

DÉCIMA SÉTIMA CÂMARA CÍVEL

AGRAVO DE INSTRUMENTO

PROCESSO 0003645-04.2018.8.19.0000

AGRAVANTE: AMBEV S/A E OUTRA

AGRAVADA: [REDACTED]

RELATOR: DES. WAGNER CINELLI DE PAULA FREITAS

Agravo de instrumento. Ação de obrigação de fazer c/c indenizatória. Preliminares de ilegitimidade ativa e ausência de interesse processual rejeitadas. Propaganda comercial na qual a agravada veiculou imagem de jogador vestido com uniforme com as mesmas cores presentes no da Seleção Brasileira de Futebol. Elementos que vinculam a imagem da agravada à Seleção Brasileira. A utilização em campanha publicitária de demais símbolos que, nesta fase inicial da ação, não autoriza o deferimento da tutela de urgência quanto a estes. Tutela parcialmente concedida. Reforma parcial da decisão. Recurso parcialmente provido.

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos estes autos de agravo de instrumento, estando as partes acima nomeadas.

ACORDAM os Desembargadores que compõem a Décima Sétima Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro, por **unanimidade** de votos, **em dar parcial provimento ao recurso**, na forma do voto do relator.

VOTO



O recurso é tempestivo e guarda os demais requisitos de admissibilidade de forma a trazer seu conhecimento.

Inicialmente, o Colegiado aprecia o pedido de desentranhamento do documento de fls. 138/166, formulado pela ré, ora agravada.

Veja-se que a parte autora, que são as agravantes, apresentou o documento acima referido, que se trata de uma pesquisa de opinião. A relatoria, então, em respeito ao contraditório, abriu prazo para a agravada se manifestar sobre tal documento, estando esse despacho a fls. 168.

A manifestação da agravada se deu a fls. 171/177, não tendo ela ali, em momento algum dessa sua petição, requerido o desentranhamento do documento. Logo, houve preclusão quanto ao tema. Como se sabe, o processo caminha para frente e caberia à parte interessada requerer o que fosse de seu interesse na primeira oportunidade que teve para tanto. Mormente em agravo de instrumento que já continha contrarrazões.

Portanto, fica indeferido esse pedido de desentranhamento de documento.

Passa-se, em seguida, à análise da preliminar de ilegitimidade ativa arguida pela agravada.

A recorrida afirma que a Confederação Brasileira de Futebol (doravante referida apenas como CBF) não é titular dos direitos sobre os símbolos nacionais utilizados pela Seleção Brasileira de Futebol, o que afastaria sua legitimidade para atuar na demanda, bem como não possuiria interesse processual.

Ocorre que as agravantes não invocam a propriedade de símbolos nacionais, mas a marca e símbolos da seleção brasileira de futebol.

Os símbolos nacionais estão descritos no art. 13, § 1º, da Constituição Federal, são eles: a bandeira, o hino, as armas e o selo nacional, sendo certo que nenhum deles é objeto de discussão na demanda, pois não foram utilizados pelas partes. A controvérsia diz respeito ao uso do uniforme da Seleção Brasileira de Futebol e de símbolos característicos da cervejaria [REDACTED].



A legitimidade ativa das agravantes está demonstrada diante do alegado prejuízo que afirmam estarem sofrendo pela veiculação da campanha publicitária da agravada, o que afasta a preliminar arguida.

Passa-se ao mérito deste recurso.

Consigna-se que a pesquisa juntada em nada influencia o que está sendo aqui julgado. Interessa, isto sim, a averiguação dos fatos trazidos e a aplicação do direito marcário.

Ambos os lados apresentam argumentos importantes.

As autoras/agravantes apontam um mosaico que, em seu entender, confirma que a ré/agravada está se apropriando ou ao menos se inspirando em campanhas publicitárias pretéritas da AMBEV, bem como se utilizando de símbolos da CBF e que só a AMBEV, como patrocinadora oficial da seleção e detentora de contrato de exclusividade, poderia ter.

A ré/agravada, a seu turno, apresenta argumentos com o fito de desconstruir cada um dos itens trazidos pela parte contrária.

Aponta que o uso que faz das seis estrelas não tem relação com as estrelas do uniforme da Seleção Brasileira de Futebol, pois os números são diferentes, assim como a forma de disposição das estrelas (seis estrelas em linha reta X cinco estrelas em formato semicircular). Aduz, quanto a esse tópico, que usa a expressão “seis estrelas”, objeto do respectivo registro (fls. 123), desde campanha sua de 2015 e que tal expressão significa algo de excelente qualidade.

No tocante ao número dez, usado no *marketing* da PROIBIDA, que, segundo a AMBEV, teria inspiração ou semelhança com sua campanha baseada no número um, aponta a agravada que a AMBEV, em verdade, já se utilizou de vários números em campanhas, de maneira que ninguém poderia jamais usar número algum. A respeito, *vide* fotos a fls. 85.

Nega a agravada qualquer semelhança entre a campanha de divulgação da PROIBIDA com campanhas da [REDACTED].

A agravada, com relação ao uniforme, sustenta que não usa o oficial da seleção, não havendo coincidência a envolver o usado em sua campanha,



que, segundo afirma, nem mesmo é igual ao da seleção, eis que com detalhes diferentes.

O linde entre o lícito e o ilícito no direito marcário, bem como na seara que envolve cópia de ideias de campanhas publicitárias, nem sempre é óbvio.

Importante aqui é que se está em fase inicial de uma ação, não tendo havido ainda nem mesmo oferecimento de contestação perante a Primeira Instância, estando a parte autora em busca de tutela para obstar atuais campanhas publicitárias da ré.

Logo, o momento não é de aprofundamento quanto às razões trazidas, até porque muito possivelmente será realizada perícia em ação desta natureza, de forma que é imprescindível o amadurecimento da causa com a produção das provas necessárias. Por isso, a intervenção judicial em termos de deferimento da tutela deve se dar com parcimônia, evitando-se ou minorando-se o dano reverso, sendo muito provável que, em caso de procedência ou mesmo improcedência do pedido autoral, haja a necessidade de conversão em perdas e danos.

Dessa forma, analisando os fatos trazidos sem grande aprofundamento, em razão da fase inicial em que está o processo, o único item reclamado pelas agravantes e que merece atendimento é obstar o uso, pela agravada, de cópia de uniforme da seleção brasileira.

A discussão sobre as estrelas, sobre números e a inspiração ou não em campanhas publicitárias é tema que necessita de maior diliação probatória.

No tocante ao uniforme, é aceito por todos, sem dificuldade, que, na hipótese, a agravada não poderia usar em sua propaganda o uniforme oficial da Seleção Brasileira, por ausência de autorização da CBF e também porque a AMBEV, que atua no mesmo segmento da agravada, é a patrocinadora oficial da seleção, detendo contrato de exclusividade e que garante a esta última o uso de imagens dessa natureza.

O pedido das agravantes é claro quanto a se impedir que a agravada faça uso, em sua campanha publicitária, de cópia do uniforme da seleção.



A atuação, na propaganda da PROIBIDA, do jogador Neymar, que também é da Seleção Brasileira de Futebol, não é problema e nem está em questão.

Mas está em questão o uso, em tal propaganda, de vestimenta que indique cópia do uniforme oficial. Uniforme aqui entendido como conceituado pelo próprio patrono das agravantes na tribuna, que é o conjunto de camisa, *shorts* e meias.

Não se está aqui, neste julgamento de agravo de instrumento, perquirindo intenção de se copiar ou não o uniforme. Importa aferir se o uniforme usado na propaganda se apresenta como um simulacro do uniforme da seleção. A respeito, fls. 23/24 bem esclarecem. Se não foi coincidência, não deveria ter acontecido. Se foi coincidência, não deve ser problema nenhum para a equipe de *marketing* da agravada cuidar para evitar semelhante situação.

O fato de se obstar o uso do conjunto de camisa, *shorts* e meias em cores iguais às dos uniformes oficiais da Seleção Brasileira de Futebol na propaganda da agravada não significa que estará com um salvo-conduto para usar só a camisa ou só a camisa e *shorts*, em termos de cores iguais. É que, a depender do que será produzido em termos de prova, eventualmente pode vir a ser considerado, caso advenha sentença de procedência, que só uma coisa ou outra já caracterizaria a transgressão da fronteira referida no início deste voto.

Pelo exposto, **O RECURSO É PARCIALMENTE PROVIDO**, concedendo-se em parte a tutela de urgência requerida, ou seja, ficando a agravada impedida de usar em suas campanhas publicitárias uniformes da CBF, nem os oficiais, por óbvio, e nem cópias destes, nos termos detalhados na fundamentação deste voto, ou seja, será considerada cópia de uniforme da Seleção Brasileira de Futebol o conjunto de camisa, *shorts* e meias que tenham, enquanto conjunto, as mesmas cores de qualquer um dos uniformes oficiais da mencionada seleção, sob pena de multa de R\$ 100.000,00 (cem mil reais) por cada veiculação de propaganda.

Intime-se a ré pessoalmente para ciência e cumprimento no prazo de 48 horas. Expeça-se o mandado de intimação, expedindo-se, se for o caso, carta precatória.

Rio de Janeiro, 18 de abril de 2018.



**WAGNER CINELLI
DESEMBARGADOR
RELATOR**

