



## Venda do produtos falsos com marcas de futebol não gera dano moral

A comercialização de pares de tênis, agasalhos e bonés estampados com a marca oficial de clube de futebol sem autorização configura dano material em virtude do prejuízo econômico-financeiro que a prática acarreta. O dano moral, no entanto, não existe. Para a 3ª Turma do Superior Tribunal de Justiça, não se pode presumir que a venda de produtos com a imagem de time fira sua imagem. Assim, a turma rejeitou Recurso Especial do Grêmio Football Porto Alegrense, que pediu indenização por dano moral à confecção Beneduzi e Jachetti Ltda.

Inconformado com a comercialização dos adereços, o Grêmio ajuizou Ação Cautelar de Busca e Apreensão para proibir a confecção de vender produtos contendo a logomarca do time e apreender o material que se encontrasse nessas condições. O clube pediu também indenização por danos materiais e morais.

De acordo com o Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, a indenização por danos morais não procede, pois “é indispensável para o acolhimento do pleito reparatório por dano moral prova contundente do prejuízo imaterial, o que não ocorreu”.

No recurso apresentado pelo Grêmio ao STJ, argumentou-se que a falsificação é responsável por grandes prejuízos ao setor privado e ao fisco, sendo amplamente combatida. Por isso, a venda de produtos falsificados abala a reputação do clube. Assim, o dano moral sofrido se torna evidente. Nas palavras do clube, “os clientes credenciados, autorizados a usar a marca do Grêmio, sofrem a concorrência desleal e responsabilizam a entidade por eventual inércia e permissividade com relação à venda desses produtos falsificados. Nenhuma pessoa continuará a comprar os produtos da recorrente, pagando elevados preços em razão da alta tecnologia, qualidade e marketing nestes aplicativos, caso existam no mercado produtos praticamente idênticos, de baixa qualidade, vendidos a preços irrisórios”.

O ministro Sidnei Beneti, relator do processo, não aceitou os argumentos. Segundo ele, as alegações não levam a concluir que o torcedor e até mesmo o público em geral associem a marca do clube a produtos mal-acabados. “O dano à imagem pode, sim, ser indenizado, mas não foram comprovados prejuízos imateriais no caso concreto. A aposição de sua marca nesses produtos, quando hipoteticamente de má qualidade, não induz o consumidor a pensar que o Grêmio Football Porto Alegrense produz material ruim, desmerecedor de respeito”, declarou. A negação de provimento ao Recurso Especial do Grêmio foi acompanhada por todos os ministros da Turma. *Com informações da Assessoria de Comunicação do STJ*

### Date Created

19/08/2010