



Indenização por publicidade comparativa exige prova do prejuízo

Nos casos de excesso em publicidade comparativa, não é possível conceder a reparação a partir de dano presumido, sendo necessário comprovar os prejuízos sofridos. Com esse entendimento, a 3ª Turma do Superior Tribunal de Justiça, por maioria, negou provimento ao recurso de uma fabricante de automóveis.

A empresa afirmou na ação que a indenização por danos materiais era devida porque a propaganda de uma concorrente, ao fazer comparações entre os modelos, teria causado prejuízos a sua imagem. Alegou que a simples violação do direito sobre a marca acarreta ao ofensor o dever de indenizar, independentemente da comprovação específica e material dos prejuízos.

O autor do voto condutor, ministro Marco Aurélio Bellizze, explicou que não se trata de situação que, em tese, possibilitaria a condenação em danos materiais presumidos, mas, sim, de publicidade comparativa. “Em relação aos danos materiais, caberia à recorrente comprová-los, não se tratando de dano material *in re ipsa*”, justificou.

O juízo de origem condenou a agência de publicidade e a fabricante de veículos a indenizar a concorrente em R\$ 200 mil por danos morais alegando que foi comprovado o uso indevido de marca. Esse valor foi aumentado pelo Tribunal de Justiça de São Paulo para R\$ 1 milhão. A condenação incluiu a retirada dos comerciais da internet e da televisão. Entretanto, não houve condenação por danos materiais.

A relatora do caso, ministra Nancy Andrighi, votou para dar provimento ao recurso e condenar a empresa ofensora ao pagamento de danos patrimoniais em montante a ser apurado em liquidação de sentença, mas ficou vencida. *Com informações da Assessoria de Imprensa do STJ.*

Clique [aqui](#) para ler o acórdão.

REsp 1.676.750

Autores: Redação ConJur