



Coca-Cola não consegue exclusividade sobre a marca “Zero”

27/04/2012

A Coca-Cola não tem exclusividade sobre a marca “zero”, que é utilizada também por sua maior concorrente, a Ambev (fabricante da Pepsi). Ao decidir o impasse entre as duas gigantes do ramo de bebidas, a 6ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça de São Paulo **entendeu** que palavra “zero” constitui, na verdade, signo meramente descritivo. E, por isso, inapropriável.

A palavra “zero” é utilizada por diversos fabricantes de bebidas, principalmente refrigerantes — entre outros produtos alimentícios —, para indicar que seu produto não possui adição de açúcar.

A Coca-Cola entrou na Justiça para impedir que seus concorrentes, em especial a Ambev, utilizasse a palavra/marca “zero” em seus produtos. Alegou que foi a primeira empresa a registrar a marca no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), ainda em 2004. Além disso, defendeu que a marca não se trata de mero descritivo, pois não tem significado próprio. Argumentou, ainda, que a Portaria 27/1998 da Secretaria de Vigilância Sanitária do Ministério da Saúde (que trata de sinais não registráveis como marca) trata do uso designativo da expressão “zero” em conjunto com outras palavras, como “açúcar”, não isoladamente, já que o intuito é informar os consumidores sobre a composição dos produtos.

A empresa alegou que o uso da marca “zero” pela Ambev configura ato de concorrência desleal. E que o parasitismo alegado não decorre da possibilidade de confusão do consumidor, mas sim da tentativa de apropriação da marca criada.

Para o relator do processo, desembargador Francisco Loureiro, zero é a possibilidade da palavra causar confusão entre os produtos da Coca-Cola e da Ambev, já que as embalagens são bem diferentes. “De mais a mais, são produtos absolutamente consolidados no mercado de refrigerantes, com marcas, nomes, sabores, cores e composições diferentes entre si”.

O relator apontou, ainda, que a existência de um ato administrativo do Ministério da Saúde autorizando o uso do vocábulo “zero” para indicar alimentos e bebidas que não possuem determinada substância só vem corroborar a tese de que o termo é meramente descritivo e por isso não é passível de registro como marca. Para ele, a conclusão é corroborada pela Portaria 27/1998 da Secretaria de Vigilância Sanitária do Ministério da Saúde, que ao disciplinar a informação nutricional complementar dos alimentos, previu em seu artigo 4.1.6 que os termos “free”, “livre”, “sem”, “zero”, “não contém” e “isento” podem ser amplamente utilizados quando preenchidos os requisitos previstos na tabela anexa ao regulamento para que os alimentos sejam classificados como “não contém”.

Ao também se utilizar da Lei de Propriedade Intelectual (Lei 9.279/1996) para elucidar o caso, o relator concluiu que “o vocábulo não passa de mero descritivo do refrigerante, e por isso mesmo insuscetível de registro”. Segundo ele, a “Lei de Propriedade Intelectual, ao tratar dos sinais não registráveis como marca, prevê expressamente em seu artigo 124, VI, ser insuscetível de registro sinal de caráter genérico, necessário, comum, vulgar ou simplesmente descritivo, quando tiver relação com o produto ou serviço a distinguir, ou aquele empregado comumente para designar uma característica do produto ou serviço, quanto à natureza, nacionalidade, peso, valor, qualidade e época de produção ou de prestação do serviço, salvo quando revestidos de suficiente forma distintiva”.

“Admitir, pois, a tese das autoras implicaria conceder de modo transversal exclusividade no uso da palavra “zero”, sendo que o vocábulo vem sendo largamente utilizado não só no ramo dos refrigerantes, mas também em outras categorias de gêneros alimentícios”, afirmou Francisco Loureiro. Ele concluiu: “Em outras palavras, acolher o pedido das demandantes seria o mesmo que conceder exclusividade ao que não é exclusivo, fazendo com que marca de fantasia abarque marca descritiva de uso comum”.

Clique [aqui](#) para ler a íntegra da decisão.

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2012-abr-27/coca-cola-nao-exclusividade-marca-zero/>