

## Dano material por propaganda comparativa depende de comprovação

O dano material sofrido pela marca que é alvo de propaganda comparativa ofensiva por uma de suas concorrentes não pode ser presumido. Em vez disso, é necessária comprovação mínima de que a peça publicitária prejudicou suas vendas.

Com esse entendimento e por maioria de votos, a 4ª Turma do Superior Tribunal de Justiça negou provimento ao recurso especial da Toyota, que ajuizou ação para responsabilizar a Nissan por uma propaganda que comparava picapes de ambas as marcas.

Lucas Pricken



Para o ministro Raul Araújo, caberia à Toyota comprovar que teve queda nas vendas após propaganda da Nissan  
Lucas Pricken

O Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro entendeu que houve propaganda comparativa ofensiva, por apontar e identificar um produto concorrente por suas qualidades deficientes. A corte reconheceu a ocorrência de dano moral, mas afastou o dano material, por falta de comprovação.

Relator do caso, o ministro Luis Felipe Salomão reconheceu monocraticamente o dano material devido ao uso indevido da marca concorrente. Considerou que a própria violação do direito seria suficiente para gerar lesão à atividade empresarial da Toyota. A Nissan recorreu.

Atual ocupante da cadeira na 4ª Turma, o ministro João Otávio de Noronha manteve a posição no julgamento colegiado. Apontou que a propaganda comparativa ofensiva causou violação do direito de marca, o que causa dano material presumido.

Abriu a divergência vencedora o ministro Raul Araújo, para quem a lei não autoriza a presunção do dano material no caso de propaganda comparativa ofensiva. Essa previsão legal se refere apenas ao caso de violação de marca, conforme a Lei de Propriedade Industrial.

No caso concreto, não há confusão entre as marcas. Ao contrário: a Nissan identifica e distingue bem seu produto em relação aos concorrentes, até para poder fazer a comparação. Assim, o consumidor não é



induzido a confundir uma marca por outra.

"Caberia à recorrente, ora agravada, na verdade, ter demonstrado, através de estatísticas e de outros dados comprobatórios mínimos, ter ocorrido alguma queda nas vendas dos veículos de sua fabricação em razão da aludida propaganda comparativa", afirmou o ministro Raul Araújo.

Formaram a maioria com ele os ministros Maria Isabel Gallotti, Antonio Carlos Ferreira e Marco Buzzi.

Clique [aqui](#) para ler o acórdão  
**REsp 1.770.411**