

BRAZIL / JUDGMENT

Pl Gio Superior Tribunal De Justi a Unknown 6a3dbdcb7ccdbf40b16ca5ea

COURT

Superior Tribunal de Justiça

Source: dadosabertos.web.stj.jus.br · Research copy typeset by Esheria. Not court-issued or certified.

DECISÃO

Examina-se recurso especial interposto por IPIRANGA PRODUTOS DE PETRÓLEO S/A, fundamentado exclusivamente na alínea "a" do permissivo constitucional, contra acórdão proferido pelo TRF - 5ª Região.

Recurso especial interposto em: 31/01/2024.

Concluso ao Gabinete em: 06/09/2024.

Ação: de obrigação de não fazer c/c compensação de danos morais, ajuizada pela recorrente, em desfavor de CHIQUIN & BALSAN CIA LTDA e AGÊNCIA DE PUBLICIDADE NOVA PROPAGANDA, em virtude de alegado plágio por parte destas de campanha publicitária veiculada por aquela.

Sentença: julgou improcedente o pedido.

Acórdão: negou provimento à apelação interposta pela recorrente, nos termos da seguinte ementa:

APELAÇÃO CÍVEL. PROPRIEDADE INTELECTUAL. DIREITOS AUTORAIS. PROPAGANDA PUBLICITÁRIA. PLÁGIO. NÃO CARACTERIZADO. PARÓDIA. CONTEÚDO IRÔNICO. REQUISITOS ART. 47 DA LEI DE DIREITOS AUTORAIS PREENCHIDOS. AUSÊNCIA DE DESCRÉDITO OU FALA QUE PREJUDIQUE A IMAGEM DA PARTE AUTORA. PROPAGANDA COMPARATIVA. POSSIBILIDADE. AUSÊNCIA DE ABUSIVIDADE. MANTIDA A SENTENÇA DE IMPROCEDÊNCIA, POR FUNDAMENTO DIVERSO.

1. A questão controvertida ora posta é o eventual plágio realizado pelas requeridas da propaganda publicitária criada pela parte autora.
2. A publicidade é forma de expressão de atividade intelectual, artística, de informação e de comunicação e, salvo às restrições impostas pelo texto constitucional, é livre.

3. Às obras intelectuais é dada proteção pelo ordenamento jurídico brasileiro. Basilarmente, a Constituição Federal estabeleceu, em seu art. 5º, inciso XXVII, que aos autores pertence o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar. Em acréscimo, o legislador editou lei específica para os direitos autorais (Lei nº 9.610/1998), nela prevendo o que se enquadra no conceito de obra intelectual, bem como os direitos e deveres envolvendo a matéria. Ainda, referida legislação estipula limitações aos direitos autorais, elencando hipóteses que não constituem ofensas aos direitos autorais (art. 461), bem como prevê expressamente a possibilidade de realização de paráfrases e paródias, desde que observados os requisitos legais, quais seja, (I) não ser uma verdadeira reprodução da obra originária e (II) não implicar descrédito.
4. Da análise atenta ao conteúdo dos comerciais, é possível constatar que há certa similaridade entre as propagandas, porém o comercial confeccionado pelas requeridas reveste-se de um tom cômico e irônico. Além disso, o final dado ao comercial é totalmente diverso.
5. Não se pode esperar que a paródia não reflita a obra originária, pois mantém a mesma estrutura e organização da obra parodiada. O legislador utilizou o termo "verdadeira" justamente porque a paródia necessariamente contém certa imitação, a fim de que o público a identifique com a obra originária. No entanto, apesar de ser uma imitação muito próxima da original, a paródia adquire uma individualidade própria, pois reveste-se de um tom irônico e engraçado.
6. Ainda, em que pese se esteja diante de duas propagandas de postos de gasolina, sendo, portanto, empresas concorrentes, fato é que a propaganda comercial das requeridas não descredibilizou a rede de postos de combustível da requerente.
7. Veja-se que, embora a publicidade não seja objeto de legislação específica no ordenamento jurídico brasileiro - tampouco existam disposições sobre a "propaganda comparativa" -, a Terceira Turma do e. STJ já se manifestou no sentido de que é permitida a publicidade comparativa quanto realizada de boa-fé, com propósito informativo e em benefício do consumidor, desde que não caracterize prática de concorrência desleal e prejudique a imagem de terceiros.
8. No caso em apreço, não houve em nenhum momento da propaganda comercial criada pelas requeridas informação que pudesse, de alguma forma, prejudicar a imagem da requerente perante o mercado consumidor, haja vista que sequer foi mencionado o seu nome durante a propaganda. Além disso, o fato de a rede de postos de gasolina da requerida ter referido em seu comercial que possuía a gasolina mais barata - e isso soe como uma comparação aos preços da requerente - tal informação, por si só, não configura ato ilícito.

9. A par de tais considerações, não incorreram as partes rés em violação aos direitos autorais e intelectuais da autora, forte na excludente do artigo 47 da Lei nº 9.610/98. Improcede, assim, no caso concreto, o pedido de obrigação de não fazer, consubstanciado na determinação de que as requeridas se abstivessem de veicular a propaganda publicitária, bem como o pedido indenizatório.

APELAÇÃO DESPROVIDA (e-STJ fls. 420-421).

Embargos de declaração: opostos pela recorrente, foram rejeitados.

Recurso especial: aponta a violação dos arts. 489, § 1º, IV, 1.022, II, e parágrafo único, do CPC; e 884 do CC. Além de negativa de prestação jurisdicional, sustenta que o reconhecimento, pelo próprio TRF - 5ª Região -, da ocorrência de paródia inspirada na campanha publicitária da recorrente conduz à conclusão jurídica de que houve o plágio, a cópia e o aproveitamento parasitário da publicidade e da marca da recorrente, gerando enriquecimento sem causa das agravadas e, via de consequência, o dever de compensar os danos morais sofridos, ainda que não propriamente violação de direitos autorais.

RELATADO O PROCESSO, DECIDE-SE.

- Da violação do art. 1.022, II, e parágrafo único, do CPC

É firme a jurisprudência do STJ no sentido de que não há ofensa ao art. 1.022 do CPC quando o Tribunal de origem, aplicando o direito que entende cabível à hipótese, soluciona integralmente a controvérsia submetida à sua apreciação, ainda que de forma diversa daquela pretendida pela parte.

A propósito, confira-se: AgInt nos EDcl no AREsp 1.094.857/SC, 3ª Turma, DJe de 02/02/2018 e AgInt no AREsp 1.089.677/AM, 4ª Turma, DJe de 16/02/2018.

No particular, verifica-se que o acórdão recorrido decidiu, fundamentada e expressamente, acerca da não constatação de ocorrência de concorrência parasitária por parte das recorridas (e-STJ fl. 453), de maneira que os embargos de declaração opostos pela parte recorrente, de fato, não comportavam acolhimento.

Assim, observado o entendimento dominante desta Corte acerca do tema, não há que se falar em violação do art. 1.022 do CPC, incidindo quanto ao ponto a Súmula 568/STJ.

- Da violação do art. 489, § 1º, IV, do CPC

Devidamente analisadas e discutidas as questões de mérito, e fundamentado suficientemente o acórdão recorrido, de modo a esgotar a prestação jurisdicional, não há que se falar em violação do art. 489, § 1º, IV, do CPC.

- Do reexame de fatos e provas

O TRF - 5ª Região assim se manifestou a respeito da não constatação de concorrência parasitária no caso concreto:

Ressaltou-se que a Terceira Turma do e. STJ já se manifestou em caso análogo, entendendo que a mensagem publicitária se tratava de uma paródia, não havendo violação aos direitos autorais relativos à obra originária, desimportando o fato de ser uma criação com fins lucrativos (REsp n. 1.810.440/SP). Além disso, a mesma Turma da Corte Superior já se manifestou no sentido de que é permitida a publicidade comparativa, quanto realizada de boa-fé, com propósito informativo e em benefício do consumidor, desde que não caracterize prática de concorrência desleal e prejudique a imagem de terceiros (REsp n. 1.668.550/RJ).

Sendo assim, não houve omissão no julgado. A verdade é que não se constatou a ocorrência de concorrência parasitária alegada pela parte autora, até porque não restou comprovada a prática reiterada de ações por parte das rés com a finalidade de se aproveitar do prestígio da marca Ipiranga - requisito indispensável para a configuração da concorrência parasitária. No presente caso, apensar se constatou que a publicidade veiculada pelas rés se tratou de uma paródia e, no máximo, de uma publicidade comparativa, sem violar nenhum direito da parte ré (e-STJ fl. 453) (grifos acrescentados).

Alterar o decidido no acórdão impugnado quanto ao ponto, para fins de análise acerca do alegado enriquecimento sem causa das recorridas, exige o reexame de fatos e provas, o que é vedado em recurso especial pela Súmula 7/STJ.

Forte nessas razões, com fundamento no art. 932, III, e IV, "a", do CPC, bem como na Súmula 568/STJ, CONHEÇO PARCIALMENTE do recurso especial e, nesta extensão, NEGO-LHE PROVIMENTO.

Nos termos do art. 85, § 11, do CPC, considerando o trabalho adicional imposto ao advogado da parte recorrida em virtude da interposição deste recurso, majoro os honorários fixados anteriormente em 12% (doze por cento) sobre o valor atualizado da causa (e-STJ fl. 418) para 15%, observada eventual concessão da gratuidade de justiça.

Previno as partes que a interposição de recurso contra esta decisão, se declarado manifestamente inadmissível, protelatório ou improcedente, poderá acarretar sua condenação às penalidades fixadas nos arts. 1.021, § 4º, e 1.026, § 2º, do CPC.

Publique-se. Intimem-se.

EMENTA

DIREITO PROCESSUAL CIVIL E CIVIL. RECURSO ESPECIAL. AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE NÃO FAZER CUMULADA COM COMPENSAÇÃO DE DANOS MORAIS. EMBARGOS DE DECLARAÇÃO. OMISSÃO, CONTRADIÇÃO OU OBSCURIDADE. NÃO OCORRÊNCIA. VIOLAÇÃO DO ART. 489 DO CPC. INOCORRÊNCIA. REEXAME DE FATOS E PROVAS. INADMISSIBILIDADE.

1. Ação de obrigação de não fazer c/c compensação de danos morais, em virtude de suposto plágio de campanha publicitária.
2. Ausentes os vícios do art. 1.022 do CPC, rejeitam-se os embargos de declaração.

3. Devidamente analisadas e discutidas as questões de mérito, e fundamentado corretamente o acórdão recorrido, de modo a esgotar a prestação jurisdicional, não há que se falar em violação do art. 489, § 1º, IV, do CPC.
4. O reexame de fatos e provas em recurso especial é inadmissível.
5. Recurso especial parcialmente conhecido e, nesta extensão, não provido.

Source & reproduction note

Judgment wording, source notices and original paragraph numbers are retained. Esheria supplies the layout and this PDF's page numbers; these are not the source pagination. This is a research copy, not an official or certified court document. Check quotations, citations and publication restrictions against the original source before relying on it.

ORIGINAL SOURCE	https://dadosabertos.web.stj.jus.br/dataset/a2cd85cc-1391-4ebc-aeed-a45dd75a7987/resource/68b0db5b-62c8-4cde-983e-d8c6a7201547/download/textos20250611.zip
CASE PAGE	https://chat.esheria.ai/case-law/brazil/pl%C3%A1gio-superior-tribunal-de-justi%C3%A7a-unknown--6a3dbdcb7ccdbf40b16ca5ea

Prepared on 29 October 2026 · Esheria