da marca Seara passou a veicular anúncios publicitários que entende ilegais. Em específico, veiculou a partir de 03/07/2015 vídeo publicitário fazendo uso do *slogan* “começa com S... e termina com A.”, confundindo o consumidor, além de fazer propaganda sobre seu “novo” presente que conteria menos gordura e sódio, embora tal produto já se encontre no mercado há certo tempo em verdadeira propaganda enganosa. Sustenta que o vídeo caracteriza concorrência desleal, na medida em que visa diluir a sua marca. Apresentou comentário da rede social *facebook*. Pretende que a seja compelida na obrigação de não veicular, em qualquer meio ou mídia, vídeo que identifique sua marca utilizando a letra “S”, bem como não veicule, da mesma forma, propaganda identificando seu produto presunto como “Novo” (50% menos gordura e 36% menos sódio), retirando-a de suas embalagens; todo sob pena de multa diária. E, ainda, pretende a composição de perdas e danos.

Deferida em parte a antecipação de tutela (fls. 88), objeto de agravo de instrumento, onde a ré obteve a concessão de efeito suspensivo (fls. 205).

A ré contestou (fls. 260/281) alegando que a pretensão da autora é de evitar a concorrência. Defendeu a legalidade de seu vídeo publicitário, ausente concorrência



TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO
COMARCA DE SÃO PAULO
FORO CENTRAL CÍVEL
33ª VARA CÍVEL
PRAÇA JOÃO MENDES S/Nº, São Paulo - SP - CEP 01501-900
Horário de Atendimento ao Público: das 12h30min às 19h00min

desleal, pois não menciona a marca da autora nem seu *slogan*. Sustentou que a autora é detentora de dois terços do mercado de embutidos e que pouco antes do ajuizamento da presente demanda, a autora ingressou com outra questionando outra publicidade da ré. Informa que o CONAR se pronunciou sobre a legalidade de sua propaganda. Em relação ao vídeo mencionado na inicial sustenta que visava apresentar seu novo produto com menos sódio e gordura, simulando um compra na padaria e, no qual pretende convidar o consumidor a experimentar seu produto. Não há confusão com a marca ou *slogan*, e que este último não goza de proteção legal, muito menos a letra “S”. Negou que a propaganda cause confusão do consumidor, pois o comercial identifica somente a marca SEARA e que os depoimentos dos consumidores mencionados pela autora confirmam isso. E, também, que haja ofensa à sua marca, ou que cause diluição. Informou que diversas outras marcas utilizam o “S de ...” e que a própria autora já se utilizou do mesmo expediente. Em relação ao presunto, defendeu que se trata realmente de produto aprimorado e que a demora no uso da embalagem ocorreu pela necessidade de aprovação do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Insurgiu-se contra a pretensão indenizatória e requereu a improcedência do pedido.

Apresentada réplica (fls. 296/310) e tréplica (fls. 313/321).

Depositado em juízo um *pendrive* pela autora (fls. 331/332), sobre o qual se manifestou a ré (fls. 352/359).

É o relatório.

Fundamento e decido.

Conheço diretamente do pedido, nos termos do artigo 330, I, do CPC, em se tratando de direito disponível entre partes maiores e capazes, sendo desnecessária produção de outras provas. O conteúdo da peça publicitária é incontroverso bastando a devida aplicação das normas legais.



TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO
COMARCA DE SÃO PAULO
FORO CENTRAL CÍVEL
33ª VARA CÍVEL
PRAÇA JOÃO MENDES S/Nº, São Paulo - SP - CEP 01501-900
Horário de Atendimento ao Público: das 12h30min às 19h00min

No mérito, o pedido é improcedente.

A autora informa que ao longo dos anos construiu sua marca de embutidos SADIA mediante peças publicitárias, acabando por tornar seus produtos indissociáveis de seu *slogan* "Começa com "S ... e termina com A", e do "S de Sadia". Ocorre que a ré teria se valido de tal *slogan*, bem com da identificação da letra "S" no mercado de presuntos, para veicular propaganda de seu presunto SEARA, ou que configuraria concorrência desleal e violação de marca. Ainda, sustenta que há propaganda enganosa acerca da "novidade" no presunto da ré, quanto aos percentuais de sódio e gordura, posto que não houve a devida redução.

Inicialmente, em relação à peça de vídeo, veiculada em emissoras de televisão e *sites*, entendo a ausência da propalada concorrência desleal ou violação de marca, ou sua sua diluição. Como bem ressaltado em contestação, o *slogan* da autora, apesar de utilizado pela autora em diversas peças publicitárias ao longo dos anos, por si só não se encontra amparo direito autoral. Muito menos a letra "S" isoladamente.

No contexto do vídeo, verifica-se que a consumidora pede 200g de presunto e, em resposta à pergunta do atendente afirma que iria levar "SE", mas é interrompida por uma criança que menciona a marca de presunto que começa com o "S", enquanto a outra criança completa – termina com "A". Por fim, a consumidora completa que a marca é "aquela com menos sódio e gordura".

Pois bem, não há controvérsia sobre o emprego do *slogan* como “gancho” para a apresentação do produto da ré SEARA, que começa e termina com as mesmas letras. Considerando que o *slogan* não possui proteção legal, deve-se perquirir se o contexto implica em violação da marca, ou propaganda enganosa na medida em que confunde o consumidor quanto à marca.

E, nesse passo, não nos parece que o consumidor, ao assistir o vídeo tenha



TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO
COMARCA DE SÃO PAULO
FORO CENTRAL CÍVEL
33ª VARA CÍVEL
PRAÇA JOÃO MENDES S/Nº, São Paulo - SP - CEP 01501-900
Horário de Atendimento ao Público: das 12h30min às 19h00min

alguma dúvida sobre a marca do produto anunciado. O meio empregado pela ré, concorrente da autora no segmento, não é novo do mercado publicitário, nem conduz o consumidor à confusão.

A única coisa que se pode extrair do vídeo, assistido na íntegra, é que a ré apresenta seu produto como concorrente do da autora – SADIA. Nada mais saudável num mercado já concentrado e que segundo consta do autos, a autora possui a maior fatia.

A marca SADIA é a de maior consumo no mercado, e somente se poderia cogitar de diluição através de evidente diminuição da percepção do consumidor com marca forte no segmento, quer pela confusão com a marca da ré e consequente com seus produtos, quer pela sua depreciação. Nenhum dos dois se apresenta.

Não há nenhuma referência depreciativa. A cena é cotidiana e não há qualquer dúvida de que se trata de comercial da SEARA. Em suma, a ré agiu no seu legítimo exercício do direito de promover seus produtos, mediante peça publicitária dentre dos parâmetros legais e éticos, embora o CONAR não tenha se manifestado diante do ingresso da presente demanda.

Ressalte-se que não se está falando da proteção à marca Sadia, e diversas vertentes registradas junto ao INPI. No comercial somente se menciona que a marca começa com “SE”. Ainda que se usasse apenas a letra “S”, não há proteção legal à letra do alfabeto. O que se protege é a marca-mista “S”, identidade visual e não fonética.

Insta salientar que a "prova" juntada em *pendrive* não constitui meio idôneo para comprovação da propaganda enganosa. As pessoas entrevistadas não foram ouvidas sob o crivo do contraditório. Ademais, o caráter parcial é evidente, não se prestando à formação de meu convencimento.

Ainda que se pudesse falar em publicidade comparativa (que não é o caso),



TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO
COMARCA DE SÃO PAULO
FORO CENTRAL CÍVEL
33ª VARA CÍVEL
PRAÇA JOÃO MENDES S/Nº, São Paulo - SP - CEP 01501-900
Horário de Atendimento ao Público: das 12h30min às 19h00min

a comparação acerca da redução de sódio e gordura expressamente se refere ao produto anterior da SEARA.

Nesse passo, também não procede o pedido acerca da alegada publicidade enganosa sobre a “novidade” do presunto. Não há controvérsia sobre o presunto ter essas características, comprovada também pela aprovação do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento e de acordo com regras da Anvisa.

O fato é que há um certo descompasso temporal entre a introdução do produto no mercado e sua aprovação. Nem por isso a novidade deixa de existir e não possa mais constar das embalagens. Do contrário, estar-se-ia prejudicando o consumidor, privando-o de adquirir produtos mais saudáveis até que houvesse regular aprovação para, então, colocá-lo no mercado.

Em suma, ausente violação de marca, concorrência desleal ou propaganda enganosa, é caso de improcedência do pedido.

Ante o exposto, **JULGO IMPROCEDENTE** o pedido e extinto o processo com resolução do mérito, nos termos do artigo 269, I, do CPC. Revogo a tutela antecipada deferida. Oficie-se à superior instância com cópia da presente sentença.

Arcará a autora com o pagamento custas e despesas processuais, além de honorários advocatícios arbitrados em R\$ 10.000,00, nos termos do artigo 20, parágrafo 4º, do CPC.

P.R.I.

São Paulo, 10 de novembro de 2015.

**DOCUMENTO ASSINADO DIGITALMENTE NOS TERMOS DA LEI 11.419/2006,
 CONFORME IMPRESSÃO À MARGEM DIREITA**