

## William Koga: Moral clause em contratos empresariais

Casos polêmicos envolvendo figuras públicas, indivíduos com projeção social ou esportistas geralmente são acompanhados de discussões sobre a rescisão de seus contratos de apoio ou de patrocínio, caso existentes, com fundamento em violação de *moral clause* (cláusula moral). Nesse tipo de parceria entre uma marca e uma pessoa influente, o objetivo é criar uma associação positiva de imagens, buscando o determinado público.



Quando o patrocinado revela um comportamento reprovável,

que possa contaminar a marca do patrocinador, o remédio é a dissociação das imagens, por meio de rescisão contratual, orientada a preservar o contratante.

A cláusula moral é utilizada desde a década de 1920 em contratos hollywoodianos que tinham por objetivo proteger as produtoras de cinema (e suas bilheterias) de escândalos *offstage* em que os artistas eventualmente pudessem se envolver. O dispositivo garante que uma parte possa, unilateralmente, encerrar a relação contratual e adotar medidas punitivas contra a outra parte, quando verificado comportamento ou conduta reprováveis do patrocinado que possam impactar negativamente na sua própria imagem pública e, por associação, na do patrocinador.

Cláusulas dessa natureza, quando demasiadamente amplas, podem dar espaço a arbitrariedades. Por isso, é recomendável que o contrato disponha sobre obrigação de comprovação de quebra da cláusula moral e demonstração de prejuízo, realizado ou potencial, decorrente do comportamento subjetivo da outra parte. Ressaltando que a *moral clause* pode prever muito mais do que o rigoroso cumprimento das leis, podendo disciplinar a abstenção da prática de atos que possam insultar ou ofender a comunidade, a moral pública e a decência. Adicionalmente, as partes, no exercício da autonomia da vontade contratual, podem determinar o momento em que estará configurada a violação da cláusula moral (por exemplo, no indiciamento de um crime, e não necessariamente após uma condenação judicial).

A redação contratual deve procurar restringir o objeto a fatos supervenientes e imprevisíveis, já que não parece ser adequado alegar a quebra de uma cláusula moral quando a parte apenas replica um comportamento polêmico (porém lícito) que já apresentava antes da celebração do contrato.



Transportando essa dinâmica para o âmbito dos contratos empresariais, a cláusula moral (comum em contratos publicitários e esportivos, e não tão usual nos demais contratos comerciais) pode funcionar como mecanismo adicional de manutenção do equilíbrio pactual, especialmente em relações de cooperação e associação, nas quais a atuação conjunta das partes, por vezes, caracteriza-se como elemento de valorização do empreendimento comum e enraíza a própria motivação contratual.

A interpretação judicial do clausulado de contratos empresariais exige cuidado extra para que seja preservada a racionalidade econômica do acordo. Isso porque, exceto se expressamente estabelecido, se a relação econômica permanecer intacta e equilibrada, a conduta moralmente reprovável de uma parte não é suficiente para requerer a renegociação ou encerramento de um contrato empresarial. Por exemplo, no caso de operações de compra e venda de mercadorias perfeitamente entregues, nas quais a relação comercial não é abalada por questões reputacionais do vendedor ou do comprador. Essa é uma diferença em relação aos contratos de patrocínio, nos quais a *moral clause* pode ser considerada implícita ao contrato por afetar diretamente o seu objeto.

Na análise de situações que não estejam expressamente disciplinadas pela cláusula moral de contratos empresariais, o elemento da imprevisibilidade e a identificação da conduta padrão das partes são ainda mais relevantes, pelo pressuposto de que os agentes econômicos são "ativos e probos", o que autoriza a uma parte supor que a outra tomou as medidas cabíveis para a celebração do contrato, incluindo, por exemplo, a realização de uma auditoria prévia.

Em situações específicas, ainda, pode ser reconhecida obrigação de reparação por danos materiais e morais causados à parte lesionada. Sabe-se que as pessoas jurídicas (*e.g.* empresas) não possuem direitos de personalidade, sendo pacífico, todavia, o entendimento de que elas podem sofrer dano moral (Súmula nº 227 do Superior Tribunal de Justiça), desde que comprovado prejuízo à sua imagem e ao bom nome comercial. É o que a doutrina chama de violação da honra objetiva.

Em suma, a cláusula moral é implícita em contratos de patrocínio, em decorrência dos princípios de boa-fé e justiça contratual. Contudo, nos contratos empresariais há nuances a serem consideradas, exigindo-se que a *moral clause* seja expressa e bem definida, calçada no princípio da autonomia da vontade, permitindo a clara identificação das hipóteses de violação da conduta esperada e as consequências em caso de quebra contratual, seja renegociação, compensação ou resolução do contrato.

#### **Date Created**

29/10/2020