



Empresa não consegue impedir que outra use nome parecido

O juiz da 5ª Vara Cível de Belo Horizonte, Antônio Belasque Filho, indeferiu o pedido da empresa Mercado dos Óculos para que a Mercado Ótico parasse de usar a marca, sob a alegação de que os nomes seriam muito parecidos e poderiam levar o consumidor a erro. O juiz concluiu que os nomes não se confundem, portanto entendeu que o pedido não está de acordo com a Lei de Propriedade Industrial (Lei 9.279/1996), que configura a falsa concorrência na suposição de imitação de marca, capaz de despertar confusão no consumidor e danos ao concorrente.

A Clássica Rede Ótica Ltda., que tem como nome fantasia "Mercado dos Óculos", arguiu o direito exclusivo do uso do nome, porque obteve autorização do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) para registrar a marca. Por isso, pediu a notificação da Mercado Ótico, para que esta parasse de usar a marca, no entanto, a loja se recusou a fazer a alteração.

A Mercado Ótico alegou em sua defesa que a razão social e o nome empresarial da firma estão registrados na Receita Federal e na Junta Comercial. Afirmou que a expressão "Mercado Ótico" não se confunde com "Mercado dos Óculos", uma vez que o objeto social do autor da ação é o varejo, enquanto o dele é o atacado. Por fim, pediu a improcedência do pedido.

Segundo o juiz, o nome, seja comercial, seja industrial, serve como base para diferenciar o negócio, assim como as marcas servem para apontar os produtos. De acordo com o Código Civil, o título da empresa é um item de direito pessoal do empresário, diferente da marca, que é bem imaterial, já que é um elemento de direito de propriedade intelectual.

O juiz entendeu que as marcas não se confundem, portanto não há o risco do consumidor confundir as empresas. Por isso, indeferiu o pedido da Clássica Rede Ótica. A decisão, por ser de primeira instância, está sujeita a recurso. *Com informações da Assessoria de Imprensa do Tribunal de Justiça de Minas Gerais.*

Date Created

15/09/2011