
Marcas semelhantes de remédio não confundem consumidor, entende STJ

As questões de marcas parecidas, no mercado farmacêutico, não devem ser tratadas com “excessivo rigor”. O entendimento é da ministra Nancy Andrighi, do Superior Tribunal de Justiça. Para ela, o consumidor desses produtos está acostumado a “criar vínculos com outros elementos além da marca”.

A ministra, relatora do caso, analisou a ação do laboratório Aché contra o concorrente Pharmasciente por causa de uma suposta violação de patente industrial. A primeira empresa, fabricante do descongestionante Sorine, acusa a concorrente de usar de práticas desleais de concorrência com o Sorinan, que concorre no mesmo segmento de mercado. O Aché afirmava que, com o uso do nome parecido, o Pharmascience queria causar confusão no consumidor e se aproveitar do sucesso das vendas do Sorine.

Para a 3ª Turma do STJ, porém, não houve ofensa à Lei de Propriedade Industrial (Lei 9.279/96). A corte seguiu as decisões dadas em primeira e segunda instâncias, na Justiça de Minas Gerais. Para o Tribunal de Justiça, a presença do radical “sor” nos nomes dos dois remédios não seria suficiente para causar a alegada confusão no consumidor.

A relatora do caso no STJ corroborou a decisão do TJ mineiro e acrescentou que o radical em questão indica a presença de cloreto de sódio no remédio, e não apenas o nome dos produtos. Ela citou exemplos dos radicais “flox”, “rino” e “card”, presentes em muitos rótulos de remédios.

Segundo a ministra, o artigo 124 da Lei de Propriedade Industrial não permite que se registre como marca “sinal de caráter genérico, necessário, comum, vulgar ou simplesmente descritivo”. Portanto, em sua visão, admitir o uso do radical “sor” como parte de uma marca que não pode ser violada assemelha-se a garantir monopólio ao detentor da marca que o leva — no caso, o Aché.

Date Created

03/06/2011