



Empresa não pode ter exclusividade no uso de expressão comum como marca

Marcas compostas por expressões comumente empregadas para evocar determinada característica do produto não são passíveis de apropriação exclusiva. Logo, seus titulares têm de se conformar com a convivência com outras marcas semelhantes existentes no mercado.

O entendimento levou a 4ª Turma do Tribunal Regional Federal da 4ª Região a [confirmar](#), no dia 18 de março, sentença da 11ª Vara Federal de Curitiba, que julgou improcedente o pedido de anulação da marca Maxituning junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial. A parte autora, Maxi Gráfica e Editora, queria que a empresa espanhola Maxiediciones se abstinhasse do uso daquela marca, suprimindo o termo “Maxi”.

Para a autora, a palavra caracteriza e identifica seu nome empresarial, o que garante sua boa fama e reputação. Por isso, entende que seu uso por outra empresa pode causar confusão ou associação indevida no mercado gráfico, onde ambas atuam, ocasionando desvio de clientela.

Ainda argumentou que as disposições artigo 129, parágrafo 1º, da Lei 9.279/1996, lhe asseguram a propriedade da marca. Diz o dispositivo: “Toda pessoa que, de boa fé, na data da prioridade ou depósito, usava no país, há pelo menos seis meses, marca idêntica ou semelhante, para distinguir ou certificar produto ou serviço idêntico, semelhante ou afim, terá direito de precedência ao registro”.

A juíza federal Sílvia Regina Salau Brollo afirmou que a aferição de semelhança pressupõe um estudo da composição integral do nome conferido às marcas, com a avaliação de todos os seus componentes sonoros e gráficos. Neste sentido, observou que a agregação do termo “Tuning” ao elemento “Maxi” é suficiente para distinguir as marcas da autora e da parte ré, respectivamente Maxi Gráfica e Maxituning.

“Frise-se que, no Dicionário Aurélio, o termo ‘Maxi’ é descrito como correspondente a ‘máximo’, ‘muito grande’, sendo adjetivo que, no entender deste juízo, claramente não pode ser invocado para o uso exclusivo de uma empresa, mormente se há, como relativamente à ré, elemento outro apto à distinção das marcas”, escreveu na sentença a magistrada.

Além disso, encerrou, existem outras empresa atuantes no segmento gráfico que também utilizam o termo “Maxi” na composição de suas marcas, o que reafirma ser possível a convivência entre estas.

Clique [aqui](#) para ler o acórdão.

Date Created

26/03/2014