



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

Registro: 2026.0000909321

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos estes autos de Apelação Cível nº 1162912-78.2024.8.26.0100, da Comarca de São Paulo, em que é apelante

, é apelado

ACORDAM, em sessão permanente e virtual da 1ª Câmara Reservada de Direito Empresarial do Tribunal de Justiça de São Paulo, proferir a seguinte decisão: **Negaram provimento ao recurso. V. U.**, de conformidade com o voto do relator, que integra este acórdão.

O julgamento teve a participação dos Desembargadores RUI CASCALDI (Presidente sem voto), AZUMA NISHI E FORTES BARBOSA.

São Paulo, 21 de setembro de 2026.

CARLOS ALBERTO DE SALLES

Relator(a)

Assinatura Eletrônica



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

371ª CÂMARA RESERVADA DE DIREITO EMPRESARIAL

Apelação nº 1162912-78.2024.8.26.0100

Comarca: Foro Central Cível – 2ª Vara Empresarial

Apelante:

Apelada:

Juiz sentenciante: Gustavo Cesar Mazutti

VOTO 37378

PROPRIEDADE INDUSTRIAL. UTILIZAÇÃO DE MARCA EM REDES SOCIAIS. SENTENÇA DE IMPROCEDÊNCIA. CARÁTER SATÍRICO DAS CONTAS. DIREITO À LIBERDADE DE EXPRESSÃO (Art. 5º, IV, IX, CF) INEXISTÊNCIA DE PROVEITO ECONÔMICO. PUBLICAÇÕES SEM CONOTAÇÃO COMERCIAL (ART. 132, IV, Lei 9.279/96) NÃO CONFIGURAÇÃO DE APROVEITO ECONÔMICO PARASITÁRIO. RECURSO DESPROVIDO.

I. CASO EM EXAME. A autora, detentora da marca "UNIP", alegou uso indevido e depreciativo da marca em contas de redes sociais administradas pela ré, buscando o bloqueio dessas contas. A sentença de primeira instância julgou improcedente o pedido, reconhecendo o caráter jocoso das publicações, sem finalidade comercial ou concorrência desleal.

II. QUESTÃO EM DISCUSSÃO. A questão em discussão consiste em determinar se o uso da marca "UNIP" em contas satíricas de redes sociais configura violação ao direito marcário e aproveitamento econômico parasitário.

III. RAZÕES DE DECIDIR. As contas utilizam a marca "UNIP" de forma satírica, sem pretensão de vínculo oficial, afastando a possibilidade de confusão no mercado. A utilização da marca em contexto cômico é protegida pelo direito à liberdade de expressão (Art. 5º, IV, IX, CF). Paródia tem sua licitude reconhecida no âmbito do Direito Autoral (Art. 47, Lei 9.610/98). No que tange à Lei da Propriedade Industrial, há abertura para utilização de marcas registradas em publicações que não tenham conotação comercial (Art. 132, IV, Lei 9.279/96). Não configuração de concorrência desleal ou aproveitamento parasitário. Sentença mantida.

*IV. DISPOSITIVO.
RECURSO DESPROVIDO.*

¶

A sentença de ps. 243/250 julgou improcedente a pretensão autoral de bloqueio de conta em rede social.

A autora interpôs recurso de apelação às ps. 254/279. Requereu a reforma da sentença, alegando, em síntese, que: a.) uso indevido da marca "UNIP" na identificação das contas



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

em rede social; b.) abalo, descrédito e depreciação da marca "UNIP"; c.) não utilização da marca "UNIP" de forma remissiva; d.) abalo à integridade e à reputação da marca "UNIP"; e.) aproveitamento econômico parasitário.

Contrarrazões às ps. 285/295.

Autos em termos para julgamento virtual.

É o relatório.

O recurso não comportaproimento.

A apelante presta serviços na área de ensino superior e é detentora da marca mista "UNIP" (ps. 73/84).

Afirmou que, em redes sociais administradas pela ré, há inúmeras contas que utilizam de maneira indevida e depreciativa a sua marca. As contas foram descritas na inicial (ps. 1/36), além de constarem em notificação enviada à empresa ré (documento de ps. 89/96).

Tal como reconhecido pelo Ilustre Magistrado sentenciante, a análise da descrição das contas e dos conteúdos publicados revela seu nítido caráter jocoso, sem qualquer finalidade comercial, sem indícios de concorrência desleal ou de produção de confusão aos consumidores.

De início, interessante ressaltar que as contas destacadas pela apelante às ps. 257/263 fazem, de fato, utilização da marca registrada "UNIP".

Entretanto, em todas as contas indicadas a marca "UNIP" está claramente associada a dizeres cômicos, jocosos, satíricos, como "*UNIP da zoeira*", "*UNIP da depressão*" e "*UNIP memenip*".

Na descrição das contas está ressaltado o caráter satírico, sem qualquer pretensão de vínculo oficial com a detentora da marca, com utilização de descritivos como "*Memes Universitários/Humor*" (p. 257), "*O nome já fala UNIPdazueira*" (p. 258), "*UNIP da Depressão, Fortaleza-Ce, Humor, Informação e muito mais!*" (p. 259), "*Perfil voltada para estudantes da UNIP BRASÍLIA! Perfil sem ligação a Universidade!*" (p. 260), "*Conteúdo humorístico para alunos da UNIP. Este perfil não tem nenhuma ligação com a faculdade*" (p. 261), "*Pagina de humor da unip de Bauru*" (p. 262), "*Site de zoeiras, informações sobre essa instituição adorável*" (p. 263), "*memes, notícias, zoeira, prestação de serviço*" (p. 263).

Os usuários de tais redes sociais, portanto, têm plenas condições de constatar que são publicações satíricas,



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

realizadas sem qualquer vínculo oficial com a empresa detentora da marca, afastando-se a possibilidade de geração de confusão ao mercado consumidor.

Além disso, os perfis jocosos criados com a utilização da marca "UNIP" não têm conteúdo econômico relevante.

A possibilidade da divulgação de serviços paralelos pelos administradores dos perfis, como aulas de reforço, venda de ingressos para festas e aplicativos de relacionamentos, não configura atividade econômica relevante.

Os serviços paralelos mencionados no parágrafo anterior sequer constituem atividades econômicas concorrentes à atividade desenvolvida pela empresa detentora da marca "UNIP". Afasta-se, portanto, a configuração de aproveitamento parasitário.

Oportuno destacar a existência de previsão normativa que afasta o caráter ilícito da utilização da marca da autora, ora apelante, pelos perfis satíricos.

Como bem reconhecido na sentença impugnada, as contas satíricas indicadas pela autora devem ser interpretadas como um exercício do direito fundamental à liberdade de expressão (Art. 5º, IV, IX, Constituição Federal).

A paródia tem sua licitude reconhecida no âmbito do Direito Autoral (Art. 47, Lei 9.610/98).

No que tange à Lei da Propriedade Industrial, há abertura para utilização de marcas registradas em publicações que não tenham conotação comercial (Art. 132, IV, Lei 9.279/96).

A marca da autora, portanto, está sendo empregada dentro de um contexto cômico, com intuito predominantemente jocoso, incapaz de gerar violação relevante do Direito Marcário.

Por fim, confira-se o seguinte precedente da Câmara Reservada de Direito Empresarial em sentido similar:

"Apelação – Marca - Ação de obrigação de fazer – Sentença de improcedência – Inconformismo de ambas as partes. Recurso da ré objetivando a majoração dos honorários de sucumbência - Alegação de que o valor atribuído à causa teve apenas indicação de alçada - Acolhimento - Aplicabilidade do art. 85 do CPC – Fixação por equidade – Inexistência de condenação líquida para servir como parâmetro – Valor atribuído à causa irrisório – Inteligência do art. 85, §8º, do CPC e Tema Repetitivo nº 1076 do E. STJ - Irrazoabilidade e desproporcionalidade da fixação com base no art. 85, §8º-A, nos parâmetros sugeridos pela tabela da



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

*OAB - Verba honorária fixada por equidade, já considerando a sucumbência recursal - RECURSO PARCIALMENTE PROVIDO. Recurso da autora - Cerceamento de defesa - Inocorrência - Depoimento pessoal do representante legal da ré que nada acrescentaria ao conjunto probatório já colacionado aos autos pelas partes - Documentos juntados suficientes à adequada e justa solução da lide - Julgamento antecipado que constitui dever do juiz quando desnecessária a produção de outras provas para a solução da lide - Preliminar afastada. Mérito - Autora que é titular dos registros das marcas BAUDUCCO, CHOCOTTONE, COLOMBA PASCAL, CHOCOLOMBA e CHOCOLOMBA MAXI - Paródia divulgada pela ré em seu perfil no Instagram, por meio da publicação de comentários e imagens veiculados por seus seguidores, com menção às marcas da autora pelas expressões "SOCOTTONE", "SOCOLOMBA" e "CHOCOBOMBA". **Mero exercício da liberdade de expressão, sem qualquer demonstração de conotação comercial – Exegese do art. 132, IV, da Lei de Propriedade Industrial – Irrelevância de o perfil da ré, destinado à divulgação de testes e análises de produtos colocados no mercado consumidor, receber algum tipo de proveito econômico, seja mediante contraprestação pecuniária de publicações que realiza através de "publiposts" devidamente identificados, seja por meio de monetização do canal ou perfil, desde que não patrocinado direta ou indiretamente por concorrente das marcas ou produtos da autora - Críticas e sátiras que não configuram violação aos direitos de propriedade da autora e que não são capazes de causar diluição ou mesmo macular a marca da autora (diluição por tarnishment) - Inexistência, ainda, de concorrência desleal - Sentença mantida neste aspecto – RECURSO DA AUTORA IMPROVIDO E DA RÉ PROVIDO EM PARTE.**" (TJSP; Apelação Cível 1036492-33.2021.8.26.0100; Relator (a): JORGE TOSTA; Órgão Julgador: 2ª Câmara Reservada de Direito Empresarial; Foro Central Cível - 1ª VARA EMPRESARIAL E CONFLITOS DE ARBITRAGEM; Data do Julgamento: 01/08/2023; Data de Registro: 07/08/2023, sem destaques no original).*

Diante do exposto, **nega-se provimento** ao recurso de apelação, majorando-se os honorários sucumbenciais para 15% do valor atualizado da causa.

CARLOS ALBERTO DE SALLES
Relator