

Mesmo padrão de cor em lata de cerveja não é concorrência desleal

As cores dos recipientes de produtos são elementos neutros no marketing das empresas. Portanto, não constituem um diferencial mercadológico por si só, tampouco um *trade dress* (conjunto de imagem) capaz de causar confusão em relação a produtos com padrões parecidos. Assim entendeu, por maioria de votos, a 3ª Turma do Superior Tribunal de Justiça, ao reformar acórdão do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro e permitir que a Cervejaria Petrópolis possa utilizar a cor vermelha nas latas da cerveja Itaipava.

O Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro havia proibido a empresa de comercializar a cerveja na lata vermelha e ainda a condenara a pagar R\$ 200 mil de indenização à Ambev por danos morais. De acordo com o ministro João Otávio de Noronha, o artigo 124, inciso VIII, da Lei de Propriedade Industrial ([Lei 9.279/96](#)) prevê que cores não dispostas de modo distintivo não podem ser registradas como marca, razão pela qual uma empresa que utilizou em ação de marketing cor similar à de produto de outra não faz concorrência desleal

Divulgação



Concorrência publicitária

O embate judicial entre as duas empresas começou em 2011. A marca Brahma lançou a lata vermelha de cerveja com o slogan “o sabor da sua Brahma agora na cor da Brahma”, o que, segundo a companhia, serviria para diferenciar e identificar a sua marca. Dois meses depois, porém, a concorrente lançou no mercado uma lata da cerveja Itaipava, na cor branca, em edição comemorativa do patrocínio da fórmula Stock Car que, posteriormente, foi trocada por uma similar na cor vermelha. A Ambev alegou que a lata do produto da Cervejaria Petrópolis confundia o consumidor e tinha a finalidade de diluir o efeito da campanha publicitária da Brahma. A empresa alegou, também, que o fato caracterizaria concorrência desleal, uma vez que fez grande investimento e a concorrente teria supostamente tentado aproveitar-se da inovação.

O juízo de primeiro grau julgou o pleito improcedente, mas o [TJ-RJ reformou a sentença](#) ao entender que houve prática de concorrência parasitária. Para o tribunal fluminense, a Itaipava aproveitou-se da estratégia de marketing da Brahma. A fabricante da Itaipava recorreu ao STJ.

Cor não é marca

Segundo o ministro João Otávio de Noronha, o artigo 124, inciso VIII, da Lei de Propriedade Industrial Para o relator, é plenamente possível a convivência de produtos comercializados por empresas diversas e



concorrentes que utilizam embalagem da mesma cor, já que não existe direito exclusivo do uso de cores e suas denominações. Em seu voto, o ministro ressaltou que a simples cor da lata de cerveja não permite nenhuma relação com a distinção do produto nem designa isoladamente suas características.

“Portanto, o fato não enseja a confusão entre as marcas Brahma e Itaipava, sobretudo quando suficientemente conhecido e diferenciado o seu principal e notório elemento distintivo: a denominação”, afirmou.

Livre concorrência

Para Noronha, além de configurar verdadeiro monopólio do titular da marca mais antiga, a admissão de exclusividade do uso da cor vermelha violaria a essência da Lei de Propriedade Industrial, que objetiva principalmente a tutela da livre concorrência.

Citando precedente da própria 3ª Turma, Noronha reiterou o entendimento do colegiado de que "a finalidade da proteção do uso de marcas é dupla: por um lado protegê-la contra o proveito econômico parasitário e o desvio desleal de clientela e, por outro, evitar que o consumidor seja confundido quanto à procedência do produto".

No caso julgado, segundo o relator, por qualquer ângulo que se veja a questão — proteção ao uso de marca, ofensa ao direito de exclusividade de marca, prática de concorrência desleal ou parasitária —, é impossível considerar que a cerveja Itaipava envasada em lata de cor idêntica à da Brahma possa, só por isso, causar confusão ao consumidor.

“Descaracterizada a concorrência desleal, não há falar em ofensa ao direito de marca, impondo-se o afastamento da condenação indenizatória por falta de um dos elementos essenciais à constituição da responsabilidade civil — o dano”, concluiu o relator. *Com informações da Assessoria de Imprensa do STJ.*

REsp 1.376.264

Date Created

09/01/2015