

Kaiser e agência são condenadas por plagiar campanha

A cervejaria Kaiser e a agência de publicidade Newcomm Bates estão obrigadas a pagar R\$ 38 mil de indenização por danos morais para um publicitário por plagiar sua campanha. A decisão é da 3ª Turma do Superior Tribunal de Justiça. Os danos materiais serão apurados na fase de liquidação da sentença. A campanha custou para a Kaiser cerca de US\$ 70 milhões.

O publicitário criou e registrou a campanha “Cerveja Nota 10” em 1996. Três anos depois, campanha semelhante foi veiculada na mídia pela Kaiser sem a autorização do publicitário. O STJ reconheceu que a campanha original merece proteção do direito autoral, mesmo não tendo sido usada em seu inteiro teor.

O autor original da campanha, Luiz Eduardo Régnier Rodrigues, registrou a campanha “Cerveja Nota 10” no Escritório de Direitos Autorais da Fundação Biblioteca Nacional. A campanha partia do slogan para formar o número dez com a garrafa da cerveja, representando o número um e a tampa com o rótulo, o zero. No julgamento da ação de indenização, a primeira instância considerou que as empresas utilizaram-se do projeto criado pelo publicitário. A Kaiser e a agência apelaram e o Tribunal de Justiça do Paraná acolheu os recursos. Considerou que as empresas desconheciam a obra anterior e de que não haveria prova do plágio.

O publicitário apelou ao STJ. O relator, ministro Humberto Gomes de Barros, afirmou que não era necessário que as empresas soubessem o inteiro teor da obra publicitária. Para ele, se as empresas sabiam da existência de uma campanha com o tema, assumiram o risco de criar obra idêntica à registrada. A obrigação delas, segundo o ministro, era procurar o publicitário.

A Kaiser e a agência Newcomm Bates pagarão solidariamente as indenizações.

REsp 655.035

Date Created

16/05/2007