

Divulgação de pesquisa de gosto de leitores não gera indenização

Um jornal que divulga pesquisa de preferência dos leitores não deve indenizar concorrente que ficou abaixo dele no levantamento. Com esse entendimento, a 3ª Turma do Superior Tribunal de Justiça negou recurso de um jornal do interior de Santa Catarina que reclamou por ter aparecido em terceiro lugar no gosto dos leitores em pesquisa publicada por outro veículo da região, que ficou em primeiro no estudo.

A editora jornalística que ajuizou a ação sustentou não ter autorizado a menção ao seu nome, muito menos a divulgação do desempenho que lhe foi atribuído na pesquisa. Disse que o concorrente teria ofendido seus direitos de personalidade, praticando concorrência desleal e publicidade comparativa, o que seria proibido.

O ministro Villas Bôas Cueva, relator do caso no STJ, disse que não há norma expressa que vede a modalidade comparativa de publicidade, o que revela sua aceitação pelo ordenamento jurídico brasileiro. No entanto, apontou, isso não isenta o responsável por esse tipo de propaganda da obrigação de observar as regras relativas à proteção dos direitos do consumidor e da propriedade intelectual.

Cueva lembrou que o direito ao nome é parte dos direitos de personalidade, também aplicável às pessoas jurídicas. No caso da publicidade comparativa, a jurisprudência do STJ veda a propaganda enganosa ou abusiva, isto é, aquela que denigre a imagem do concorrente ou gera confusão entre os produtos ou serviços comparados; configura hipótese de concorrência desleal; ou que peca pela subjetividade ou pela falsidade das informações.

No caso julgado, porém, o relator constatou que a divulgação do resultado da pesquisa de opinião foi objetiva, ainda que movida pela intenção de tornar pública a apontada predileção dos leitores do município pelo veículo divulgador frente aos seus concorrentes.

“Não constituiu hipótese de concorrência desleal de que trata o artigo 195 da Lei 9.279/96 e, pela forma como foi promovida em concreto, além de não ter ofendido nenhum direito de personalidade da pessoa jurídica recorrente, também não assumiu natureza de propaganda comercial, pelo que não há falar em dano moral indenizável”, concluiu o ministro. *Com informações da Assessoria de Imprensa do STJ.*

Clique [aqui](#) para ler a decisão.

REsp 1.481.124

Date Created

29/04/2015