



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

Registro: 2023.0000987530

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos estes autos de Apelação Cível nº 1019983-90.2022.8.26.0003, da Comarca de São Paulo, em que é apelante MC BRAZIL MOTORSPORT HOLDINGS LTDA., é apelado TAM LINHAS AEREAS S/A (LATAM AIRLINES BRASIL).

ACORDAM, em 1ª Câmara Reservada de Direito Empresarial do Tribunal de Justiça de São Paulo, proferir a seguinte decisão: "Deram provimento ao recurso. V. U. Declaram votos vencedores o 2º e 3º juízes. Sustentaram oralmente as Dras. Ana Paula Lembo Oliveti e Amanda Fernandes Saraiva.", de conformidade com o voto do Relator, que integra este acórdão.

O julgamento teve a participação dos Exmos. Desembargadores FORTES BARBOSA (Presidente) E J. B. FRANCO DE GODOI.

São Paulo, 14 de novembro de 2023

AZUMA NISHI

RELATOR

Assinatura Eletrônica



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
 São Paulo

1ª. CÂMARA RESERVADA DE DIREITO EMPRESARIAL

APELAÇÃO CÍVEL Nº 1019983-90.2022.8.26.0003

COMARCA: SÃO PAULO – 2ª VARA EMPRESARIAL E CONFLITOS DE ARBITRAGEM

MAGISTRADO: DR. EDUARDO PALMA PELLEGRINELLI

APELANTE: MC BRAZIL MOTORSPORT HOLDINGS S.A.

APELADA: TAM LINHAS AÉREAS S.A

Voto nº 15050

APELAÇÃO. MARCA. Cerceamento probatório não ocorrido. Intempestividade da contestação não demonstrada. Aplicação da LPI ao caso, dados os contornos fáticos apresentados na narrativa em voga. Transações de ingressos de evento esportivo. Utilização não autorizada de marca registrada em campanha promocional. Promoção efetuada com os ingressos em desconformidade ao regramento da organizadora oficial do evento. Benefícios logrados pela companhia que capitaneou a promoção, visto ter sorteado os ingressos em troca de pontos/milhas. Pontos são expressões economicamente mensuráveis. Desvirtuamento do uso previsto dos ingressos. Cassação da promoção e interrupção do uso indevido da marca. Responsabilidade pelo ressarcimento dos prejuízos materiais. SENTENÇA REFORMADA. **RECURSO PROVIDO.**

Vistos.

1. Cuida-se de recurso de apelação interposto contra a r. sentença de fls. 340/343, complementada à fl. 351 que, nos autos da AÇÃO DECLARATÓRIA C/C INDENIZATÓRIA ajuizada por **MC BRAZIL MOTORSPORT HOLDINGS S/A** em face de **TAM LINHAS AÉREAS S/A**, rejeitou a pretensão autoral, por não identificar lesão ao direito marcário reivindicado.

Em razão da sucumbência, a autora foi



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

condenada ao pagamento das custas e despesas processuais, bem como honorários advocatícios dos patronos da parte contrária, fixados em 10% do valor da condenação.

2. Irresignada com a r. sentença, a autora recorre pleiteando a sua reforma, consoante as razões apresentadas.

Preliminarmente, afirma que a apelada renunciou ao direito de contestar o pedido indenizatório formulado na emenda à inicial. Reputa, em razão disso, que a peça defensiva apresentada às fls. 302/303 não poderia ser admitida no feito, dada a preclusão consumativa operada nesse aspecto.

Requer, portanto, o desentranhamento da indigitada peça.

Aduz, outrossim, que não lhe foi permitida a produção de todas as provas pretendidas, especialmente a expedição de ofício à Coordenação-Geral de Regulação Promoção Comercial – COGPC/SECAP, para que esta informasse se foi procedida a prestação de contas da Promoção autorizada pelo certificado SEAE/ME Nº 04.020630/2022, encaminhando-se: (i) o comprovante de propriedade dos prêmios (ingressos); (ii) cópia do resultado da apuração; e, (iii) ata de comprovação da entrega dos prêmios aos contemplados.

Defende que a obtenção das informações mencionadas era imprescindível para o deslinde da controvérsia, no entanto, o juízo *a quo* desconsiderou o requerimento supracitado. Por isso, considera ter havido cerceamento probatório na espécie, sendo necessária a anulação da sentença e retorno do feito à fase instrutória para que essa mácula seja sanada e para que a prova em questão seja produzida.

No mérito, alega, em síntese, que seus direitos marcários foram violados.

Aduz ser titular exclusiva, nos termos da Lei Pelé, do direito de exploração da marca “Grande Prêmio São Paulo de Fórmula 1 – GP São Paulo”, o que inclui a venda dos ingressos, estipulação dos requisitos para o uso do nome e autorização de toda e qualquer ação promocional envolvendo o evento, nos termos do contrato firmado com o grupo detentor de todos os direitos da Fórmula 1 em âmbito global.



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

Afirma que a apelada, por não ser representante autorizada da marca, não poderia realizar promoções e marketing envolvendo o evento GP-São Paulo, como o fez.

Considera que tal conduta representa aproveitamento parasitário e concorrência desleal, dado que a apelada passou a se valer do prestígio e dos benefícios atrelados à marca, sem, contudo, pagar a remuneração devida para tanto.

Pontua que nos "Termos e Condições" dispostos no site oficial do evento, resta consignado que os ingressos do GP São Paulo são de propriedade da apelante e se destinam exclusivamente à permissão do acesso às dependências do autódromo nos 3 dias do evento, sendo vedada a destinação de tais tickets a ações promocionais, tal como a promovida pela apelada.

Explica que os ingressos detidos pela apelada eram cedidos à clientes que adquirissem produtos da rede LATAM. Assevera que tal configuração sequer se enquadra como uma ação de relacionamento com clientes, mas sim uma ação promocional, propriamente dita, que é vedada para qualquer portador dos ingressos do evento. Complementa que essa ação da apelada ensejou claro enriquecimento ilícito, às custas da apelante, que arca com todas as despesas para promover o evento.

Considera que a conduta da apelada deu causa à danos materiais, oriundos da desvalorização das vendas de direitos promocionais e patrocínios oficiais para os eventos posteriores, além de ter criado inúmeros riscos e prejuízos à reputação e à viabilidade financeira do evento. Reputa, com base nessa premissa, que a apelada deve ser condenada a indenizar a apelante na exata medida dos lucros que obteve com a referida promoção, cujo *quantum* deve ser apurado em sede de liquidação de sentença.

Por essas e demais razões apresentadas, pugna pelo provimento do recurso e acolhimento da preliminar arguida. No mérito, requer a cassação da promoção promovida pela apelada, bem como a indenização pelos danos materiais experimentados.

3. O recurso é tempestivo e o valor referente ao preparo recursal foi recolhido, conforme os comprovantes juntados às fls. 375/376.



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
 São Paulo

Contrarrazões de apelação apresentadas às fls. 380/399.

4. Houve oposição ao julgamento virtual, nos termos da Resolução n.º 772/2017 do Órgão Especial deste E. Tribunal de Justiça (fl. 403).

É o relatório do necessário.

5. Trata-se de ação promovida por **MC BRAZIL MOTORSPORT HOLDINGS S.A.** em face de **TAM LINHAS AÉREAS S.A.**, visando seja declarada "...a ilicitude da promoção comercial realizada pela Requerida, cancelando-se definitivamente a promoção "Resgate Premiado LATAM Pass" (fls. 01/17 e 271/295).

A autora alegou, em síntese, que é organizadora do Grande Prêmio Brasil de Fórmula 1, detendo o direito de exclusividade para promover e realizar o evento no Brasil. Afirmou que as regras para a obtenção de ingressos proíbem "...a destinação de tais ingressos a ações promocionais ou a sua utilização de qualquer outra forma que possa obter proveito econômico". Aduziu que a ré realizaria indevidamente promoção com o sorteio de ingressos para o Grande Prêmio Brasil de Fórmula 1.

Postulou a cassação da promoção e a indenização por danos materiais experimentados.

Por ocasião da resposta foi alegado, em síntese, que "...ao apresentar sua ação interna de relacionamento a seus clientes, a Ré tomou a devida cautela de não utilizar qualquer logotipo, elemento figurativo, imagem ou marca registrada por terceiros e, por consequência, protegida pelo direito autoral ou marcário, fazendo apenas mera menção ao Evento a título funcional e informativo - para indicar a que se referiam os ingressos prêmio" (fls. 308/327).

O feito foi sentenciado nos moldes já articulados.

São os fatos postos a julgamento.

6. Inicialmente, afasto o alegado cerceamento de defesa ante o julgamento da lide sem a produção de prova documental suplementar.



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
 São Paulo

Na lição de Cássio Scarpinella Bueno, “o julgamento antecipado da lide’ justifica-se quando o juiz está convencido de que não há necessidade de qualquer outra prova para a formação de sua convicção sobre quem, autor ou réu, será tutelado pela atuação jurisdicional. Em termos mais técnicos, o julgamento antecipado da lide acaba por revelar a desnecessidade da realização da ‘fase instrutória’, suficientes as provas eventualmente já produzidas até então com a petição inicial, com a contestação e, bem assim, com as manifestações que, porventura, tenha sido apresentadas por força das ‘providências preliminares’, é dizer, ao ensejo da ‘fase ordinatória’”. (Curso Sistematizado de Direito Processual Civil, v. 2: tomo I, São Paulo: Saraiva, 2009, p. 219).

No mesmo sentido, a Corte Superior já firmou entendimento de que “se os elementos constantes dos autos são suficientes à formação da convicção do magistrado - tal como se deu no caso dos autos - é lícito ao juiz conhecer diretamente do pedido, proferindo julgamento antecipado da lide, sem que isso implique ofensa ao direito de defesa” (STJ, AgInt no REsp 1505283/SC, Rel. Min. Sérgio Kukina, Primeira Turma, j. 19.04.2018, DJe 27.04.2018).

Os argumentos trazidos em sede recursal não se sustentam, pois os documentos acostados aos autos foram suficientes para a solução da lide.

Ressalte-se que as provas pretendidas pela recorrente nada acrescentariam para a formação da convicção do Juízo, sendo dever do julgador indeferir aquelas consideradas inúteis ou protelatórias, em prol dos princípios da celeridade e economia processual.

Na espécie, a controvérsia já está bem esclarecida pelos elementos trazidos aos autos, sendo desnecessária a expedição de ofício à Coordenação-Geral de Regulação Promoção Comercial – COGPC/SECAP para obtenção de informações adicionais.

Em suma, inexistente nulidade da sentença nesse aspecto.

7. De mais a mais, não se cogita de intempestividade da contestação apresentada às fls. 308/327.

A indigitada peça defensiva foi exarada em resposta à emenda da tutela cautelar antecipada formulada pela apelante,



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

dentro do prazo legal de quinze dias, estabelecido no art. 308, §4º do Código de Processo Civil.

Considerando a extensão objetiva da lide, formulada no aditamento à inicial, era de rigor conceder prazo para a parte contrária exercer o devido contraditório acerca do direito e dos fatos complementares aduzidos.

Isso posto, não há se falar em preclusão consumativa, tendo ocorrido, em verdade, apenas a complementação da contestação em atinência às atualizações trazidas à lide pela parte autora.

Desta feita, descabida a pretensão de desentranhamento da petição de fls. 308/327.

8. Superadas as questões preliminares, passo ao exame do mérito.

A controvérsia cinge-se à análise de infração de direitos marcários, bem como no cabimento de indenizações, por dano material, supostamente decorrente da violação suscitada.

A Lei n.º 9.279/96, visando regular direitos e obrigações relativos à propriedade industrial, criou um sistema de proteção consistente na emissão de certificados de propriedade da marca, aqui compreendida com um bem jurídico merecedor de tutela do Estado, na medida em que serve de estímulo à atividade econômica. A legislação estabelece, ademais a repressão à concorrência desleal, caracterizada por práticas voltadas a obtenção de vantagem comercial indevida em detrimento de terceiros.

Por força dos arts. 129 e 130 da lei em comento, o titular faz jus à proteção, em todo o território nacional, de sua marca, tendo o direito de zelar pela respectiva integridade material e reputação.

De saída, cumpre consignar que a Lei de Propriedade Intelectual é a normativa aplicável à espécie, levando em consideração os direitos invocados pela própria apelante. Esses atinem às esferas da tutela marcaria, de concorrência desleal e de aproveitamento parasitário, contextos tratados no âmbito da Lei 9.279/1996.

Aliás, cumpre consignar que a apelante, no



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
 São Paulo

corpo das razões apresentadas, mencionou, expressamente, a incidência da Lei de Propriedade Industrial à espécie.

Pede-se, vênia, para transcrever trechos pertinentes (fls. 8/9, 15):

“30. Adicionalmente, a Lei de Propriedade Industrial (Lei nº. 9.279/96), ao seu turno, prevê, no art. 2º, que a “proteção aos direitos relativos à propriedade industrial, considerado o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País, efetua-se mediante: III - concessão de registro de marca; [...] V - repressão à concorrência desleal”. O importante para se caracterizar a concorrência desleal será o risco de desvio fraudulento de clientes independente da forma aplicada

31. Trata-se de marca de alto renome mundial, cuja proteção legal prescinde de qualquer registro junto ao INPI. A marca de alto renome é aquela marca que é conhecida por consumidores pertencentes a diversos segmentos de mercado que possui o goodwill, ou seja, ganhou um grande reconhecimento e goza de boa reputação perante os consumidores, que reconhecem que os produtos ou serviços identificados daquela marca são de excelente qualidade.

35. Uma vez reconhecida como marca de alto renome, na forma do artigo 125 da Lei 9.279/1996, passou a receber uma proteção especial. Marca de alto renome, nos termos da Resolução INPI/PR nº 107/2013, consiste naquela “cujo desempenho em distinguir os produtos ou serviços por ela designados e cuja eficácia simbólica levam-na a extrapolar seu escopo primitivo, exorbitando, assim, o chamado princípio da especialidade, em função de sua distintividade, de seu reconhecimento por ampla parcela do público, da qualidade, reputação e prestígio a ela associados e de sua flagrante capacidade de atrair os consumidores em razão de sua simples presença”.

57. Como determina a Lei nº. 9.279/96, em seu art. 209, §§ 1º e 2º, o juiz, na ação em que se requer indenização por prejuízos decorrentes da violação de direitos de propriedade industrial, “poderá determinar liminarmente a sustação da violação”. É



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
 São Paulo

isso que se requer."

Tendo isso em vista, não pairam dúvidas sobre a aplicabilidade da Lei de Propriedade Industrial ao caso, dada a disciplina pertinente aos fatos controvertidos e o requerimento da própria autora de sua incidência ao caso, não havendo necessidade de se recorrer às diretrizes da Lei Pelé.

9. Dando sequência, para melhor compreensão da controvérsia, convém destacar trechos do contrato de compra e venda de ingressos firmado entre a apelante e LATINOAMERICA TOUR VIAGENS E TURISMO LTDA – empresa responsável pela revenda dos tickets à LATAM (65/66 – grifos não originais):

“ATIVIDADES PROMOCIONAIS / FORMAS E MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO

*I – Os ingressos conferem ao COMPRADOR, única e exclusivamente, o direito de acesso à área supramencionada no pedido, **sendo vedada a utilização destes ingressos, ou da área a que dão acesso, isoladamente ou em conjunto, para atividades promocionais.** O direito de realizar atividades promocionais poderá ser adquirido da VENDEDORA, mediante celebração de instrumento próprio.*

*II – São consideradas atividades promocionais, que não compõem o preço do ingresso, **toda e qualquer ação em que sejam utilizados os ingressos como premiação em promoções de varejo ou, ainda, qualquer outra atividade envolvendo os ingressos que confira ao COMPRADOR alguma vantagem econômica.***

CONDIÇÕES GERAIS DE CONTRATAÇÃO

*Cláusula 2: A VENDEDORA concorda, desde já, que o COMPRADOR **poderá revender os ingressos por ele adquiridos, única e exclusivamente ao consumidor final, somente através de pacotes de viagens para seus clientes e jamais de forma isolada, assumindo assim, o compromisso de adequada utilização dos ingressos pelos seus clientes e garantindo que estes não utilizarão os ingressos adquiridos para fins promocionais e/ou para revenda.***



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
 São Paulo

§1º: *Para fins de cumprimento desta cláusula, o COMPRADOR se compromete em **comunicar seus clientes por escrito sobre a proibição de utilização dos respectivos ingressos por eles adquiridos para fins promocionais e/ou para revenda, sendo o aceite de tal restrição uma condição sine qua non da negociação dos ingressos entre COMPRADOR e seus clientes.***

§2º *Caso a VENDEDORA **constate a existência de atividade promocional realizada com os ingressos adquiridos pelo COMPRADOR e/ou a venda de ingressos do COMPRADOR para terceiros não consumidores finais, poderá rescindir de imediato o presente contrato, sem entrega dos ingressos na data estipulada** e ainda: (i) exigir do COMPRADOR o pagamento de multa equivalente ao valor total deste contrato, bem como sua(s) Ordem(ns) de Compra(s), sem prejuízo do ressarcimento à VENDEDORA, dos danos e lucros cessantes sofridos em razão do descumprimento da(s) obrigação(ões); (ii) tomar medidas judiciais cabíveis para fazer cessar a venda ou ofertar a venda de ingressos realizada por quem não os tenha aduirdo diretamente da VENDEDORA, respondendo em tal caso o COMPRADOR e/ou quem esteja vendendo ou oferecendo à venda ingressos adquiridos do COMPRADOR.*"

10. Do excerto transcrito acima, é possível extrair duas principais conclusões.

A primeira, é que a venda oficial dos ingressos para o "GP São Paulo" cabia, regularmente, à apelante, que é detentora dos direitos de exploração da marca em uso, no território nacional.

A segunda, é que os ingressos adquiridos da apelante até poderiam ser revendidos a terceiros, desde que esses fossem consumidores finais e não viessem a utilizar os tickets para fins promocionais.

Pois bem. Analisando a contenda sob essas duas premissas, resta evidente a violação tanto dos direitos marcários, licenciados à apelante, quanto de direitos outros decorrentes dos ajustes contratuais postos.

11. Por um lado, quanto aos aludidos direitos marcários, vê-se que a LATAM se valeu, de forma não autorizada, da divulgação



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

comercial do Grande Prêmio de Fórmula 1 do Brasil, através de sua plataforma "LATAM PASS" (fls. 74/77).

A campanha "Resgate Premiado – LATAM PASS", no bojo da qual foram transacionados ingressos do "GP São Paulo", foi divulgada no aplicativo da LATAM, em seu website, além de ter sido difundida, via e-mail, para os clientes da companhia.

Considerando que a realização da campanha não contava com a anuência da representante brasileira da marca, ora apelada, é possível concluir que a conduta da LATAM se subsumiu ao ilícito previsto no art. 189 da Lei de Propriedade Industrial, o qual preconiza ser indevida a reprodução, não autorizada, de marca registrada.

12. Por outro lado, para além da questão puramente marcária, não restam também dúvidas sobre a infringência da disciplina posta quanto à comercialização e utilização dos ingressos.

Sobre esse tópico, impende destacar, de plano, que a LATAM não era consumidora final dos tickets negociados.

A empresa, em verdade, adquiriu as entradas, da agência de viagem LATINOAMERICA TOUR VIAGENS E TURISMO LTDA, visando efetuar ação comercial no âmbito da plataforma "LATAM PASS".

Tal arranjo, inegavelmente, feriu a normativa posta pertinente à transação de ingressos. Como já registrado, a revenda ou repasse dos tickets podia se dar, tão somente, a consumidores finais - ou seja, à indivíduos que compareceriam presencialmente ao evento - ou a empresas parceiras que não utilizassem dos acessos para finalidades promocionais.

A LATAM, pelo que consta do acervo probatório, não se enquadrou em nenhuma das hipóteses permissivas descritas acima. Essa circunstância denota, pois, a irregularidade do uso dos ingressos.

Ato contínuo, considero, a despeito das alegações em sentido contrário, que a LATAM valeu-se, sim, dos ingressos para realizar ação promocional e obter vantagens atreladas ao evento "GP São Paulo", ao arrepio das regras de revenda e compra terceirizada.

Digo isso porque, segundo o que consta dos autos, a companhia aérea projetou uma promoção com os referidos ingressos,



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
 São Paulo

voltadas aos clientes LATAM PASS.

A promoção funcionou da seguinte forma (fl. 74):
 O cliente, interessado em obter os tickets, deveria pagar à LATAM 50 pontos (milhas) em troca de um “número da sorte” para concorrer no sorteio.

Muito bem. Da exposição desse simples esquema aritmético fica clara a existência de um sinalagma entre os pretensos concorrentes ao sorteio e a LATAM, dado na proporção de 50 pontos em troca de um número dentre o universo de números a serem sorteados para a concessão dos tickets.

Vê-se, portanto, que as entradas não foram adquiridas pela LATAM para contemplar, pura e simplesmente, clientes da rede. Denota-se, deveras, que elas foram adquiridas para serem dadas em troca de pontos acumulados em programa de milhagem, pontos esses que possuem inegável valor econômico.

A propósito:

*AGRAVO DE INSTRUMENTO. CUMPRIMENTO DE SENTENÇA. Medidas atípicas. Art. 139, IV, do CPC. Impossibilidade. Ausência dos requisitos legais. Ausência de provas que apontem indícios de potencial satisfação da dívida. Pleito de expedição de ofício para obtenção de informações da existência de valores referentes a pontos de programa de fidelidade e milhas aéreas. Possibilidade. **Pontos/Milhas que possuem inegável valor econômico.** Inexistência de vedação legal à constrição pretendida. Precedentes. Levantamento da constrição que recaiu sobre títulos de capitalização. Admissibilidade. Montante inferior a quarenta salários-mínimos. Impenhorabilidade. RECURSO PARCIALMENTE PROVIDO.¹*

Partindo da premissa de que os pontos possuem valor econômico e que estes constituíram a prestação adiantada pelos clientes LATAM PASS para participar do sorteio, reputo inequívoco o fato de a companhia aérea ter auferido benefícios, financeiramente mensuráveis, com a campanha “Resgate Premiado – LATAM PASS”, algo que não pode ser admitido, considerando o contexto de transação dos ingressos.

¹ TJSP; Agravo de Instrumento 2093716-47.2023.8.26.0000; Relator (a): AZUMA NISHI; Órgão Julgador: 1ª Câmara Reservada de Direito Empresarial; Foro de Rio Claro - 2ª. Vara Cível; Data do Julgamento: 04/09/2023; Data de Registro: 04/09/2023



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
 São Paulo

Aliás, o cenário aqui delineado tem o condão de derrogar a tese arguida pela LATAM, no sentido de que o sorteio tinha a natureza de simples expediente de relação com clientes. A valer, se assim fosse, não seria exigida contraprestação dos clientes para a obtenção dos ingressos, mas, pelo visto, o adiantamento de pontos era condição *sine qua non* para participação no sorteio.

13. Prosseguindo com a análise do caso, consigno que as orientações legais acerca das regras sobre as transações com os ingressos não constaram apenas do contrato celebrado entre a apelante e a agência de viagens.

Em verdade, no site da plataforma oficial da venda de ingressos (Eventim), constava regramento muito claro acerca do uso e da transferência das entradas. No corpo dos "Termos e Condições" as informações contidas no contrato de compra e venda de ingresso, celebrado entre a organizadora do evento e a agência de viagens, foram replicadas de forma assaz semelhante para todo o público interessado.

Veja-se (fl. 55):

"Os ingressos do Fórmula 1 Grande Prêmio de São Paulo 2022 são propriedade da promotora do evento e se destinam à permissão do acesso aos clientes às dependências do autódromo nos três dias do evento. Desta forma, o cliente se compromete a não vender e/ou permitir que esses ingressos sejam vendidos a terceiros, em não os destinar a ações promocionais e não os utilizar de qualquer outra forma que possa obter proveito econômico."

Posta essa informação no canal oficial de venda dos ingressos, sequer a LATAM poderia alegar o desconhecimento das condições de uso e transferência de ingressos.

Assim, é possível presumir que ao adquirir as entradas e utilizá-las conforme fez, a LATAM sabia da irregularidade posta ou, ao menos, tinha condição de saber de tal restrição. Essas situações, sem embargos, se equivalem para os fins de responsabilização que interessam à lide.

Vale dizer, ainda, que a LATAM foi alertada sob a irregularidade da campanha, na notificação extrajudicial emitida pela organizadora oficial do evento (fls. 80/83), mesmo assim nada fez a respeito.



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
 São Paulo

14. Diante desse cenário, é seguro afirmar que os elementos marcários licenciados à parte autora foram utilizados, indevidamente, pela parte contrária, em franca violação a direito marcário, de acordo com a tipificação vazada no art. 189, I da Lei de Propriedade Industrial.

Além disso, ocorreram também infrações alusivas ao regramento da circulação de ingressos.

Nesse contexto, a cessação do uso das marcas, por qualquer meio (promoções, divulgações, comercialização etc.), bem como o pagamento das indenizações pertinentes é a medida cabível.

Nesse mesmo sentido:

*PROPRIEDADE INDUSTRIAL – Marca – **Demanda iniciada por autora que pretende a proteção da marca "Inbox Shoes", supostamente violada pela utilização dos réus de designativo bastante semelhante ("Shoes Inbox") – Inegável colidência entre os ramos de atuação empresarial dos litigantes e expressiva semelhança entre as marcas utilizadas** – Anterioridade na utilização da marca "Inbox Shoes" pela autora – Criação de domínio virtual e pedido de registro de marca que são anteriores aos dos réus – **Risco de confusão entre os consumidores e ilegal desvio de clientela** – **Ordem de abstenção mantida** – Apelação improvida DANO MORAL – Marca – Violação ao direito de exclusividade conferido às autoras – Simples fato da violação da propriedade industrial apto para abalar a imagem e reputação das demandantes – Prejuízo extrapatrimonial presumido – **Pedido de indenização por dano moral procedente** – Verba indenizatória mantida em R\$ 10.000,00 – Apelação improvida PROPRIEDADE INDUSTRIAL – Marca – Lucros cessantes – Violação ao direito de exclusividade da marca – Início de prova do prejuízo material presente, coincidente com o registro do domínio pela ré – Indenizatória procedente – Apelação improvida Dispositivo: negam provimento.²*

15. Verificada a prática de ato ilícito, é inarredável a responsabilidade civil da requerida, proveniente do dever de

² TJSP; Apelação Cível 1004633-77.2018.8.26.0011; Relator (a): Ricardo Negrão; Órgão Julgador: 2ª Câmara Reservada de Direito Empresarial; Foro Central Cível - 2ª VARA EMPRESARIAL E CONFLITOS DE ARBITRAGEM; Data do Julgamento: 15/04/2020; Data de Registro: 15/04/2020



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
 São Paulo

indenizar o dano causado, por força do art. 927 do CC e art. 209 da Lei de Propriedade Industrial.

Sobre esse tema, destaca-se a lição de CARLOS ROBERTO GONÇALVES:

Pode-se afirmar, portanto, que responsabilidade exprime ideia de restauração de equilíbrio, de contraprestação, de reparação de dano (...) coloca-se, assim, o responsável na situação de quem, por ter violado determinada norma, vê-se exposto às consequências não desejadas decorrentes de sua conduta danosa, podendo ser compelido a restaurar o status quo ante.³

Assentado o dever de indenizar as perdas e danos, pontua-se que o quantum será apurado em oportuna fase de liquidação de sentença, nos termos do art. 210, II da Lei de Propriedade Industrial.

Nesse sentido:

APELAÇÃO – Ação de abstenção de uso de marca, concorrência desleal cumulada com perdas e danos – Sentença que julgou procedente a ação e reconheceu a prática ilícita cometida – Inconformismo da autora em relação ao quantum fixado a título de danos materiais - Cabimento – Danos materiais presumidos que devem ser apurados pelo critério mais favorável ao prejudicado, nos termos do art. 208 e 210 da Lei nº 9279/96, ainda que as vendas sejam baixas e com pouco faturamento – Precedentes das C. Câmaras Reservadas de Direito Empresarial – Enunciado VIII do Grupo de Câmaras Reservadas de Direito Empresarial – Honorários de sucumbência majorados – Sentença reformada na parte recorrida – RECURSO PROVIDO.⁴

16. Feitas essas considerações, posiciono-me pela reforma da sentença, para determinar a cessação do uso da marca, bem como a cassação da promoção – caso ainda vigente -, bem como o pagamento dos danos materiais requeridos, a serem calculados em sede de oportuna liquidação de sentença.

³ Gonçalves, Carlos Roberto. *Direito civil brasileiro, volume 4: responsabilidade civil.* – 5.ed. – São Paulo: Saraiva, 2010.

⁴ TJSP; Apelação Cível 1008525-57.2021.8.26.0344; Relator (a): Jorge Tosta; Órgão Julgador: 2ª Câmara Reservada de Direito Empresarial; Foro de Marília - 4ª Vara Cível; Data do Julgamento: 19/07/2023; Data de Registro: 19/07/2023



TRIBUNAL DE JUSTIÇA
PODER JUDICIÁRIO
São Paulo

Assim, pelo meu voto, dá-se **PROVIMENTO** ao recurso.

17. Por fim, considerando o desdobramento da lide, impende reajustar a disciplina sucumbencial.

A apelada deverá arcar com as custas e despesas processuais, bem como honorários advocatícios aos patronos da parte contrária, ora fixados em 15% do valor atualizado da condenação, já considerando a majoração prevista no art. 85, §11º do Código de Processo Civil.

18. Ainda, por oportuno, consideram-se, desde logo, prequestionados todos os dispositivos constitucionais e legais, implícita ou explicitamente, considerados na elaboração do presente voto.

Em que pese este prévio prequestionamento, na hipótese de serem opostos embargos de declaração ao acórdão, seu julgamento se dará necessariamente em ambiente virtual (em sessão não presencial ou tele presencial) de forma a permitir melhor fluidez aos trabalhos forenses, ainda mais neste período de pandemia.

Ficam as partes, **data venia**, advertidas de que a oposição de declaratórios considerados protelatórios poderá ser apenada na forma do § 2º do art. 1.026 do CPC.

Ante o exposto, ao recurso **DOU PROVIMENTO** ao recurso.

DES. AZUMA NISHI
RELATOR