

Juiz condena shopping por usar grife sem autorização

Frederico Vasconcelos

Propaganda do Cidade Jardim, em São Paulo, trazia roupas da Max Mara

Se for confirmada após recurso, decisão abrirá precedente em casos de direito de imagem em moda e publicidade

O shopping center Cidade Jardim, luxuoso centro de compras na zona sul de São Paulo, foi condenado a indenizar a empresa AMW Comercial Ltda., representante da marca italiana de vestuário feminino Max Mara.

A causa foi o uso sem autorização de peças daquela grife em campanha publicitária para o Dia das Mães em 2009. A decisão - da qual cabe recurso - é inédita e pode abrir precedente para os mercados publicitário e de moda.

O juiz Régis Rodrigo Bonvicino, da 1ª Vara Cível de Pinheiros, decidiu que peças de vestuário são protegidas pelo direito de imagem e pelo direito autoral.

Bonvicino determinou que o shopping pague R\$ 102 mil a título de danos morais e, por danos materiais, o valor da veiculação e da produção dos anúncios (cálculo a ser fornecido em 48 horas pela AMW, cujo valor deve ser depositado em juízo pelo shopping no prazo de cinco dias).

Ao fixar os danos, o juiz considerou que o shopping "é o mais caro da cidade de São Paulo e um dos mais caros do Brasil" e que ele "se utilizou das peças para incrementar seu comércio às vésperas do Dia das Mães".

ARGUMENTOS

A AMW alegou que as peças da nova coleção haviam sido cedidas gratuitamente à agência de publicidade L'Officiel para divulgação na revista "Vogue". E que se surpreendeu ao ver as roupas em anúncios do shopping veiculados na Folha, no "Estado de S. Paulo" e nas revistas "Veja" e "Caras" às vésperas do Dia das Mães.

Antes de entrar com a ação, a AMW notificara o shopping, para suspender a campanha e reparar os danos pelo uso das peças. O shopping afirmou que não violou o direito de propriedade, pois a marca não fora identificada no anúncio.

Alegou ainda que não houve prejuízo de imagem à marca Max Mara, diante do "elevado nível e excelente conceito" do shopping perante o público em geral.

A AMW sustentou que as peças foram entregues com etiquetas Max Mara e que os modelos "retornaram sem as respectivas identificações".

No processo, o shopping não informa o nome da "pessoa da equipe de produção que cedeu a referida peça graciosamente e sem qualquer interesse comercial".

Para o juiz, "o próprio réu admite que a autora [AMW] é proprietária das peças". Bonvicino entendeu que o shopping center, ao não pagar os "copyrights", obteve enriquecimento ilícito.

O advogado da AMW, Luiz Roberto de Arruda Sampaio, disse que os tribunais ainda não firmaram posição sobre o direito de imagem e o direito autoral no ramo porque "somente nos últimos dez anos o universo da moda foi enfatizado no país", com as semanas de moda e a vinda de grifes internacionais.

Não há violação de direito autoral, diz advogado

O shopping center Cidade Jardim sustentou, em sua defesa na ação de indenização de autoria da AMW, que não violou direito autoral e que "jamais soube tratar-se de roupas da marca Max Mara, pois as recebeu sem qualquer identificação".

Segundo a assessoria do shopping, "o problema é de responsabilidade da agência de publicidade que atende a conta".

O advogado Durval Amaral Santos Pace argumentou que a AMW não comprovou ter sofrido dano - nem que eram suas as roupas utilizadas na campanha.

A defesa afirmou que a estampa de uma das peças, conhecida como "pied-de-poule [em forma de pé de galinha]", é muito comum no mundo da moda.

"Se as roupas traziam características comuns, sem possibilidade de identificação da marca, não há como afirmar ilicitude", sustentou o shopping ao contestar as acusações no processo.

Fonte: Folha de S. Paulo, São Paulo, 30 set. 2010, Mercado, p. B5.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais