

São Paulo, 23 de março de 2020

AO

INSTITUTO ALANA.

A/C.: Departamento Jurídico

Rua Fradique Coutinho, 50 - Pinheiros

São Paulo – SP 05416-000

Precedido por e-mail: contato@alana.org.br e alana@2pro.com.br

Ref.: Uso indevido de marcas e conjunto-imagem

Prezados Senhores,

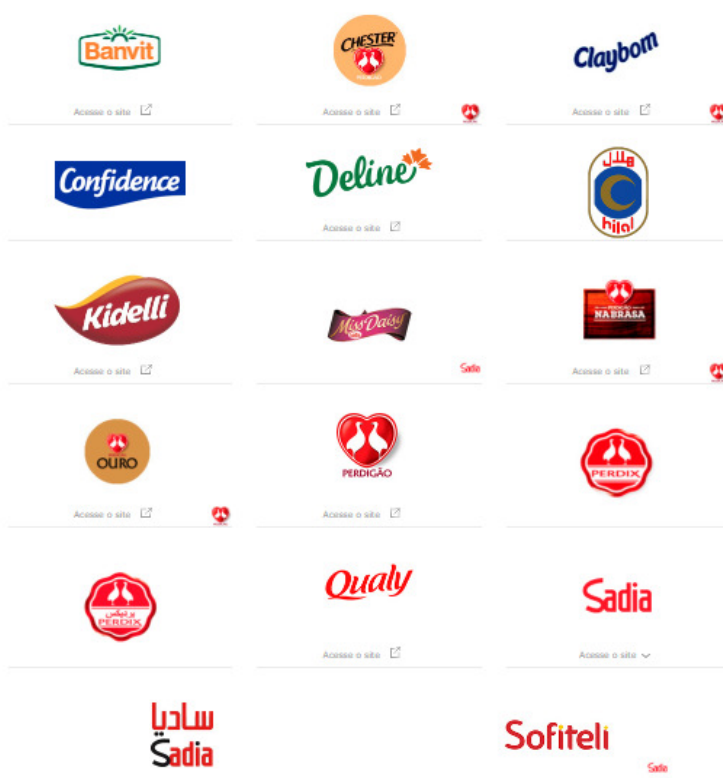
Na qualidade de advogados e procuradores da **BRF S.A.**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 01.838.723/0001-27, com sede e foro na Rua Jorge Tzachel, nº 475, Bairro Fazenda, Município de Itajaí, Estado de Santa Catarina, doravante simplesmente denominada “**BRF**” ou “**Notificante**”, vimos por meio desta, com fundamento nos artigos 726 e 727 do atual Código de Processo Civil (**CPC-2015**), encaminhar-lhes a presente

NOTIFICAÇÃO EXTRAJUDICIAL,

pelos motivos de fato e de direito a seguir expostos:

1. Como certamente é do conhecimento de V. Sas., a ora Notificante é uma das maiores produtoras e exportadoras de alimentos do mundo, presente no mercado

nacional há mais 80 (oitenta) anos, com diversas linhas de produtos distinguidos pelas mais renomadas marcas:



2. A Notificante assume compromisso de garantir segurança alimentar e responsabilidade social, atuando com mais de 90% de energia renovável, tratamento de 100% da água utilizada e 34.000 (trinta e quatro mil) hectares de reflorestamento.

3. Ademais, a BRF conta com operações em mais de 140 (cento e quarenta) países, com projetos e ações que visam alimentar as pessoas no mundo, sempre buscando satisfação e confiança de seu público-alvo.

4. Dessa forma, qualidade, integridade, segurança e lealdade para com seus clientes são compromissos inafastáveis da BRF.

5. Pegando carona no acima exposto, é mister sinalizar que a BRF respeita, rigorosamente, todas as leis, princípios e valores que dirimem a publicidade e

propaganda no país de modo geral, **sobretudo aquelas voltadas ao público infantil e adolescentes, incluídos, portanto, o Código de Defesa do Consumidor, a Constituição Federal da República, além do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária.**

6. Nessa senda, importa destacar que a Notificante pauta seus anúncios e campanhas com base nos valores da honestidade, veracidade e identificação publicitária, caracterizando-se pelo **total respeito à dignidade da pessoa humana, à intimidade, ao interesse social, às instituições e símbolos, às autoridades, além do núcleo familiar.**

7. Da mesma forma, a Notificante toma total cautela em seus anúncios para não abusar da confiança do consumidor, de modo a não se aproveitar de sua falta de conhecimento ou experiência, assim como, sua credulidade.

8. Diante disso, foi com absoluta estranheza e inconformismo que a ora Notificante tomou conhecimento de “charge” ou “tiras”, divulgadas na página do Instagram “Criança e Consumo” - <https://www.instagram.com/p/B9Xa6L4nfik/> - de procedência de V.Sas., com utilização não-autorizada de sua marca e demais direitos de propriedade industrial:















9. Como bem se observa, a “charge” supra promove uma análise crítica, **de cunho absolutamente subjetivo**, de que as emissoras de televisão teriam alterado sua programação em rede nacional aberta (“televisão aberta”), substituindo de suas grades, outrora com programações infantis, por programas destinados ao público em geral (adultos E crianças), de maneira, assim, a atrair mais expectadores e, com isso, conclui-se, mais anunciantes.

10. O grande problema nesse exame ou crítica ora realizada pelo respeitável Instituto ora notificado se concentra, exatamente, na “tirinha” em que é “concluído” que as emissoras trocaram a programação infantil por programas voltados ao público em geral, na medida em que foi ilustrada marca registrada, além de conjunto-imagem distintivo de embalagem de produto de nossa cliente, como bem se observa seguir:



11. Nessa senda, esclarece-se que a BRF é titular dos seguintes registros de marca:


REGISTRO	MARCA	CLASSE
903267152		29
817492011		29\40
817492020		40\15
817492054		03\10
817492062		21\10
817492100		01\80
817492127		29\10.30.50
817494324		31\10.20.30
817494332		32\10.20
817494359		33\10.20

Rio de Janeiro






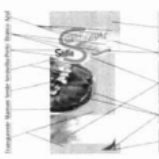
Av. República do Chile, 330 - 21º andar
Torre Oeste - Centro
CEP 20031-170
TEL +55 21 2102-4212

São Paulo

Av. Presidente Juscelino Kubitschek, 28
10º andar, CJ 101/102 - Itaim Bibi
CEP 04543-000
TEL +55 11 2103-9107

817494375		38\20
-----------	---	-------

12. Nada obstante, destacam-se outros registros de marca, de titularidade da Notificante, para a configuração visual de suas embalagens:










REGISTRO	MARCA	CLASSE
825206480		30
825238471		29
825238480		29
826085873		29
826085881		29
826100287		29

Rio de Janeiro

Av. República do Chile, 330 - 21º andar
Torre Oeste - Centro
CEP 20031-170
TEL +55 21 2102-4212

São Paulo

Av. Presidente Juscelino Kubitschek, 28
10º andar, CJ 101/102 - Itaim Bibi
CEP 04543-000
TEL +55 11 2103-9107





826100295		29
827556152		30
827858728		29
827858752		30
827858760		30
827858779		29
829583505		29
829583513		29
829590544		30

Rio de Janeiro

Av. República do Chile, 330 - 21º andar
Torre Oeste - Centro
CEP 20031-170
TEL +55 21 2102-4212

São Paulo

Av. Presidente Juscelino Kubitschek, 28
10º andar, CJ 101/102 - Itaim Bibi
CEP 04543-000
TEL +55 11 2103-9107

829590552		30
900063610		29
901498980		30
901863840		29

13. Independentemente dos registros supra, vale salientar que os conjuntos-visuais (*trade dresses*) presentes nas embalagens dos produtos da Notificante também constituem sua propriedade industrial, encontrando proteção no princípio da repressão à concorrência desleal¹:

¹Art. 2º A proteção dos direitos relativos à propriedade industrial, considerado o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País, efetua-se mediante: (...)
V - **repressão à concorrência desleal**. (Grifos Nossos).



14. Com efeito, os elementos visuais que caracterizam as embalagens e materiais de divulgação e publicidade dos produtos da BRF encontram respaldo no campo do direito de propriedade industrial nacional. Como aponta prestigiada doutrina, esse conjunto-imagem ou *trade dress*, nada mais é do que:

(...) o termo utilizado abarcar em um só termo os inúmeros elementos que identificam a empresa como um todo, sejam as características do local onde ela desenvolve suas atividades, projetos, decoração e aparência interna e externa, o cheiro, a música, a cor predominante de suas lojas, seja o aspecto dos produtos ou serviços por ela oferecidos.²

15. Assim sendo, não é preciso grande esforço para concluir que a ilustração ou indicação de forma absolutamente desautorizada de marca e conjunto-visual distintivo de produto de nossa cliente, em campanha com conteúdo crítico envolvendo publicidade infantil, possui alta potencialidade para prejudicar a imagem tanto dela

² MORO, Maitê Cecília Fabbri. Marcas tridimensionais: sua proteção e os aparente conflitos com a proteção outorgada por outros institutos da propriedade intelectual. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 45.



(BRF), como da respectiva marca e demais sinais distintivos envolvidos (



).

16. Nessa senda, destaca-se que, independentemente da infração marcária específica, inclusive tipificada como crime pela atual Lei da Propriedade Industrial nº 9.279/96, tal conduta qualifica-se como ato ilícito e abuso de direito, nos termos da legislação civil ordinária (Código Civil), podendo gerar responsabilidade civil, senão vejamos:

Art. 186. Aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito.

Art. 187. Também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes.

Art. 927. Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo. (Grifos Nossos).

17. De toda forma, reafirma-se que a BRF procura, sim, se manter em todas suas promoções e campanhas publicitárias absolutamente atenta à ética, boa-fé, além das leis, princípios e normas presentes na Constituição Federal, Código de Defesa do Consumidor e no próprio Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária.

18. Não por outra razão, não se detecta nos últimos anos qualquer Reclamação ou Processo, junto ao banco de dados de decisões do CONAR – Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária, no tocante às campanhas da ora Notificante em eventual desrespeito às normas e princípios voltados à proteção das crianças e jovens.

19. Isso posto, e considerando ser o Instituto Alana uma instituição séria, que atua em respeito à ética, boa-fé, lealdade profissional, respeito e preservação da imagem e índole de pessoas (físicas e jurídicas) e suas marcas no mercado, além das leis e princípios vigentes, a ora Notificante lhe dirige a presente missiva, solicitando que V.Sas. alterem, **DENTRO DE UM PRAZO IMPRORROGÁVEL DE 48 HORAS**, a tira ora impugnada, com a remoção, minimamente, da imagem de suas marcas e conjunto-imagem de um de seus principais produtos.

20. Saliemos que a intenção de nossa cliente é resolver este conflito de forma amigável, na esfera extrajudicial. No entanto, caso não atendida a solicitação específica disposta no parágrafo anterior, nossa cliente não terá alternativa que não recorrer a medidas judiciais, no intuito de cessar a prática contrária ao direito e, eventualmente, obter justa compensação pelos prejuízos gerados.

21. Dessa forma, requer-se um contato imediato, **por escrito**, com este escritório, comunicando-nos de sua decisão, **dentro do prazo improrrogável de 24 (vinte e quatro) horas**, contadas do recebimento desta comunicação, sob pena de liberar a BRF para tomar as medidas que entender cabíveis.

22. Certos de contar com a compreensão de V.Sa. e no aguardo de um contato de sua parte, subscrevemo-nos.

Atenciosamente,



Fábio Ferraz de Arruda Leme
OAB/SP 231.332

DANIEL

Rio de Janeiro

Av. República do Chile, 330 - 21º andar
Torre Oeste - Centro
CEP 20031-170
TEL +55 21 2102-4212

São Paulo

Av. Presidente Juscelino Kubitschek, 28
10º andar, CJ 101/102 - Itaim Bibi
CEP 04543-000
TEL +55 11 2103-9107

 www.daniel-ip.com

DANIEL

Rio de Janeiro

Av. República do Chile, 330 - 21º andar
Torre Oeste - Centro
CEP 20031-170
TEL +55 21 2102-4212

São Paulo

Av. Presidente Juscelino Kubitschek, 28
10º andar, CJ 101/102 - Itaim Bibi
CEP 04543-000
TEL +55 11 2103-9107

 www.daniel-ip.com

DANIEL

Rio de Janeiro

Av. República do Chile, 330 - 21º andar
Torre Oeste - Centro
CEP 20031-170
TEL +55 21 2102-4212

São Paulo

Av. Presidente Juscelino Kubitschek, 28
10º andar, CJ 101/102 - Itaim Bibi
CEP 04543-000
TEL +55 11 2103-9107

 www.daniel-ip.com