

# Empresa não pode ter exclusividade sobre marca com expressão genérica

03/05/2025

O registro de uma marca não confere exclusividade sobre expressões genéricas ou descritivas. Marcas fracas ou evocativas devem conviver com outras semelhantes, desde que essa similaridade não induza o consumidor ao erro.

Esse foi o entendimento da 10ª Câmara Cível do [Tribunal de Justiça de Goiás](#) para confirmar a decisão que negou provimento à ação que pedia a proibição do uso da marca Feiju Goiânia.

Na decisão questionada, o juízo de primeira instância entendeu que a ação era improcedente porque a expressão “feiju” é genérica e de uso comum, não podendo ser reivindicada com exclusividade por uma empresa.

No recurso, a autora da ação alegou que registrou no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) as marcas Feiju Gourmet e Feiju Feijoada Gourmet Express. E pediu que fosse proibido o uso da marca Feiju Goiânia.

No entanto, o relator do recurso, desembargador Wilson Safatle Faiad, explicou que, em comparação com a marca utilizada pela empresa ré, a marca da autora não apresenta os mesmos elementos figurativos, como fontes, cores e figuras, de modo que a utilização do termo “feiju” não é capaz de violar o direito à exclusividade.

“Com acerto o condutor do feito na origem consignou que ‘o termo ‘feijú’ possui caráter descritivo, tendo origem na palavra ‘feijoada’, prato tradicional da culinária brasileira’, e conforme a lei retromencionada (Lei nº 9.279/96) e jurisprudência pacificada, não é possível garantir exclusividade para expressões de uso comum na língua portuguesa (ou estrangeira), especialmente quando associadas a produtos ou serviços que evocam diretamente a natureza dos mesmos, como é o caso da palavra ‘feiju’ para eventos ou produtos relacionados à feijoada”, escreveu o relator. O entendimento foi unânime.

O escritório **STG Advogados** atuou no processo em nome da empresa acionada.

**Clique [aqui](#) para ler a decisão**  
**Processo 5298528-78.2024.8.09.0051**

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2025-mai-03/empresa-nao-pode-ter-exclusividade-sobre-marca-com-expressao-generica/>

