



SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 2438750 - PR (2023/0266563-3)

RELATOR : MINISTRO RAUL ARAÚJO
AGRAVANTE : IRMAOS MUFFATO S.A
ADVOGADO : ALAN CARLOS ORDAKOVSKI - PR030250
AGRAVADO : CONDOR SUPER CENTER LTDA
ADVOGADO : MARCUS VINICIUS CABULON - PR038226

EMENTA

DIREITO EMPRESARIAL E DO CONSUMIDOR. AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. PUBLICIDADE COMPARATIVA. CONCORRÊNCIA DESLEAL. PROPAGANDA ENGANOSA. RECURSO DESPROVIDO.

1. O Tribunal de origem concluiu pela licitude da publicidade comparativa, considerando que a menção à marca da concorrente não denegriu sua imagem, não causou confusão entre consumidores e não configurou desvio fraudulento de clientela.
2. A publicidade comparativa é permitida, desde que respeite os princípios da veracidade, objetividade e não seja abusiva ou depreciativa, conforme entendimento consolidado do STJ.
3. Para caracterizar concorrência desleal ou propaganda enganosa, seria necessário o reexame de fatos e provas, o que é vedado em sede de recurso especial, conforme a Súmula 7/STJ.
4. Ausência de prequestionamento dos dispositivos legais apontados pela recorrente, conforme os óbices das Súmulas 282 e 356 do STF.
5. Não configuração do prequestionamento ficto, pois não houve indicação de violação ao art. 1.022 do CPC/2015 no recurso especial.
6. Revisão do acórdão recorrido encontra barreira na Súmula 7/STJ, por estar fundamentado em provas e fatos do processo.
7. Agravo conhecido para negar provimento ao recurso especial.

ACÓRDÃO

Vistos e relatados estes autos em que são partes as acima indicadas, acordam os Ministros da QUARTA TURMA do Superior Tribunal de Justiça, em Sessão Virtual de 09/12/2025 a 16/12/2025, por unanimidade, negar provimento ao recurso, nos termos do voto do Sr. Ministro Relator.

Os Srs. Ministros Maria Isabel Gallotti, Antonio Carlos Ferreira, Marco Buzzi e João Otávio de Noronha votaram com o Sr. Ministro Relator.

Presidiu o julgamento o Sr. Ministro João Otávio de Noronha.

Brasília, 17 de dezembro de 2025.

Ministro RAUL ARAÚJO
Relator



SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 2438750 - PR (2023/0266563-3)

RELATOR : **MINISTRO RAUL ARAÚJO**
AGRAVANTE : IRMAOS MUFFATO S.A
ADVOGADO : ALAN CARLOS ORDAKOVSKI - PR030250
AGRAVADO : CONDOR SUPER CENTER LTDA
ADVOGADO : MARCUS VINICIUS CABULON - PR038226

EMENTA

DIREITO EMPRESARIAL E DO CONSUMIDOR. AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. PUBLICIDADE COMPARATIVA. CONCORRÊNCIA DESLEAL. PROPAGANDA ENGANOSA. RECURSO DESPROVIDO.

1. O Tribunal de origem concluiu pela licitude da publicidade comparativa, considerando que a menção à marca da concorrente não denegriu sua imagem, não causou confusão entre consumidores e não configurou desvio fraudulento de clientela.
2. A publicidade comparativa é permitida, desde que respeite os princípios da veracidade, objetividade e não seja abusiva ou depreciativa, conforme entendimento consolidado do STJ.
3. Para caracterizar concorrência desleal ou propaganda enganosa, seria necessário o reexame de fatos e provas, o que é vedado em sede de recurso especial, conforme a Súmula 7/STJ.
4. Ausência de prequestionamento dos dispositivos legais apontados pela recorrente, conforme os óbices das Súmulas 282 e 356 do STF.
5. Não configuração do prequestionamento ficto, pois não houve indicação de violação ao art. 1.022 do CPC/2015 no recurso especial.
6. Revisão do acórdão recorrido encontra barreira na Súmula 7/STJ, por estar fundamentado em provas e fatos do processo.
7. Agravo conhecido para negar provimento ao recurso especial.

RELATÓRIO

Trata-se de agravo em recurso especial interposto por IRMÃOS MUFFATO S.A. contra decisão que inadmitiu seu recurso especial, fundamentado no artigo 105, inciso III, alíneas “a” e “c”, da Constituição Federal, contra acórdão proferido pelo eg. Tribunal de Justiça do Estado do Paraná, assim ementado (e-STJ, fls. 651):

"AÇÃO DE ABSTENÇÃO DE USO DE MARCA CUMULADA COM INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS E PEDIDO DE TUTELA ANTECIPADA. RECURSO DE IRMÃOS MUFFATO & CIA. LTDA. JULGAMENTO ANTECIPADO DA LIDE. PRELIMINAR DE CERCEAMENTO DE DEFESA POR INDEFERIMENTO DE PRODUÇÃO DE PROVAS. CERCEAMENTO NÃO CONFIGURADO – CONJUNTO PROBATÓRIO SUFICIENTE PARA FORMAR A CONVICÇÃO DO MAGISTRADO ACERCA DA MATÉRIA DISCUTIDA NOS AUTOS – LIVRE CONVENCIMENTO MOTIVADO. PROVA DOCUMENTAL NECESSÁRIA JÁ JUNTADA AOS AUTOS. MATERIAL PROBATÓRIO SUFICIENTE. PEDIDO DE REFORMA DA SENTENÇA A FIM DE RECONHECER A PRÁTICA DE CONCORRÊNCIA DESLEAL. IMPROCEDÊNCIA. PROPAGANDA VEICULADA PELA RÉ QUE NÃO ATENTA CONTRA A MARCA DA AUTORA. ALEGAÇÃO DE USO INDEVIDO DE MARCA. AUSÊNCIA DE VEDAÇÃO LEGAL. PONDERAÇÃO ENTRE OS INTERESSES DO TITULAR DA MARCA COMPARADA E OS DO PÚBLICO CONSUMIDOR. RECURSO CONHECIDO E NÃO PROVIDO. COM MAJORAÇÃO DOS HONORÁRIOS RECURSAIS EM 2%, SOBRE O VALOR DADO À CAUSA, NA FORMA DO ARTIGO 85, PARÁGRAFO 11, DO CPC. RECURSO ADESIVO DE CONDOR SUPER CENTER LTDA. PEDIDO DE MAJORAÇÃO DE HONORÁRIOS. HONORÁRIOS MAJORADOS, COM BASE NO ART. 85, § 2º DO CÓDIGO DE PROCESSO CIVIL, À RAZÃO DE 10% SOBRE O VALOR DADO À CAUSA E NÃO COMO ARBITRADO NA SENTENÇA. RECURSO ADESIVO CONHECIDO E PROVIDO."

Os embargos de declaração opostos por IRMÃOS MUFFATO & CIA. LTDA foram rejeitados (e-STJ, fls. 701-708).

Em seu recurso especial, o recorrente alega violação dos seguintes dispositivos da legislação federal, com as respectivas teses:

(i) arts. 11, 12, 17, 20, 186, 187, 188, parágrafo único, e 927, parágrafo único, do Código Civil, pois teria havido uso não autorizado do nome/marca da pessoa jurídica em peça publicitária com fins comerciais, gerando dano à honra objetiva e configurando ato ilícito e abuso de direito, com dever de reparar.

(ii) art. 195, incisos III, IV e V, da Lei 9.279/1996 (Lei de Propriedade Industrial), além dos arts. 129, 130, 131 e 132 da mesma lei, porque a campanha teria empregado meio fraudulento para desvio de clientela, usado indevidamente nome comercial alheio e sinal de propaganda, causando confusão e concorrência desleal, sem autorização do titular da marca.

(iii) arts. 36, parágrafo único, 37, §§ 1º-3º, e 38 do Código de Defesa do Consumidor, visto que a “cobertura de preços” seria publicidade enganosa por omissão, sem objetividade ou comprovação, transferindo indevidamente ao consumidor o ônus da prova da veracidade e induzindo-o em erro.

(iv) art. 32, alíneas “b”, “c”, “d”, “f”, “g” e “h”, do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, pois a oferta genérica de “cobertura” não seria publicidade comparativa válida, por faltar objetividade, possibilidade de comprovação e indicação clara de produtos comparados, além de potencialmente denegrir e utilizar injustificadamente a imagem de terceiro.

Foram apresentadas contrarrazões (e-STJ, fls. 790-803).

O recurso especial foi inadmitido na origem, dando ensejo à interposição do presente agravo.

É o relatório. Decido.

VOTO

Síntese fática.

Extraí-se dos autos que, na origem, IRMÃOS MUFFATO & CIA. LTDA. ajuizou ação de obrigação de não fazer cumulada com pedido de tutela de urgência e perdas e danos em face de CONDOR SUPER CENTER LTDA., alegando que a ré veiculou publicidade direcionada prometendo “cobrir todas as ofertas anunciadas pelo Max Atacadista”, com uso indevido do nome empresarial e da marca da autora, configurando concorrência desleal e propaganda enganosa, com desvio de clientela. Requereu abstenção do uso do nome e da marca, multa diária, e indenização por danos morais de R\$ 100.000,00, fundamentando-se, entre outros, nos arts. 16, 17, 18, 52, 186, 927 e 402 do Código Civil, nos arts. 130, 131, 132 e 195 da Lei de Propriedade Industrial, no art. 170, IV, da Constituição Federal e no art. 294 do Código de Processo Civil.

A sentença julgou improcedentes os pedidos, ao reconhecer a licitude da publicidade comparativa, assentando inexistir denegrimento à marca ou nome empresarial da autora, nem prática de concorrência desleal ou propaganda enganosa, e extinguiu o processo com resolução de mérito, com base no art. 487, I, do Código de Processo Civil, condenando a autora ao pagamento de custas e honorários fixados em R\$ 5.000,00 (e-STJ, fls. 469-473).

No acórdão, o Tribunal de Justiça do Estado do Paraná manteve a improcedência, rejeitou a preliminar de cerceamento de defesa, afirmou que o material probatório era suficiente e confirmou a licitude da publicidade comparativa, ponderando os interesses do consumidor e do titular da marca. Negou provimento à apelação da autora, majorou honorários recursais em 2% e, no recurso adesivo do réu, fixou os honorários de sucumbência em 10% sobre o valor da causa (e-STJ, fls. 651-668).

Da admissibilidade

De início, verifico que o agravo em recurso especial impugnou devidamente os fundamentos da decisão de inadmissibilidade, razão pela qual afasto o óbice da Súmula 182/STJ e passo ao exame do recurso especial.

Da ausência de prequestionamento

A parte recorrente aponta violação aos arts. 11, 12, 17, 20, 186, 187, 188, parágrafo único, e 927, parágrafo único, do Código Civil, sob a tese de que o uso não autorizado de sua marca configurou ato ilícito e abuso de direito, gerando dever de indenizar. Alega, ainda, ofensa ao

art. 38 do Código de Defesa do Consumidor, por suposta inversão indevida do ônus da prova da veracidade da publicidade.

Ocorre que o Tribunal de origem não analisou a controvérsia sob o enfoque dos referidos dispositivos legais. O acórdão recorrido fundamentou a licitude da publicidade com base nas normas de propriedade industrial, concorrência e defesa do consumidor (arts. 36 e 37 do CDC), sem emitir juízo de valor sobre a configuração de ato ilícito nos termos gerais do Código Civil ou sobre a distribuição do ônus probatório do art. 38 do CDC.

Dessa forma, ausente o indispensável prequestionamento, requisito viabilizador do acesso à instância especial, incidem, por analogia, os óbices das Súmulas 282 e 356 do Supremo Tribunal Federal. Nesse sentido:

"PROCESSUAL CIVIL. AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. DECISÃO DA PRESIDÊNCIA. SÚMULA 182/STJ. INAPLICABILIDADE. RECONSIDERAÇÃO. CUMPRIMENTO DE SENTENÇA. AGRAVO DE INSTRUMENTO. AUSÊNCIA DE NEGATIVA DE PRESTAÇÃO JURISDICIONAL. PRECLUSÃO CONSUMATIVA. NÃO CONFIGURAÇÃO. REDISCUSSÃO DA MATÉRIA. INVIABILIDADE. SÚMULA 7/STJ. AUSÊNCIA DE PREQUESTIONAMENTO. SÚMULAS 282 E 356/STF. AGRAVO INTERNO PROVIDO. RECURSO ESPECIAL DESPROVIDO.

(...)

4. A Corte local não se pronunciou sobre a tese de julgamento citra petita, não se configurando o prequestionamento da matéria, a qual nem sequer foi suscitada nos embargos de declaração opostos na origem. Incidência, por analogia, das Súmulas 282 E 356/STF.

5. Agravo interno provido para conhecer do agravo e negar provimento ao recurso especial."

(AgInt no AREsp n. 2.652.215/DF, Relator **Ministro Raul Araújo**, Quarta Turma, julgado em 17/2/2025, DJEN de 28/2/2025, g.n.).

"CIVIL E PROCESSUAL CIVIL. AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. APRECIÇÃO DE TODAS AS QUESTÕES RELEVANTES DA LIDE PELO TRIBUNAL DE ORIGEM. AUSÊNCIA DE AFRONTA AOS ARTS. 489 E 1.022 DO CPC/2015. COMPROMISSO DE COMPRA E VENDA IMOBILIÁRIO. CHAVES. ATRASO NA ENTREGA. ASTREINTES. REVISÃO. FALTA DE PREQUESTIONAMENTO. SÚMULAS N. 282 E 356 DO STF. MULTA COMINATÓRIA. PROPORCIONALIDADE E RAZOABILIDADE. VERIFICAÇÃO. SÚMULA N. 7/STJ. DANOS MORAIS. EXCLUSÃO. INEXISTÊNCIA DE ALCANCE NORMATIVO DO ARTIGO INDICADO. SÚMULA N. 284/STF. DECISÃO MANTIDA.

(...)

2. A simples indicação dos dispositivos legais tidos por violados, sem que o tema tenha sido enfrentado pelo acórdão recorrido, obsta o conhecimento do recurso especial, por falta de prequestionamento, a teor das Súmulas n. 282 e 356 do STF.

(...)

5. Agravo interno a que se nega provimento."

(AgInt no AREsp n. 2.621.589/AM, Relator **Ministro Antonio Carlos Ferreira**, Quarta Turma, j. 24/2/2025, DJEN de 28/2/2025, g.n.)

E nem se diga que houve a configuração do **prequestionamento ficto**, uma vez que sobre a questão o STJ entende que o prequestionamento ficto do art. 1.025 do CPC/2015, **demandava não só que haja a oposição dos embargos de declaração no Tribunal a quo como**

também a indicação, no recurso especial, da ofensa ao art. 1.022 do CPC/2015, especificamente quanto à questão que se pretende ver analisada. A propósito:

"AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. RESPONSABILIDADE CIVIL. VÍCIO NO SERVIÇO. EXCLUDENTE DE RESPONSABILIDADE. SUPOSTO ENRIQUECIMENTO SEM CAUSA. FALTA DE PREQUESTIONAMENTO. SÚMULA 211/STJ. ART. 1.021, § 4º, DO CPC /15. INTUITO PROTELATÓRIO NÃO EVIDENCIADO. IMPERTINÊNCIA. NÃO PROVIDO.

1. Conforme jurisprudência desta Corte: "A admissão de prequestionamento ficto (art. 1.025 do CPC/15), em recurso especial, exige que no mesmo recurso seja indicada violação ao art. 1.022 do CPC/15, para que se possibilite ao Órgão julgador verificar a existência do vício inquinado ao acórdão, que uma vez constatado, poderá dar ensejo à supressão de grau facultada pelo dispositivo de lei" (REsp 1.639.314/MG, Relatora Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, julgado em 4.4.2017, DJe 10.4.2017).

2. Para a aplicação da multa do art. 1021, §4º, do CPC, é necessário que exista demonstração de requisitos cumulativos, previsto no Diploma Processual Civil, o que inexistente na hipótese.

3. Agravo interno a que se nega provimento."

(AgInt no AgInt no AREsp n. 2.396.692/SP, relatora **Ministra Maria Isabel Gallotti**, Quarta Turma, julgado em 14/4/2025, DJEN de 24/4/2025, g.n.)

E no presente caso, embora a tese tenha sido suscitada como omissa no âmbito dos embargos de declaração opostos na origem, não foi referida como causa de negativa de prestação jurisdicional no recurso especial em análise, no capítulo pertinente à violação do art. 1.022 do CPC/2015, não se configurando, portanto, o prequestionamento ficto.

Do reexame de fatos e provas – Súmula 7/STJ

No mérito, a Recorrente sustenta violação aos arts. 129, 130, 131, 132 e 195 da Lei de Propriedade Industrial, e aos arts. 36 e 37 do Código de Defesa do Consumidor, argumentando que a campanha publicitária configurou uso indevido de marca, concorrência desleal e propaganda enganosa.

O Tribunal de Justiça do Estado do Paraná, após analisar o conjunto probatório, concluiu pela licitude da publicidade comparativa realizada pela empresa Recorrida. O acórdão assentou que a menção à marca da concorrente não teve o condão de denegrir sua imagem, causar confusão entre os consumidores ou desviar clientela de forma fraudulenta, tratando-se de prática que fomenta a livre concorrência. Consta do julgado (e-STJ, fl. 665):

"Portanto, o presente caso se trata, em verdade, de propaganda comparativa, dentro dos parâmetros legais, ou seja, com objetivo de esclarecimento do consumidor, sem depreciar a marca ou produto concorrente, prática essa que não ofende aos princípios de lealdade concorrencial, mas, ao contrário, demonstra a competitividade do mercado, sendo que a parte autora não logrou comprovar qualquer abuso de direito, ou excesso por parte da ré."

Conforme entendimento consolidado desta Corte Superior, a publicidade comparativa consiste em modalidade de divulgação que identifica, de modo explícito ou implícito, concorrentes de produtos ou serviços semelhantes, funcionando, em essência, como ferramenta de escolha do consumidor.

Com efeito, para caracterizar violação ao direito marcário do competidor, é necessário que as marcas sejam suscetíveis de confusão ou que a menção à marca venha acompanhada de ato depreciativo à imagem do produto ou serviço, provocando sua degenerescência e o consequente desvio de clientela. Nesse sentido:

"RESPONSABILIDADE CIVIL. AGRAVO INTERNO NOS EMBARGOS DE DECLARAÇÃO NO RECURSO ESPECIAL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO. VEICULAÇÃO DE FILME PUBLICITÁRIO COM FINALIDADE DESABONADORA DE PRODUTOS CONCORRENTES. LUCROS CESSANTES. DANO MATERIAL NÃO COMPROVADO. INDENIZAÇÃO. INVIABILIDADE. AGRAVO INTERNO PROVIDO.

1. Em Direito de Marcas, o dano material é reconhecido por lei, que estabelece os critérios de como objetivamente realizar-se-á a indenização desse dano.

2. Na hipótese, o eg. Tribunal de Justiça, corretamente, reconheceu o dano moral in re ipsa, mas entendeu não comprovados os danos materiais. Por isso, negou a indenização pleiteada no ponto, ante a inviabilidade de se reconhecer dano material in re ipsa, sem comprovação e sem previsão legal.

3. Tratando-se de propaganda comparativa ofensiva, não há confusão entre marcas, nem falsificação de símbolo ou indução do consumidor a confundir uma marca por outra. Ao contrário, não se faz confusão entre as marcas, a propaganda as distingue bem, até para enaltecer a marca da ré, ora agravante, em face das outras marcas comparadas, inclusive a da promovente, que são ilícita e indevidamente apontadas e identificadas como marcas de produtos de qualidade inferior ou deficiente. Tem-se, portanto, propaganda comparativa, claramente ofensiva, e o dano moral in re ipsa foi acertadamente reconhecido. Porém, é inviável a condenação ao pagamento de indenização por danos materiais sem a efetiva comprovação de prejuízo.

4. Não comprovada, na fase de conhecimento, a ocorrência de dano material, ou seja, sem que tenha sido oportunamente caracterizado um an debeatur, não é possível se deixar para a fase de liquidação a identificação do quantum debeatur.

4. Agravo interno provido para negar provimento ao recurso especial."

(AgInt nos EDcl no REsp n. 1.770.411/RJ, relator **Ministro João Otávio de Noronha**, relator para acórdão Ministro Raul Araújo, Quarta Turma, julgado em 14/2/2023, DJe de 5/7/2023, g.n.)

"RECURSO ESPECIAL. VIOLAÇÃO AO ART. 535 DO CPC NÃO VERIFICADA. DIREITO MARCÁRIO E DO CONSUMIDOR. PROPAGANDA PUBLICITÁRIA COMPARATIVA ENTRE PRODUTOS. ESCLARECIMENTO OBJETIVO DO CONSUMIDOR. POSSIBILIDADE.

1. A propaganda comparativa é forma de publicidade que identifica explícita ou implicitamente concorrente de produtos ou serviços afins, consagrando-se, em verdade, como um instrumento de decisão do público consumidor.

2. Embora não haja lei vedando ou autorizando expressamente a publicidade comparativa, o tema sofre influência das legislações consumerista e de propriedade industrial, tanto no âmbito marcário quanto concorrencial.

3. A publicidade comparativa não é vedada pelo Código de Defesa do Consumidor, desde que obedeça ao princípio da veracidade das informações, seja objetiva e não abusiva.

4. Para que viole o direito marcário do concorrente, as marcas devem ser passíveis de confusão ou a referência da marca deve estar cumulada com ato depreciativo da imagem de seu produto/serviço, acarretando a degenerescência e o consequente desvio de clientela.

5. Conforme ressaltado em outros julgados desta Corte, a finalidade da proteção ao uso das marcas - garantida pelo disposto no art. 5º, XXIX, da Constituição da República e regulamentada pelo art. 129 da LPI - é dupla: por um lado, protegê-las contra usurpação, proveito econômico parasitário e o

desvio desleal de clientela alheia e, por outro, evitar que o consumidor seja confundido quanto à procedência do produto (art. 4º, VI, do CDC) (REsp 1.105.422/MG, Rel. Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, DJe 18/05/2011 e REsp 1320842/PR, Rel. Ministro Luis Felipe Salomão, Quarta Turma, DJe 01/07/2013).

6. Propaganda comparativa ilegal é aquela que induz em erro o consumidor, causando confusão entre as marcas, ocorrendo de maneira a depreciar a marca do concorrente, com o consequente desvio de sua clientela, prestando informações falsas e não objetivas.

7. Na espécie, consoante realçado pelo acórdão recorrido, as marcas comparadas não guardam nenhuma semelhança, não sendo passíveis de confusão entre os consumidores. Ademais, foram prestados esclarecimentos objetivos sem denegrir a marca da concorrente, pelo que não se verifica infração ao registro marcário ou concorrência desleal.

8. Recurso especial não provido."

(REsp n. 1.377.911/SP, relator **Ministro Luis Felipe Salomão**, Quarta Turma, julgado em 2/10/2014, DJe de 19/12/2014.)

Para se chegar a conclusão diversa, ou seja, para se reconhecer que a publicidade foi enganosa, denegritória, causou confusão ou configurou concorrência desleal, seria imprescindível o reexame dos elementos de fato e prova dos autos, notadamente o conteúdo e o contexto da peça publicitária em questão. Tal providência, contudo, é vedada em sede de recurso especial, por força do óbice contido na Súmula 7 desta Corte.

A propósito:

"AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. PROCESSUAL CIVIL. AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE NÃO FAZER C/C DANOS MORAIS. PROPRIEDADE INTELECTUAL. PROPAGANDA COMPARATIVA. ABUSIVIDADE E DESLEALDADE. DANOS MORAIS. QUANTUM. RAZOABILIDADE. REVISÃO DE MATÉRIA FÁTICO-PROBATÓRIA. IMPOSSIBILIDADE. SÚMULA 07/STJ. AUSÊNCIA DE FUNDAMENTOS QUE JUSTIFIQUEM A ALTERAÇÃO DA DECISÃO AGRAVADA. AGRAVO INTERNO DESPROVIDO."

(AgInt no AREsp n. 497.830/RS, relator **Ministro Paulo de Tarso Sanseverino**, Terceira Turma, julgado em 25/10/2016, DJe de 10/11/2016, g.n.)

"CIVIL. AGRAVO REGIMENTAL NO RECURSO ESPECIAL. AÇÃO COMINATÓRIA. CONCORRÊNCIA DESLEAL RECONHECIDA. REEXAME DE PROVA. IMPOSSIBILIDADE. SÚMULA Nº 7 DO STJ. RECURSO MANEJADO SOB A ÉGIDE DO CPC/73. AGRAVO REGIMENTAL NÃO PROVIDO.

1. O Tribunal de origem, após analisar o conjunto probatório dos autos, concluiu que ficou demonstrada a prática de concorrência desleal, não podendo a questão ser revista em âmbito de recurso especial, a teor da Súmula nº 7 desta Corte.

2. As disposições do NCPC, no que se refere aos requisitos de admissibilidade dos recursos, são inaplicáveis ao caso concreto ante os termos do Enunciado nº 1 aprovado pelo Plenário do STJ na sessão de 9/3/2016: Aos recursos interpostos com fundamento no CPC/1973 (relativos a decisões publicadas até 17 de março de 2016) devem ser exigidos os requisitos de admissibilidade na forma nele prevista, com as interpretações dadas até então pela jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça.

3. Agravo regimental não provido."

(AgRg no REsp n. 1.500.684/RS, relator **Ministro Moura Ribeiro**, Terceira Turma, julgado em 24/5/2016, DJe de 2/6/2016, g.n.)

Portanto, estando o acórdão recorrido fundamentado nas provas e fatos do processo, a sua revisão encontra barreira intransponível na referida súmula.

Dispositivo

Ante o exposto, conheço do agravo para **negar provimento** ao recurso especial.

Majoro os honorários advocatícios de sucumbência devidos pela Recorrente de 10% (dez por cento) para 11% (onze por cento) sobre o valor atualizado da causa, nos termos do art. 85, § 11, do Código de Processo Civil, observados os limites legais.

É como voto.



SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

TERMO DE JULGAMENTO QUARTA TURMA

**AREsp 2.438.750 / PR
PROCESSO ELETRÔNICO**

Número Registro: 2023/0266563-3

Número de Origem:

00087379020198160038 000873790201981600381 000873790201981600382 000873790201981600383
003378216201981600003 3378216201981600003 87379020198160038 873790201981600381
873790201981600382 873790201981600383

Sessão Virtual de 09/12/2025 a 16/12/2025

Relator

Exmo. Sr. Ministro RAUL ARAÚJO

Presidente da Sessão

Exmo. Sr. Ministro JOÃO OTÁVIO DE NORONHA

Secretário

Dra. TERESA HELENA DA ROCHA BASEVI

AUTUAÇÃO

AGRAVANTE : IRMAOS MUFFATO S.A

ADVOGADO : ALAN CARLOS ORDAKOVSKI - PR030250

AGRAVADO : CONDOR SUPER CENTER LTDA

ADVOGADO : MARCUS VINICIUS CABULON - PR038226

ASSUNTO : DIREITO CIVIL - OBRIGAÇÕES - INADIMPLEMENTO - PERDAS E DANOS

TERMO

A QUARTA TURMA do Superior Tribunal de Justiça, em Sessão Virtual de 09/12/2025 a 16/12/2025, por unanimidade, decidiu negar provimento ao recurso, nos termos do voto do Sr. Ministro Relator.

Os Srs. Ministros Maria Isabel Gallotti, Antonio Carlos Ferreira, Marco Buzzi e João Otávio de Noronha votaram com o Sr. Ministro Relator. Presidiu o julgamento o Sr. Ministro João Otávio de Noronha.

Brasília, 16 de dezembro de 2025