



# Ambev se livra de indenizar Schin por oferecer “A Boa”

08/04/2007

O objetivo da publicidade é mobilizar o imaginário do consumidor, a fim de tornar o produto desejado. Ela pretende atingir a mente de quem pode comprar o produto anunciado e fazer com que seja o primeiro a ser lembrado. Assim, não se pode confundir habilidade para vender com propaganda enganosa. Esta última só acontece quando induz o consumidor a erro. O fato de alguém dizer que seu produto é melhor do que o do concorrente não pode ser caracterizado como meio fraudulento.

Esta foi a tese que levou o Tribunal de Justiça de São Paulo a tentar por um ponto final em mais um capítulo da guerra publicitária entre as cervejarias. Dessa vez a polêmica envolvia a Schincariol — fabricante da Nova Schin — e a Ambev — dona das marcas Antarctica, Brahma, Skol e Bohemia. A Schincariol reclamava indenização, por danos morais, alegando que seu produto era vítima de propaganda pejorativa e degradante.

A briga começou em setembro de 2003, quando a Schincariol lançou um convite ao consumidor com o seu “Experimenta”. A idéia que nasceu de uma estratégia conduzida pelo publicitário Eduardo Fischer elevou as vendas da Nova Schin em 50% nos três primeiros meses. O contra-ataque veio logo em seguida com a Ambev lançando a peça publicitária “A Boa”, criada pelo grupo capitaneado por Marcello Serpa da agência Almap BBDO.

A publicidade que terminou na pauta do tribunal paulista era apresentada pela atriz Juliana Paes, pelo cantor Dudu Nobre e pelo humorista Bussunda. A Schincariol alega que é vítima de concorrência desleal e pede indenização, pelos danos morais sofridos por conta da peça publicitária. Para a Schincariol, a publicidade da concorrente pode ser caracterizada como propaganda enganosa, porque passaria ao consumidor a idéia de que a Antarctica é a única cerveja boa e que a Nova Schin é ruim.

A ação foi proposta à 6ª Vara Cível Central da Capital e foi julgada improcedente por sentença assinada pela juíza Fernanda de Carvalho Queiroz. A Schincariol entrou com recurso onde pediu a inversão do julgamento na 3ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça. O relator, desembargador Donegá Morandini, entendeu que a peça publicitária não fere direito nem traduz concorrência desleal. Para ele, a Antarctica fez apenas a propaganda comparativa, o que não fere a lei, e destacou as qualidades de sua cerveja.

O revisor, Beretta da Silveira, destacou que a publicidade comparativa não é proibida no país, desde que respeite algumas regras, entre elas a de não causar dano à imagem do outro produto. “A propaganda comparativa somente se mostra enganosa ou falsa, de molde a configurar concorrência desleal, quando fornecer informações incorretas ou difamar os concorrentes intencionalmente”, afirmou Beretta da Silveira.



Para a turma julgadora, que teve também a participação do desembargador Adilson de Andrade, esse tipo de publicidade acaba sendo um instrumento que ajuda o consumidor na hora de escolher. No entendimento dos três julgadores, com a peça publicitária, a Ambev não usou de nenhum meio fraudulento, para desviar em proveito próprio, a clientela de sua concorrente.

Mesmo sabendo que há poucas chances de reverter a situação a Schincariol entrou com Embargos de Declaração contra a decisão. A briga entre as cervejarias já tem novo capítulo e novo mote. A própria Antarctica até já mudou o tema de seus comerciais. Agora é o “Bar da Boa”, comandado pela garota propaganda Juliana Paes. As peças publicitárias até já voltaram a mexer com um novo tema, motivo de críticas e de reclamações: o apelo sexual.

Numa das peças, a atriz ameaça botar para fora os clientes que batem os pés para que ela outra vez rebole e balance os seios. Em resposta a ameaça eles pedem: “bota, bota”. Quando ela se vira, eles reagem: “balançou de novo”, numa referência aos seios de Juliana Paes.

Fonte: [https://conjur.jumps.com.br/2007-abr-08/ambev\\_livra\\_indenizar\\_schin\\_oferecer\\_boa/](https://conjur.jumps.com.br/2007-abr-08/ambev_livra_indenizar_schin_oferecer_boa/)