

**EXCELENTEÍSSIMO SENHOR DOUTOR JUIZ DE DIREITO DA 9<sup>a</sup> VARA CÍVEL DO FORO  
CENTRAL CÍVEL DA COMARCA DE SÃO PAULO**

**Processo nº 1065266-34.2025.8.26.0100**

A SOCIEDADE MUNDIAL DE PROTEÇÃO ANIMAL - WORLD ANIMAL PROTECTION BRAZIL (WAP BR), associação civil sem fins lucrativos, inscrita no CNPJ sob o nº 01.004.691/0001-64, com sede na Rua Vergueiro, 875, Sala 93, São Paulo/SP - CEP 01504-001 (docs. 1 a 4), por suas advogadas subscritas (doc. 5), vem, respeitosa e tempestivamente<sup>1</sup>, à presença de Vossa Excelência, apresentar sua **CONTESTAÇÃO**, pelas razões a seguir expostas.

## I. SÍNTESE DOS FATOS

Trata-se de Ação Inibitória proposta pela JBS S.A. em face da WAP BR e do Greenpeace Brasil com o objetivo de obter tutela judicial para que as Réus (i) não realizem manifestações nas propriedades da Autora; (ii) excluam postagens que utilizem logomarcas da JBS e realizem críticas às suas atividades empresariais de sites e redes sociais; e (iii) se abstêm de afixar ou circular cartazes que utilizem logomarcas da JBS e critiquem as suas atividades empresariais.

A Autora narra que no dia 29 de abril de 2025, por ocasião da sua Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária de acionistas, ativistas ambientalistas realizaram um protesto na sede da empresa, aproveitando-se do movimento inusual de investidores e funcionários no local. Narra, ainda, que no mesmo dia foram espalhados cartazes pela

---

<sup>1</sup> Os avisos de recebimento dos mandados de citação das Réus foram acostados aos autos em 29 de maio de 2025. Considerando a suspensão do expediente forense nos dias 19 e 20 de junho em razão do feriado de Corpus Christi (Provimento CSM nº 2.765/2024), o prazo de 15 (quinze) dias úteis para a apresentação de defesa (CPC, art. 212; 231, I; e 335, III) se esgota em 23 de junho de 2025, a atestar a tempestividade da presente contestação.

cidade de São Paulo, criticando a companhia. Por fim, relata que as Rés detêm sites em que denunciam os impactos socioambientais da atividade de pecuária extensiva à qual se dedica a Autora. Tais fatos são qualificados pela Autora como uma campanha difamatória contra a JBS, que mereceria, a seu ver, a intervenção e a tutela do Poder Judiciário.

Em sede de cognição sumária, este d. Juízo deferiu em parte os pedidos liminares, determinando que as Rés se abstenham de realizar atos de protesto em qualquer propriedade da Autora e de utilizar, em manifestações futuras, as logomarcas registradas da JBS (fls. 438/439).

Todavia, a partir dos esclarecimentos ora apresentados, ficará claro que se trata de uma demanda que, travestida de preocupação com a tutela dos direitos de marca e de propriedade, tem o intuito exclusivo de buscar no Judiciário brasileiro algum apoio à censura, o que é impensável. É o que se passa a demonstrar.

## II. A SOCIEDADE MUNDIAL DE PROTEÇÃO ANIMAL – WORLD ANIMAL PROTECTION BRAZIL (WAP BR)

Para uma melhor compreensão da questão posta em juízo, é importante inicialmente explicitar quem é a WAP BR e quais são os seus objetivos.

Trata-se, nos termos do artigo 1º do seu Estatuto Social (docs. 2 e 3), de **associação civil sem fins lucrativos, cujo objetivo é a preservação e proteção dos animais**. Suas ações envolvem a promoção e a realização de eventos e movimentos voltados à defesa da causa animal, assim como a formulação de pleitos e protestos sobre o tema, conforme se depreende do seu artigo 3º e da descrição das suas atividades no site da organização.

Somos uma organização global sem fins lucrativos que luta pelo fim do sofrimento animal, oferecendo condições justas para todas as espécies.

Estudos mostram que os animais são seres sencientes, que também experimentam dor, medo e alegria. E todos os dias, bilhões deles passam por explorações e condições cruéis.

O bem-estar dos animais em primeiro lugar não é apenas melhor para eles.

É vital para toda a sociedade e vida no planeta. Dessa forma, com o seu apoio, acabaremos com a crueldade da agricultura industrial e criaremos sistemas alimentares humanos e sustentáveis.

É hora de pôr fim à exploração de animais silvestres, garantindo o direito à liberdade.

**Juntos, podemos transformar a vida de todos os animais.**

**Fonte:** Site da WAP BR. Disponível em:  
<https://www.worldanimalprotection.org.br/sobre-nos/>. Acesso em: 30 mai. 2025.

A entidade integra uma rede internacional criada em 1950, com décadas de experiência na defesa da causa animal. No Brasil, a atuação da organização teve início em 1995, completando trinta anos de atuação nacional em 2025<sup>2</sup>.

Dentre os temas trabalhados pela instituição, destaca-se a atenção conferida aos sistemas alimentares, que englobam, inevitavelmente, debates sobre a responsabilidade socioambiental dos produtores agropecuários. Nesse sentido, a organização tem uma atuação de longa data para que empresas produtoras de carne, principalmente do ramo da pecuária industrial, tomem medidas concretas para eliminar o desmatamento da sua cadeia de fornecimento direto e indireto, criem planos concretos para acabar com as suas emissões de gases de efeito estufa e priorizem alimentos à base de plantas e o bem-estar animal.

<sup>2</sup> Informações do Site da WAP BR. Disponível em:  
<https://www.worldanimalprotection.org.br/sobre-nos/>. Acesso em: 30 mai. 2025.

 SISTEMAS ALIMENTARES	 SISTEMAS ALIMENTARES	 SISTEMAS ALIMENTARES
<p><b>Precisamos pôr fim à pecuária industrial</b></p> <p>Investigação mostra os impactos desse sistema no clima e na biodiversidade. Precisamos do seu apoio para pressionar a JBS, dona da Seara, Swift e Friboi, a assumir um compromisso real com o futuro do planeta.</p>	<p><b>Pelo fim do uso irresponsável de antibióticos</b></p> <p>Peça ao Governo Federal que ponha fim ao uso irresponsável de antibióticos em animais de fazenda e adote melhores práticas de bem-estar animal.</p>	<p><b>Consumo consciente</b></p> <p>Você sabia que consumimos 30% mais do que a capacidade de regeneração do planeta? Descubra como adotar um consumo consciente de produtos de origem animal.</p>

**Fonte:** Site da WAP BR. Disponível em: <<https://www.worldanimalprotection.org.br/o-que-nos-fazemos/sistemas-alimentares/>>. Acesso em: 30 mai. 2025.

Além da óbvia relação das atividades agropecuárias com a questão do bem-estar animal, é importante destacar que elas contribuem, hoje, com a maior parte do desmatamento e das emissões de gases de efeito estufa - que agravam a crise climática - no Brasil. Elas foram responsáveis por 97% do desmatamento brasileiro nos últimos seis anos<sup>3</sup> e 74% da poluição climática nacional em 2023<sup>4</sup>. São preocupações que também são alvo de atenção da WAP BR nas suas atividades.

É evidente, portanto, que a Ré é uma organização experiente e com objetivos ambientais claros que rivalizam com os interesses econômicos e produtivos da empresa Autora, que é praticamente a garota-propaganda da pecuária extensiva no mundo<sup>5</sup>. No entanto, é certo que a discrepância radical entre as atividades, as visões de mundo e os objetivos das duas organizações não deveria dar azo à instauração de processos judiciais

<sup>3</sup> Informações disponíveis em: <[https://alerta.mapbiomas.org/wp-content/uploads/sites/17/2025/05/RAD2024\\_15.05.pdf](https://alerta.mapbiomas.org/wp-content/uploads/sites/17/2025/05/RAD2024_15.05.pdf)>. Acesso em: 10 jun. 2025.

<sup>4</sup> Informações disponíveis em: <<https://seeg.eco.br/wp-content/uploads/2024/11/SEEG-RELATORIO-ANALITICO-12.pdf>>. Acesso em: 03 jun. 2025.

<sup>5</sup> O perfil corporativo da Autora anuncia em seu site que, “com sete décadas de história, a JBS é hoje a maior produtora de proteínas do mundo”. Fonte: <<https://ri.jbs.com.br/en/jbs/corporate-profile/>>. Acesso em 10 jun. 2025

com o objetivo de promover o silenciamento da sociedade civil engajada na causa ambiental e animal.

### III. PRELIMINARMENTE: INÉPCIA DA PETIÇÃO INICIAL

A petição inicial não descreve os fatos de forma clara, limitando-se a narrar uma série de ações desvinculadas, sem atribuí-las especificamente a cada uma das Réis. Essa narrativa confusa causa prejuízos profundos à compreensão de quais atos, exatamente, são atribuídos a cada uma das Réis e, por consequência, à sua capacidade de apresentar uma resposta às acusações, maculando fundamentalmente o processo. Ao cercear a possibilidade de defesa das Réis, a petição inicial é inepta e deve ser indeferida, nos termos do artigo 330, I e §1º, cumulado com o artigo 455, I, ambos do Código de Processo Civil.

Ao longo da petição inicial, a Autora apresenta situações desconexas, inclusive atos de protesto e crítica levados a cabo **de forma independente e autônoma** pelas diferentes organizações incluídas no polo passivo da demanda, a partir de uma suposição infundada de que seriam ações relacionadas e realizadas conjuntamente. A Autora menciona, inclusive, a sua suposta “extrema organização e coordenação”, e, no entanto, não foi capaz de apresentar um único elemento que comprove o imaginado vínculo entre as manifestações e campanhas da WAP BR e do Greenpeace, evidenciando que a narrativa não corresponde à realidade.

Embora os fatos apresentados tenham ocorrido no mesmo dia, em 29 de abril de 2025, isso não se deveu a uma articulação das organizações, mas, sim, ao fato de se tratar de um **momento simbólico para as pautas ambiental e animal: a realização de Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária da JBS, que reuniu os acionistas da maior produtora de proteína animal do mundo, além de muitos investidores e funcionários** (doc. 6).

**Com sete décadas de história, a JBS é atualmente o maior produtor de proteínas do mundo e a segunda maior empresa de alimentos do mundo<sup>1</sup>**

A companhia opera no processamento de carnes bovina, suína, ovina e de frango, e também atua na produção de alimentos de conveniência e valor agregado. Além disso, comercializa produtos de couros, higiene e limpeza, colágeno, embalagens metálicas, biodiesel, entre outros.

Nota 1. Fonte: Bloomberg

**Fonte:** Site da JBS (Relação com Investidores). Disponível em: <<https://ri.jbs.com.br/a-jbs/perfil-corporativo/>>. Acesso em: 30 mai. 2025.

Veja-se que a própria Autora admite isso ao afirmar que “a JBS está na iminência de ser listada na Bolsa de Valores de Nova Iorque”, o que seria importante para o seu crescimento. Logo, a escolha de realizar manifestações sobre as práticas da empresa em um dia no qual os seus investidores estariam reunidos e às vésperas das deliberações sobre a abertura do capital da empresa no estrangeiro não é aleatória e não comprova qualquer vínculo entre as iniciativas realizadas, ainda mais considerando que foram realizadas **ações distintas, com identidades visuais distintas, em lugares e momentos distintos e com a criação de sites distintos.**

Ora, é evidente que a WAP BR, por ser uma organização com décadas de experiência e ter como objetivo preservar e proteger os animais, tem interesse em realizar campanhas informativas sobre as práticas empresariais da maior produtora de proteína animal do mundo de forma estratégica, considerando momentos relevantes e simbólicos capazes de dar visibilidade e sensibilizar o público para as suas pautas. Supõe-se que o Greenpeace, por ser uma organização com objetivos relacionados à preservação ambiental, também tenha essa visão estratégica.

Diferentemente da narrativa conspiratória construída na inicial, não houve qualquer ação orquestrada entre as organizações com o objetivo de prejudicar as atividades empresariais da Autora. O que ocorreu foram ações legítimas e autônomas

com a finalidade de chamar a atenção da sociedade para as atividades da empresa e as suas consequências para o bem-estar animal e a crise ambiental e climática.

A inicial, da forma como foi apresentada, narra os fatos de forma confusa, fantasiosa e inverídica. A confusão entre ações diversas e desconectadas, narradas conjuntamente somente devido ao fato de terem ocorrido no mesmo dia, impede que as Réis se defendam adequadamente de acusações concretas e individualizadas, em violação ao direito fundamental à ampla defesa, insculpido no artigo 5º, LV, da Constituição Federal. Além disso, a reunião indiscriminada das iniciativas como se fossem uma só ação gera tumulto processual, o que certamente não deve ser admitido.

Dessa forma, requer-se o reconhecimento da inépcia da petição inicial e o seu consequente indeferimento, com a extinção do processo sem julgamento de mérito, nos termos do artigo 485, I, e 330, I e §1º, I, ambos do Código de Processo Civil.

#### IV. MÉRITO: IMPROCEDÊNCIA DA AÇÃO

No mérito, a ação deve ser julgada totalmente improcedente, porque, em síntese:

**(i)** não há qualquer cabimento no pedido relacionado à abstenção da realização de novas “invasões da sede da JBS ou de suas propriedades” em relação à Ré WAP BR, tendo em vista a inexistência de provas que atestem qualquer conduta sua nesse sentido;

**(ii)** não houve violação do direito de marca da Autora, direito que certamente não a exime de ser alvo de críticas fundamentadas, sobretudo diante do direito dos consumidores e do princípio da função social da propriedade, que resguardam o direito da sociedade ser informada das práticas empresariais do seu interesse; e

**(iii)** a Ré vem sofrendo uma clara tentativa de silenciamento, inclusive com o emprego de medidas assediadoras por parte da Autora, a evidenciar clara violação do seu direito fundamental de liberdade de expressão.

Vejamos.

#### IV.1. ABSOLUTO DESCABIMENTO DO PEDIDO RELACIONADO À ABSTENÇÃO DE REALIZAÇÃO DE NOVAS “INVASÕES” A IMÓVEIS DA AUTORA

Quanto ao protesto legítimo e pacífico realizado na sede da JBS no dia 29 de abril de 2025, a inicial não apresenta qualquer relação entre os fatos e a WAP BR. A inicial vincula as ações realizadas exclusivamente ao Greenpeace, juntado postagens e notícias que tratam apenas daquela organização, o que é corroborado pelo Boletim de Ocorrência, juntado ao processo (fls. 64/72). Logo, não há construção lógica para o pedido de tutela inibitória quanto ao tema em relação à WAP BR, tendo em vista que a organização nunca realizou e nem pretendia realizar manifestações em qualquer das propriedades da Autora.

Ao tratar da manifestação ocorrida dentro das suas dependências, a Autora faz especulações fantasiosas sobre a forma de ingresso no local e a existência de supostos financiadores ocultos que teriam arcado com os custos dos utensílios utilizados. Novamente, não há qualquer menção à WAP BR, o que até mesmo inviabiliza uma defesa mais efetiva sobre tais pontos.

A bem da verdade, não há nos autos nada que indique a participação da WAP BR no protesto que ocorreu nas dependências da empresa, o qual, todavia, sabidamente não impediu que a reunião de acionistas ocorresse normalmente. A exordial limita-se a realizar um relato persecutório acerca de uma suposta articulação entre as Rés e a existência de financiadores ainda ocultos, que evidentemente não se sustenta, por não ter qualquer substrato na realidade.

Por essas razões, caso não se entenda que a petição inicial é inepta, é certo que a demanda deve ser julgada totalmente improcedente, tendo em vista que a WAP BR nunca realizou e nem planejou ações de protesto nas dependências da empresa Autora, nem foi responsável por qualquer arrombamento, dano patrimonial, intimidação ou ameaça a pessoas ou bens de propriedade da Autora.

## IV.2. AUSÊNCIA DE VIOLAÇÃO DO DIREITO DE MARCA DA AUTORA. DIREITO DOS CONSUMIDORES À INFORMAÇÃO E NECESSIDADE DE RESPEITO AO PRINCÍPIO DA FUNÇÃO SOCIAL DA PROPRIEDADE

Alega a Autora que a Ré teria feito uso indevido das marcas da JBS. No entanto, não se verifica no caso em exame qualquer episódio de uso indevido de marca, na medida em que isso pressuporia a utilização para fins de se beneficiar economicamente ou provocar confusão nos consumidores da Autora.

De fato, as marcas são legalmente protegidas pela Lei Federal nº 9.279/1996, que trata dos direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Trata-se, contudo, de proteção que visa **resguardar a identificação e a distinção entre os produtos e os produtores, com o objetivo de evitar a concorrência desleal**. Não pode, portanto, servir como justificativa para que críticas fundamentadas sejam censuradas.

A própria Lei Federal nº 9.279/1996, em seu artigo 132, inciso IV, prevê que o titular da marca não pode “impedir a citação da marca em discurso, obra científica ou literária ou qualquer outra publicação, desde que sem conotação comercial e sem prejuízo para seu caráter distintivo”. Ora, trata-se justamente do caso em análise, que envolve discurso sem qualquer conotação comercial, mas, sim, crítica.

A despeito das afirmações infundadas e ultrajantes da Autora acerca da suposta exploração econômica das postagens, é evidente que uma associação civil sem fins lucrativos com décadas de experiência e comprovada expertise na defesa da causa animal e ambiental como a WAP BR não articula suas campanhas e manifestações visando o lucro, mas, sim, a promoção da informação. A análise do teor dos cartazes e campanhas citados na inicial não deixa dúvidas dessa finalidade e evidencia que não há qualquer conotação comercial nas condutas descritas que impeça, portanto, a citação da marca nos discursos da organização. Também não se verifica a deturpação do seu caráter distintivo, pois claramente não há intenção de confundir a JBS com outro produtor de carne ou proteína animal.

A este respeito, vale tecer um breve comentário sobre os julgados utilizados pela Autora em sua exordial, que tratam de discussão completamente diferente da que é

travada nestes autos. Naqueles casos<sup>6</sup>, não se discutem circunstâncias nas quais o nome e a marca da empresa foram utilizados em um contexto de **manifestações críticas e sem finalidades comerciais**. Ao contrário, cuida-se de situações nas quais há a utilização indiscriminada da marca de um banco conhecido para a promoção de uma música do próprio artista. É indubitável que são casos completamente distintos do presente e que não merecem servir de parâmetro para este debate, já que, neste caso, a menção à Autora é necessária para dar concretude a críticas objetivas à sua atuação, corroboradas por diversos estudos já publicados<sup>7</sup>.

Ademais, é importante esclarecer que a atuação da Ré se baseia em uma série de reportagens de veículos de imprensa renomados – como Folha, Globo, Reuters e Repórter Brasil – e de estudos realizados não apenas pela WAP BR, mas também por outras organizações – como Migthy Earth, AidEnvironment, Observatório do Clima e Greenpeace –, que vinculam a atuação empresarial da Autora, por exemplo, à ausência de metas climáticas consistentes e de um plano claro para atingi-las, à falta de ações efetivas para garantir que a sua cadeia produtiva evite a aquisição animais e de grãos

---

<sup>6</sup> TJSP, Apelação Cível 1055858-63.2018.8.26.0100, Rel. Costa Netto; 6<sup>a</sup> Câmara de Direito Privado, Foro Central Cível - 37<sup>a</sup> Vara Cível, julgado em 04/08/2022, registro em 10/08/2022; e TJSP, Apelação Cível 1111981-42.2022.8.26.0100, Rel. Alexandre Lazzarini, 1<sup>a</sup> Câmara Reservada de Direito Empresarial, Foro Central Cível - 1<sup>a</sup> Vara Empresarial e conflitos de arbitragem, julgado em 11/09/2024, registro em 11/09/2024.

<sup>7</sup> A título de exemplo, cita-se o estudo “Profiting from cruelty and killing our world” (em tradução livre “Lucrando com a crueldade e matando nosso mundo”), de autoria da World Animal Protection. Disponível em:

<<https://www.worldanimalprotection.org/globalassets/pdfs/reports/english/jbs-profiting-from-cruelty-and-killing-our-world-report.pdf>>. Acesso em: 06 jun. 2025.

para ração animal oriundos de áreas de desmatamento ilegal e de fornecedores envolvidos com violações de direitos trabalhistas e humanos.<sup>8</sup>

No que diz respeito ao emprego de logomarca em campanhas informativas, é importante anotar que seu uso obedece aos mesmos critérios anteriormente delineados. As marcas são compreendidas como “sinais distintivos visualmente perceptíveis” (art. 122, Lei Federal nº 9.279/1996). Nas palavras de Fabio Ulhoa Coelho, a marca “é o signo que identifica produtos e serviços”<sup>9</sup>. Ou seja, trata-se de elemento que tem como objetivo permitir o reconhecimento público da vinculação entre determinada empresa e os seus produtos – e, logicamente, as suas condutas.

O INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial), autarquia responsável pelo registro de marcas no Brasil, permite que elas sejam cadastradas de acordo com a seguinte classificação: (i) nominativa: composta pelas letras e números que configuram o nome da empresa, “não importando, neste caso, a fonte, tamanho, cor e demais estilos que serão utilizados para expressar este nome”<sup>10</sup>; (ii) figurativa: composta por desenho, figura ou forma estilizada; (iii) mista: composta pela associação dos elementos da marca nominativa e da marca figurativa; ou (iv) tridimensional: configura proteção à forma do produto ou embalagem, não sendo pertinente para a presente discussão<sup>11</sup>.

<sup>8</sup> Vejam-se os seguintes estudos e reportagens: [Prática atrasada, Terra arrasada](#); [Ranking dos vilões da pecuária](#); [Novo relatório revela que a JBS compra grãos de áreas desmatadas ilegalmente](#); [Estado de Nova Iorque processa JBS](#); [Metas climáticas: SBTi altera status da JBS para “compromisso removido”](#); [Sociedade civil pede que JBS seja rebaixada da classificação climática](#); [Relatório Forest Turned Into Animal Feed](#); [Ligaçāo de frigoríficos com meio milhāo de hectares de desmatamento no Brasil: 68 Casos de desmatamento, nenhuma resposta: JBS nāo age sobre desmatamento em sua cadeia produtiva](#); [JBS: pecuarista multado por desmate com ‘agente laranja’ abasteceu frigorífico](#); [JBS abdicou de sua promessa de reduzir as emissões](#); [JBS emite mais metano que as petroleiras Exxon e Shell combinadas, e estaria em quinto lugar em um ranking das maiores companhias emissoras de gás metano do setor de combustíveis fósseis](#); [Deu Zebra da Indústria do boi: JBS abdica de sua promessa de reduzir emissões mas ainda é possível pressioná-la Deu zebra na indústria do boi - Central da COP](#); [JBS terá que pagar 4 milhões de dólares em acordo sobre caso de trabalho infantil, mas nega que seja admissão de culpa](#). JBS terá que pagar US\$ 4 mi por trabalho infantil nos EUA - 17/01/2025 - Mercado - Folha; [JBS envolvida com trabalho escravo, inclusive envolvendo indígenas: JBS é acusada de trabalho escravo de terceirizados em MS](#); [empresa diz que exige regras / Trabalhador é resgatado em granja fornecedora da JBS](#); [Fornecedores da JBS criaram ilegalmente gado em terra indígena em MT - Repórter Brasil](#); [Pecuaristas desmentem ‘revolução verde’ da JBS. Exclusivo: pecuaristas desmentem a ‘revolução verde’ da JBS](#); [JBS nega ter se comprometido com compromisso climático Net-zero Brazilian meatpacker JBS says net-zero emissions pledge was ‘never a promise’ | Reuters](#)

<sup>9</sup> COELHO, Fabio Ulhoa. Manual de Direito Comercial. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 33<sup>a</sup> edição, 2022.

<sup>10</sup> GHESTI, Grace Ferreira (coord.). Direito Marcário. Brasília: Centro de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico, Universidade de Brasília, 2016, p. 16.

<sup>11</sup> GHESTI, Grace Ferreira (coord.). Direito Marcário. Brasília: Centro de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico, Universidade de Brasília, 2016.

Conforme demonstram os documentos acostados nos autos pela Autora (fls. 210/217), as marcas da JBS cadastradas no INPI são nominal e mista. Ou seja, não apenas a logomarca é protegida no contexto do direito marcário, mas também o seu nome, independentemente de qualquer caracterização gráfica. Evidentemente, não é possível que, devido a tal cadastramento, toda e qualquer iniciativa que mencione expressamente a empresa e as suas práticas seja calada sob o argumento de suposta violação ao direito de marca, como pretende a Autora. Cuida-se de entendimento que não é comportado pelo ordenamento jurídico brasileiro.

Ora, não seria possível denunciar as práticas de determinada empresa sem a sua caracterização, sem chamá-la pelo seu nome. É essencial a vinculação entre a crítica e a empresa criticada para que a sociedade seja capaz de estabelecer uma relação entre ambas. A proteção legal conferida às marcas em contextos concorrenenciais é essencial inclusive para um ambiente de livre circulação de ideias e críticas, já que, ao objetivar proteger o caráter distintivo das empresas e dos seus produtos e serviços, também permite que a sociedade e o consumidor reconheçam o que exatamente se critica. Nesse sentido, essa proteção não pode justificar a censura de informações de interesse público sobre atividades empresariais, especialmente em caso de notório descuido relativo aos seus impactos socioambientais.

Corroborando tal lógica, é importante notar que a proteção constitucional e legal conferida às marcas deve ser pautada pelo interesse social, como se depreende do artigo 5º, inciso XXIX, da Constituição Federal<sup>12</sup> e do *caput* do artigo 2º da Lei Federal nº 9.279/1996<sup>13</sup>. É incontestável que conhecer as práticas de empresas que produzem diversos alimentos que chegam à mesa dos consumidores brasileiros e estrangeiros – como é o caso da Autora – é um tema marcado pelo interesse social e que deve poder ser publicizado, inclusive em consonância com os direitos consumeristas.

<sup>12</sup> Constituição da República Federativa do Brasil de 1988: “Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: [...] XXIX - a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, **tendo em vista o interesse social** e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País” [grifos nossos].

<sup>13</sup> Lei Federal nº 9.279/1996: “Art. 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 [...]” [grifos nossos].

É pacífico na doutrina que a proteção à marca serve não somente ao empreendedor, mas também aos consumidores, que precisam conseguir distinguir o que exatamente estão consumindo – e de quem estão comprando:

Além disso, a marca também tem o objetivo de proteger o consumidor, que poderá identificar mais facilmente a origem do produto que consome, permitindo assim, reclamar algum direito sobre o produto comprado, se necessário, como no caso de defeito ou má prestação de serviço, além de permitir que o consumidor exclua ou inclua um determinado produto ou serviço da sua “nuvem de consumo”.

Sendo assim a marca tem o poder de identificar o produto ou serviço de forma a reforçar tanto as qualidades que se vinculam à marca, trazendo-lhe, assim, prestígio, quanto reforçar os defeitos do produto ou serviço, trazendo uma imagem negativa à respectiva marca.<sup>14</sup>

Tal entendimento está alinhado com os direitos do consumidor previstos no artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor (Lei Federal nº 8.078/1990), com especial destaque para o direito à “informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, [...] bem como sobre os riscos que apresentem” (inciso III). O dispositivo garante que o consumidor tenha acesso a informações pertinentes sobre os produtos e serviços que pretende consumir, inclusive sobre os seus riscos. Como a atividade agropecuária é a principal emissora de gases de efeito estufa no Brasil e gera uma série de outros impactos ao meio ambiente e aos animais, é imprescindível que também sejam prestadas informações ao consumidor sobre tais riscos, como faz a Ré em suas campanhas informativas.

Além disso, uma vez que o direito de marca está associado à propriedade industrial, é inequívoco que ele deve se submeter aos princípios que regem a propriedade, inclusive à observância da sua função social.

A função social da propriedade é prevista como direito fundamental no artigo 5º, inciso XXIII, da Constituição Federal, e constitui um dos princípios a serem observados pela ordem econômica, nos termos do artigo 170, inciso III, do texto constitucional.

---

<sup>14</sup> GHESTI, Grace Ferreira (coord.). Direito Marcário. Brasília: Centro de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico, Universidade de Brasília, 2016, p. 10.

Trata-se de verdadeira limitação ao direito de propriedade, a fim de que ela atenda ao interesse social e não somente a interesses particulares.

A marca, como elemento designativo e distintivo das empresas, possui, inegavelmente, uma função social importantíssima ao permitir não somente que as empresas identifiquem seus produtos e serviços de acordo com os seus interesses, mas também que os consumidores as conheçam, inclusive reconhecendo eventuais denúncias e críticas às suas atividades e práticas. A JBS, como a maior empresa de proteína animal do mundo, obviamente não está isenta de receber críticas incisivas sobre a sua atuação. Diante da verificação de práticas ambientalmente danosas, a sociedade civil exerce um importante papel de controle social das suas atividades empresariais, cabendo-lhe denunciar tais práticas. Nesse sentido, a marca também deve atender aos interesses coletivos, concretizando a sua função social.

**Não restam dúvidas, portanto, de que o emprego do nome e mesmo da logomarca da Autora em campanhas informativas está em conformidade com os limites legais e constitucionais que resguardam a liberdade de expressão e o direito de realizar críticas a práticas empresariais quanto à sua responsabilidade socioambiental.** O ordenamento jurídico brasileiro não tutela a marca, seja ela nominativa ou mista, de forma absoluta, permitindo o seu emprego em discursos e publicações, desde que não haja conotação comercial, nem prejuízo ao seu caráter distintivo.

Nesse sentido, aliás, a jurisprudência recente do E. Tribunal de Justiça de São Paulo:

**APELAÇÃO. OBRIGAÇÃO DE FAZER C.C. DANOS MORAIS. PUBLICIDADE. Inconformismo da autora contra improcedência dos pedidos. Pleito de reforma, para (i) obrigar as rés a cessarem e removerem qualquer denúncia, campanha ou comentário público relativo a si e a suas marcas em meios físicos e na Internet, assim como (i) condená-las a ressarcir danos morais, na monta de R\$ 100.000,00, e (ii) danos materiais, por atos de concorrência desleal. Alegação de que as campanhas produzidas e veiculadas pelas rés são abusivas e difamatórias, além de violarem sua marca ("S" de "Sadia"). Contrarrazões com preliminar de ilegitimidade passiva da segunda ré, agência de publicidade, rejeitada. Mérito. Campanha publicitária criada e veiculada pelas apeladas, associação civil de defesa de animais e agência de publicidade, em**

cartazes e redes sociais, além de abaixo-assinado, na qual não atribuem à apelante infração às normas vigentes, quanto aos cuidados com os animais e sanitários, mas lhe imputam a prática de condutas que, embora não sejam ilícitas, provocam sofrimento animal. Campanha contundente. Entretanto, ausência de abuso do direito de crítica, com extração dos limites constitucionais de liberdade de expressão, opinião e pensamento. Uso do signo distintivo da apelante ("S" de "Sadia") sem fim comercial ou prejuízo a seu caráter distintivo autorizado. Art. 132, IV, da Lei 9.279/96. Ausência de violação ou contrafação. Dano indenizável não verificado. Sentença confirmada por seus próprios fundamentos. Recurso não provido. [grifos nossos]

(TJSP; Apelação Cível 1109683-14.2021.8.26.0100; Relator (a): Schmitt Corrêa; Órgão Julgador: 3<sup>a</sup> Câmara de Direito Privado; Foro Regional IX - Vila Prudente - 4<sup>a</sup> Vara Cível; Data do Julgamento: 06/08/2024; Data de Registro: 06/08/2024)

No presente caso, a Ré limitou-se a direcionar críticas específicas e fundamentadas às práticas empresariais da Autora, sem gerar qualquer tipo de vantagem comercial para si. As ações narradas, além de estarem totalmente de acordo com as limitações legais, também veiculam informações essenciais para a garantia do direito à informação dos consumidores e a concretização da função social da propriedade, especificamente do direito de marca. Não houve qualquer tipo de excesso por parte da Ré que justifique a concessão dos pedidos formulados na inicial e a limitação da possibilidade de citação nominal da Ré, seja por meio da sua marca nominativa ou mista.

#### **IV.3. TENTATIVA DE SILENCIAMENTO DA RÉ, ADOÇÃO DE MEDIDAS ASSEDIADORAS E VIOLAÇÃO DO DIREITO FUNDAMENTAL DE LIBERDADE DE EXPRESSÃO**

Além de não se reconhecer violação ao direito de marca da Autora pelos motivos já expostos, fato é que a JBS tem adotado medidas processuais e extraprocessuais com a finalidade de calar as críticas formuladas pela Ré. Essa conduta viola frontalmente o direito fundamental à liberdade de expressão, previsto no artigo 5º, inciso IX, e reforçado pelo artigo 220 da Constituição Federal, que destacam a impossibilidade de

restrição e censura da veiculação e circulação de manifestações e informações, independentemente da forma de expressão, como bem destaca a doutrina especializada:

Incluem-se na liberdade de expressão faculdades diversas, como a de comunicação de pensamentos, de ideias, de informações, de críticas, que podem assumir modalidade não verbal (comportamental, musical, por imagem etc.). O grau de proteção que cada uma dessas formas de se exprimir recebe costuma variar, não obstante todas terem amparo na Lei Maior.<sup>15</sup>

Em primeiro lugar, quanto às alegações formuladas na inicial, faz-se necessário pontuar que **crítica não é difamação**. Conforme já destacado, todas as posições externadas pela Ré baseiam-se em estudos que apontam a íntima relação entre as atividades agropecuárias e as emissões de gases de efeito estufa que agravam a crise climática, resultando em desastres que incluem incêndios florestais e precipitações intensas. Também denunciam práticas da Autora que não se atentam adequadamente para o bem-estar animal e a proteção ambiental.

É evidente, portanto, que são descabidos os pedidos de exclusão de postagens na internet e retirada de cartazes, assim como de abstenção de realização de campanhas futuras sobre o tema, uma vez que se trata de manifestação absolutamente legítima e adequada diante dos direitos fundamentais ao meio ambiente ecologicamente equilibrado e à liberdade de expressão – que estão diretamente associados ao já mencionado direito de informação dos consumidores e da sociedade como um todo, aos quais deve ser franqueada a oportunidade de formar as suas convicções livremente:

O direito de receber informações verdadeiras é um direito de liberdade e caracteriza-se essencialmente por estar dirigido a todos os cidadãos, independentemente de raça, credo ou convicção político-filosófica, com a finalidade de fornecimento de subsídios para a formação de convicções relativas a assuntos públicos.<sup>16</sup>

<sup>15</sup> MENDES, Gilmar Ferreira; BRANCO, Paulo Gustavo Gonet. *Curso de Direito Constitucional*. São Paulo: Saraiva, 2017, 12<sup>a</sup> edição, p. 263.

<sup>16</sup> MORAES, Alexandre de. *Direito Constitucional*. Barueri: Atlas, 39<sup>a</sup> edição, 2023, p. 991.

Nesse sentido, a jurisprudência também destaca que não é cabível a restrição de denúncias e manifestações sobre as práticas de empresas, mesmo em caso de utilização do seu nome e das suas marcas, tendo em vista a necessária observância do direito constitucional de liberdade de expressão:

Agravo de instrumento. Ação de obrigação de fazer, cumulada com indenização por danos morais. **Tutela de urgência para o fim de inibir as recorridas na prática de qualquer denúncia, campanha ou comentário público envolvendo o nome da agravante e de suas marcas, associando-as a maus tratos de animais de criação, removendo-se, ainda, qualquer difusão envolvendo a mesma temática. Descabimento, na espécie, do deferimento da tutela de urgência pretendida, sob pena de ofensa ao direito constitucional da liberdade de expressão, opinião e pensamento.** Eventual abuso perpetrado pelas recorridas que deve ser objeto das sanções civis reparatórias, bem como da utilização de eventual direito de resposta. Inibição da propagação de conteúdo reservada apenas aos casos excepcionalíssimos. Precedentes desta Câmara em casos parelhos. DECISÃO PRESERVADA. AGRAVO DESPROVIDO. [grifos nossos]

(TJSP; Agravo de Instrumento 2266011-61.2021.8.26.0000; Relator (a): Donegá Morandini; Órgão Julgador: 3<sup>a</sup> Câmara de Direito Privado; Foro Central Cível - 1<sup>a</sup> VARA EMPRESARIAL E CONFLITOS DE ARBITRAGEM; Data do Julgamento: 24/05/2022; Data de Registro: 02/06/2022)

No entanto, não bastassem os pedidos estapafúrdios de censura formulados na presente ação judicial, a Autora também tem empregado esforços simultâneos para derrubar os sites da Ré por meio de denúncias falsas ao Amazon Web Services (AWS) (plataforma onde está sediado o site da organização) (docs. 7 a 9), em evidente intuito de silenciamento.

Embora o site “Vilões do Clima”, indicado na inicial como de autoria da Ré, limite-se a apresentar informações sobre a falta de comprometimento da Autora com a causa climática e a apresentar materiais para a mobilização daqueles interessados em se posicionar nesse sentido, já foram realizadas três denúncias com justificativas diversas e claramente falsas ao AWS.

Na primeira delas, de 30 de abril de 2025 (dia seguinte aos fatos descritos na presente demanda), uma pessoa identificada como funcionária da JBS, inclusive com

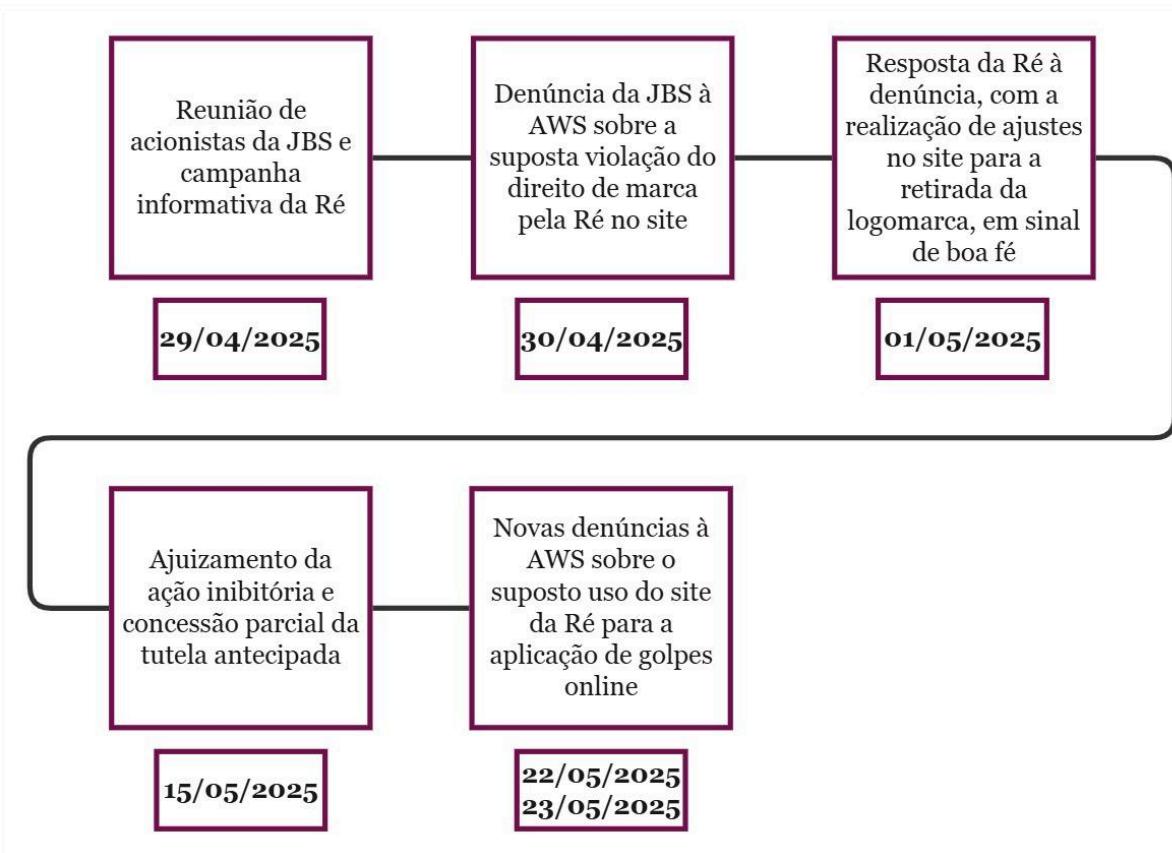
e-mail vinculado à empresa, denunciou a suposta publicação, hospedagem ou distribuição de conteúdo responsável por infringir marca registrada (doc. 7). A denúncia foi encaminhada à WAP BR que, ainda que entenda que não infringiu os direitos de marca da empresa, nos termos aqui descritos, realizou ajustes visuais no site, em sinal de boa fé, e ofereceu resposta à AWS nesse sentido (doc. 10).

No entanto, a empresa continuou com a sua campanha persecutória. Em primeiro lugar, ajuizou a presente demanda, trazendo ao Judiciário questão que já havia sido solucionada de forma extrajudicial.

Além disso, em 22 de maio, a Ré recebeu uma nova denúncia, desta vez devido à suposta realização de *phishing* (modalidade de fraude online para o roubo de informações pessoais ou financeiras). Segundo a notificação encaminhada pela AWS, a denúncia afirmou que o site estaria fingindo ser de um parceiro oficial da empresa Autora, oferecendo produtos e promoções não existentes, e, por isso, solicitou a remoção permanente do domínio online (doc. 8). Uma terceira denúncia foi realizada dias depois, em 25 de maio de 2025, com alegações similares, afirmando que o site estaria servindo como plataforma para golpes online (doc. 9).

**Evidentemente, trata-se de afirmações absolutamente falsas, tendo em vista que, conforme se vê nas imagens juntadas pela própria Autora na petição inicial, o site, em momento algum, indicou ou deu a entender que era de um parceiro da JBS. Ao contrário, a plataforma deixa bem claro que se trata de iniciativa de denúncia pública das práticas da empresa e dos seus graves impactos socioambientais diretos e indiretos.**

Note-se, Excelência, que nos dias nos quais as últimas duas denúncias foram realizadas a presente ação já havia sido ajuizada e a tutela antecipada já havia sido parcialmente deferida. Fica claro, portanto, que, ao não conseguir obter a censura que desejava – seja pela mobilização da AWS, seja por meio da provocação deste d. Juízo –, a empresa passou a assediar a Ré por meio de denúncias caluniosas que têm como objetivo tirar o site do ar, em evidente violação ao direito fundamental à liberdade de expressão.



Diante de todo o exposto, é evidente que os pedidos de retirada e proibição de publicação e afixação futura de posts e cartazes mencionando a JBS nas campanhas informativas da Ré devem ser julgados totalmente improcedentes. A concessão de tais pedidos infringiria frontalmente a liberdade de expressão garantida pela Constituição Federal.

## V. CONCLUSÃO

As sucessivas e infundadas alegações da Autora violam uma série de direitos fundamentais e beiram a litigância de má fé e, portanto, devem ser prontamente rechaçadas por este Juízo. Assim, por todo o exposto, requer-se, preliminarmente, que seja **reconhecida a inépcia da inicial** por inexistir construção clara da causa de pedir, de modo a configurar o cerceamento de defesa da Ré, nos termos do artigo 485, I, e 330, I e §1º, I, ambos do Código de Processo Civil.



Caso não seja acolhida a tese preliminar, requer-se que, no mérito, a ação seja julgada **totalmente improcedente**, reformando-se a decisão que concedeu a tutela antecipada, em vista da ausência de qualquer ato de violação aos imóveis da Autora por parte da Ré, bem como da inexistência de violação ao direito de marca no caso em tela, sob pena de restrição injustificável ao direito fundamental à liberdade de expressão e manifestação da Ré, do princípio da função social da propriedade e do direito de informação do cidadão consumidor.

Protesta provar o alegado por todos os meios de prova admitidos no direito.

Termos em que pede deferimento

São Paulo, 18 de junho de 2025

**VIVIAN M. FERREIRA**  
**OAB/SP nº 313.405**

**RAQUEL FRAZÃO ROSNER**  
**OAB/SP nº 464.689**