

Porta dos Fundos não indenizará Botafogo por sátira de uniforme

Reproduzir marca em obra de humor e ironizar o fato de um time ter muitos patrocinadores no uniforme não é ofensa que precise ser reparada por indenização. Com esse entendimento, a 8ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro rejeitou pedido do Botafogo, que queria ser indenizado pelo grupo Porta dos Fundos.

Reprodução



Esquete do Porta dos Fundos ironizava política de patrocínios do Botafogo. Reprodução

O vídeo, veiculado em 2015 no YouTube, simula um jogo entre Flamengo e Botafogo. Os atletas do segundo time aparecem com um uniforme repleto de patrocínios — inclusive marca de refrigerante e classificados de “aluga-se” —, num período em que o Botafogo atuava com anúncios de promoções de varejo em sua camiseta.

O clube alegava que o vídeo constituiu publicidade negativa, provocando dificuldades para conseguir patrocinador principal. Também afirmou que o grupo humorístico obteve lucro com o esquete.

Em primeira instância, o pedido foi rejeitado em 2017. O Botafogo recorreu, alegando ter sido vítima de “verdadeiro achincalhamento público”. Já os advogados **Alexandre Fidalgo, Juliana Akel Diniz e Claudia David**, do Fidalgo Advogados — que representaram a produtora responsável pelo Porta dos Fundos —, associaram esquetes de humor à atividade de imprensa.

“Ainda que o apelante alegue que o apelado exerce uma atividade empresarial e dela consiga auferir lucros, (...) a verdade é que tal situação não desnatura o caráter eminentemente artístico do conteúdo do vídeo”, afirmou a defesa.

Fronteira nebulosa

O relator, desembargador Cezar Augusto Rodrigues Costa, ponderou que não é fácil delimitar as fronteiras entre o humor e o dano moral, e que o humor tem papel relevante na crítica política e nos costumes e que esta característica não pode ser aqui desprezada.

Segundo ele, “não se extrai da peça humorística qualquer intenção de macular a sua reputação e, por



consequente, a sua marca, nem se pode atribuir-lhe a força de impedir um patrocínio master”. A veiculação da imagem não possui conteúdo ofensivo direto ao clube, daí porque dela não resulta *in re ipsa* o dano que pretende ver configurado o autor.

Costa entendeu ainda que programas televisivos e em outras mídias podem usar marcas sem autorização, desde que a reprodução em si não seja o objetivo principal da obra nova. O voto foi seguido por unanimidade.

Clique [aqui](#) para ler a decisão.

0418610- 21.2015.8.19.0001

Date Created

31/01/2018

Author

redacao-conjur