



SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 2870354 - GO(2025/0070037-6)

RELATOR : MINISTRO RAUL ARAÚJO
AGRAVANTE : AL RESTAURANTE E CHOPPERIA LTDA
ADVOGADO : OTÁVIO ALVES FORTE - GO021490
AGRAVADO : MEDEIROS & SILVESTRE AQUARIUS RESTAURANTE LTDA.
ADVOGADO : GUSTAVO DE CARVALHO - GO037553

EMENTA

DIREITO EMPRESARIAL. RECURSO ESPECIAL. PROPRIEDADE INDUSTRIAL. MARCA EVOCATIVA. MITIGAÇÃO DA EXCLUSIVIDADE. RECURSO DESPROVIDO.

1. O Tribunal de origem concluiu que a marca "AQUARIUS" possui baixo grau de distintividade, sendo considerada uma marca fraca ou evocativa, o que atrai a mitigação da exclusividade do registro.
2. A análise do conjunto marcário, incluindo elementos nominativos e figurativos, demonstrou ausência de semelhança visual ou gráfica suficiente para causar confusão entre os consumidores.
3. A pretensão de revisão das conclusões do acórdão recorrido sobre a inexistência de confusão entre as marcas esbarra na Súmula 7/STJ, que veda o reexame de matéria fático-probatória em sede de recurso especial.
4. A menção ao direito de precedência da recorrida, com base no art. 129, § 1º, da Lei de Propriedade Industrial, foi utilizada para reforçar a boa-fé e a consolidação da situação de fato, não sendo fundamento exclusivo para a decisão. A proteção marcária não é absoluta e deve ser interpretada em consonância com os princípios da livre concorrência e da função social da propriedade, especialmente no caso de marcas de baixa distintividade.
5. O acórdão recorrido está em consonância com a jurisprudência consolidada do STJ sobre marcas evocativas e a mitigação da exclusividade, atraindo a incidência da Súmula 83/STJ.
6. Agravo conhecido para negar provimento ao recurso especial.

ACÓRDÃO

Vistos e relatados estes autos em que são partes as acima indicadas, acordam os Ministros da QUARTA TURMA do Superior Tribunal de Justiça, em Sessão Virtual de 03/03/2026 a 09/03/2026, por unanimidade, conhecer do recurso mas lhe negar provimento, nos termos do voto do Sr. Ministro Relator.

Os Srs. Ministros Maria Isabel Gallotti, Antonio Carlos Ferreira, Luís Carlos Gambogi (Desembargador Convocado do TJMG) e João Otávio de Noronha votaram com o Sr. Ministro Relator.

Presidiu o julgamento o Sr. Ministro João Otávio de Noronha.

Brasília, 11 de março de 2026.

Ministro RAUL ARAÚJO
Relator



SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 2870354 - GO(2025/0070037-6)

RELATOR : MINISTRO RAUL ARAÚJO
AGRAVANTE : AL RESTAURANTE E CHOPPERIA LTDA
ADVOGADO : OTÁVIO ALVES FORTE - GO021490
AGRAVADO : MEDEIROS & SILVESTRE AQUARIUS RESTAURANTE LTDA.
ADVOGADO : GUSTAVO DE CARVALHO - GO037553

EMENTA

DIREITO EMPRESARIAL. RECURSO ESPECIAL. PROPRIEDADE INDUSTRIAL. MARCA EVOCATIVA. MITIGAÇÃO DA EXCLUSIVIDADE. RECURSO DESPROVIDO.

1. O Tribunal de origem concluiu que a marca "AQUARIUS" possui baixo grau de distintividade, sendo considerada uma marca fraca ou evocativa, o que atrai a mitigação da exclusividade do registro.
2. A análise do conjunto marcário, incluindo elementos nominativos e figurativos, demonstrou ausência de semelhança visual ou gráfica suficiente para causar confusão entre os consumidores.
3. A pretensão de revisão das conclusões do acórdão recorrido sobre a inexistência de confusão entre as marcas esbarra na Súmula 7/STJ, que veda o reexame de matéria fático-probatória em sede de recurso especial.
4. A menção ao direito de precedência da recorrida, com base no art. 129, § 1º, da Lei de Propriedade Industrial, foi utilizada para reforçar a boa-fé e a consolidação da situação de fato, não sendo fundamento exclusivo para a decisão. A proteção marcária não é absoluta e deve ser interpretada em consonância com os princípios da livre concorrência e da função social da propriedade, especialmente no caso de marcas de baixa distintividade.
5. O acórdão recorrido está em consonância com a jurisprudência consolidada do STJ sobre marcas evocativas e a mitigação da exclusividade, atraindo a incidência da Súmula 83/STJ.
6. Agravo conhecido para negar provimento ao recurso especial.

RELATÓRIO

Trata-se de agravo interposto por **AL RESTAURANTE E CHOPPERIA LTDA.** contra decisão que inadmitiu recurso especial manejado em face de acórdão proferido pelo Tribunal de Justiça do Estado de Goiás.

Na origem, a ora agravante ajuizou ação de abstenção de uso de marca c/c indenização em desfavor de **MEDEIROS & SILVESTRE AQUARIU'S RESTAURANTE LTDA.**, alegando ser detentora do registro da marca "AQUARIUS" junto ao INPI e que a ré utilizava indevidamente expressão idêntica/semelhante no mesmo ramo de atividade (restaurante).

O Juízo de primeiro grau julgou improcedentes os pedidos (e-STJ fls. 467-471), entendendo que se trata de marca mista e que não há semelhança visual suficiente para causar confusão, além de considerar "*Aquarius*" um termo de uso comum.

Interposta apelação, o Tribunal de origem negou provimento ao recurso, em acórdão assim ementado (e-STJ fl. 562):

*"Apelação Cível. Ação de abstenção de uso de marca.
1. O registro de marca com baixo grau de distintividade implica a mitigação do direito de exclusividade. Apelação cível conhecida e não provida."*

Opostos embargos de declaração, foram rejeitados (e-STJ fls. 590-594).

Nas razões do recurso especial (e-STJ fls. 599-619), interposto com fundamento no art. 105, III, *a*, da Constituição Federal, a parte recorrente apontou violação aos arts. 129, *caput* e § 1º, e 124, XIX, da Lei nº 9.279/1996 (Lei de Propriedade Industrial).

Sustentou, em síntese, que: **(i)** detém o registro válido da marca e o direito de uso exclusivo em todo o território nacional; **(ii)** a recorrida não impugnou o registro junto ao INPI e não ajuizou ação de nulidade, não podendo se valer da exceção de precedência do art. 129, § 1º, da LPI apenas judicialmente e de forma tardia; e **(iii)** a marca da recorrida reproduz termo da marca registrada, causando confusão ao consumidor, o que é vedado pelo art. 124, XIX, da LPI.

O Tribunal *a quo* negou seguimento ao recurso especial (e-STJ fls. 708-709), fundamentando-se na incidência da Súmula 83/STJ, dado que o acórdão recorrido estaria em consonância com a jurisprudência do STJ sobre marcas fracas e mitigação da exclusividade.

Irresignada, a parte agravante interpôs o presente agravo (e-STJ fls. 713-721), refutando os óbices apontados e reiterando as razões recursais.

É o relatório.

VOTO

Presentes os pressupostos de admissibilidade do agravo, passo à análise do recurso especial.

O recurso não merece prosperar.

O cerne da controvérsia reside na alegação de uso indevido da marca "AQUARIUS" e na suposta violação ao direito de exclusividade conferido pelo registro no INPI.

O Tribunal de origem, ao efetuar a análise do acervo fático-probatório, concluiu pela improcedência do pedido com base em dois fundamentos centrais: **(a)** a marca "AQUARIUS" possui baixo grau de distintividade (marca fraca), o que atrai a mitigação do direito de

exclusividade; e **(b)** a análise do conjunto marcário (elementos nominativos e figurativos) afasta a possibilidade de confusão entre os consumidores ou concorrência desleal.

Para chegar a tal conclusão, as instâncias ordinárias realizaram minucioso cotejo entre os sinais distintivos, consignando expressamente a ausência de similitude visual ou gráfica, além da coincidência do termo comum. A sentença, integralmente mantida pelo acórdão recorrido, foi categórica ao descrever as diferenças fáticas:

"Das provas juntadas aos autos, é possível perceber que não há qualquer semelhança na fonte das letras e imagens utilizadas pelas partes. Enquanto a marca da autora apresenta uma onda na grafia da letra 'Q', o nome fantasia do réu apresenta grafia totalmente diferente, e a imagem de um peixe. Assim, entendo que o uso de vocábulo, desacompanhado da imagem e grafia especial, não configura qualquer violação à marca do autor. Muito embora haja entre a marca da autora e o nome fantasia da ré o termo em comum 'Aquarius', é preciso considerar que, afora isso, não há qualquer outro elemento de semelhança entre elas a conferir a procedência da tese de colidência entre tais expressões." (e-STJ fl. 469)

Portanto, a proteção mista conferida à marca da parte autora abrange o elemento nominativo, cores e figuras, de forma que o simples uso de vocábulo não afronta a marca registrada.

Logo, inexistindo violação ao uso da marca do autor, ou mesmo configuração de concorrência desleal, a improcedência dos pedidos iniciais é medida que se impõe." (fls. 469-470)

No mesmo sentido, o Tribunal *a quo* ratificou a distinção visual ao negar provimento à apelação, reforçando que a única identidade reside no termo evocativo:

"Inicialmente, como bem fundamentado pelo Magistrado sentenciante, o registro efetivado pela apelante trata de marca mista, em que se registra elementos visuais com textuais, para fins de proteção da marca identificadora do produto ou, como no caso, o serviço.

Sobrepondo os elementos como um todo, tanto da apelada quanto da apelante, não se verifica integral identidade entre eles a não ser exclusivamente pela utilização da palavra AQUARIUS, e com grafia ainda diversa, pois a apelada incluiu um apóstrofo entre a letra U e S, resultando na palavra AQUARIU'S.

A marca registrada pela apelante, embora não remeta diretamente aos serviços prestados por ela, evidencia se tratar de marca fraca, com pouca originalidade ou distinção.

A palavra aquarius deriva do latim que significa aquário, algo relativo à água, que pode significar o recipiente em que se utiliza para plantas aquáticas/peixes ou remonta à época em que utilizada para nominar pessoas responsáveis por servir água para participantes de refeição, porém tal palavra não é suficiente para remeter ao serviço prestado pela apelante e pode ser caracterizada como marca fraca.

[...]

Desta forma, somando os fatos de que se trata de marca com baixo grau de distintividade e a utilização precedente, pela apelada, da palavra aquarius, com inclusão do apóstrofo entre as letras "u" e "s", o que poder-se-ia implicar o reconhecimento do direito à precedência ao registro, deve a sentença recorrida ser integralmente mantida." (e-STJ fls. 559-560)

Diante do quadro fático delineado pelas instâncias ordinárias — que afirmaram peremptoriamente a "distinção visual nas cores, símbolos [...] e fonte gráfica" e a ausência de "

qualquer outro elemento de semelhança" além do termo comum —, a pretensão recursal de reconhecer a colidência das marcas e a confusão ao consumidor esbarra inequivocamente na **Súmula 7/STJ**.

Ademais, as instâncias ordinárias afastaram expressamente a configuração de concorrência desleal, com base na análise do conjunto probatório e da conduta da parte ré. A sentença, integralmente mantida pelo acórdão recorrido, foi clara ao dispor:

"Logo, inexistindo violação ao uso da marca do autor, ou mesmo configuração de concorrência desleal, a improcedência dos pedidos iniciais é medida que se impõe." (e-STJ fl. 470)

Dessa forma, rever as conclusões do acórdão recorrido para afirmar a existência de concorrência desleal ou confusão exigiria, necessariamente, o revolvimento de matéria fático-probatória, providência vedada em sede de recurso especial.

A este propósito, confirmam-se os seguintes precedentes que reforçam a aplicabilidade da Súmula 7/STJ e o entendimento sobre marcas evocativas:

"AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. CIVIL. AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE NÃO UTILIZAR EXPRESSÃO EM NOME COMERCIAL OU MARCA. AUSÊNCIA DE VIOLAÇÃO DO ART. 1.022 DO CPC/2015. INEXISTÊNCIA DE CONFUSÃO DE MARCA. REEXAME. IMPOSSIBILIDADE. APLICAÇÃO DA SÚMULA 7/STJ. AGRAVO INTERNO DESPROVIDO. [...]

3. 'O âmbito de proteção de uma marca é delimitado, acima de tudo, pelo risco de confusão que o uso de outro sinal, designativo de serviço idêntico, semelhante ou afim, possa ser capaz de causar perante o consumidor' (REsp 1.773.244/RJ, Rel. Ministra NANCY ANDRIGHI, Terceira Turma, julgado em 2/4/2019, DJe de 5/4/2019). 4. O eg. Tribunal a quo, soberano na análise do acervo fático-probatório carreado aos autos, concluiu que não há confusão entre os consumidores de cada marca. 5. No caso, a modificação de tais entendimentos lançados no v. acórdão recorrido, como ora postulada, demandaria o revolvimento de suporte fático-probatório dos autos, o que é inviável na via estreita do recurso especial, a teor do que dispõe a Súmula 7 do Superior Tribunal de Justiça. 6. Agravo interno a que se nega provimento."

(AgInt no AREsp n. 471.302/SP, relator Ministro Raul Araújo, Quarta Turma, julgado em 3/4/2023, DJe de 25/4/2023.)

"EMPRESARIAL. AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. DECISÃO DA PRESIDÊNCIA. RECONSIDERAÇÃO. AÇÃO DE ABSTENÇÃO DO USO DE MARCA. MARCA EVOCATIVA. MITIGAÇÃO DA EXCLUSIVIDADE. POSSIBILIDADE. AUSÊNCIA DE CONFUSÃO ENTRE OS CONSUMIDORES. CONVIVÊNCIA ENTRE MARCAS COM BAIXA DISTINTIVIDADE. VIABILIDADE. SÚMULA 7/STJ. ALCANCE DA MARCA DE ALTO RENOME. EXPRESSÃO ESTRANGEIRA. SÚMULA 7/STJ. CONVENÇÃO DA UNIÃO DE PARIS. FALTA DE PREQUESTIONAMENTO. SÚMULAS 282 E 356 DO STF. AGRAVO INTERNO PROVIDO PARA CONHECER DO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. RECURSO ESPECIAL DESPROVIDO. [...] 3. *'É entendimento desta Corte Superior que marcas tidas como fracas ou evocativas, que constituem expressão de uso comum, de pouca originalidade e sem suficiente força distintiva atraem a mitigação da regra de exclusividade do registro e podem conviver com outras semelhantes. Precedentes'* (AgInt no AREsp 1.555.326/RJ, Rel. Ministro MARCO BUZZI, Quarta Turma, julgado em 10/2/2020, DJe 14/2/2020) [...]

*cumulativamente, as partes possuem o mesmo público alvo, e que a similitude entre as marcas cause confusão entre os consumidores, especialmente porque se trata de marca evocativa. Além disso, ao contrário do defendido pela agravante, a tradução do vocábulo italiano Lupo não possui força característica para cristalizar marca de alto renome. 6. O eg. Tribunal a quo, soberano na análise do acervo fático-probatório **carreado aos autos, concluiu que não há confusão entre os consumidores de cada marca e que para aferir a extensão da marca de alto renome seria necessário analisar as provas acostadas aos autos. Incidência da Súmula 7 do STJ. [...]** 8. Agravo interno provido para, em nova análise, conhecer do agravo para negar provimento ao recurso especial."*

(AgInt no AREsp n. 1.575.598/SP, relator Ministro Raul Araújo, Quarta Turma, julgado em 10/10/2022, DJe de 21/10/2022.)

AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. AÇÃO INDENIZATÓRIA E COMINATÓRIA. VIOLAÇÃO AO ART. 535 DO CPC/1973. INEXISTÊNCIA. INCIDENTE DE UNIFORMIZAÇÃO DE JURISPRUDÊNCIA. FACULDADE DO RELATOR. COLIDÊNCIA DE MARCA E NOME COMERCIAL. DEMANDA JULGADA IMPROCEDENTE NA ORIGEM. AUSÊNCIA DE POSSIBILIDADE DE CONFUSÃO. PÚBLICO-ALVO ESPECÍFICO. PROVA PERICIAL NO SENTIDO DE QUE OS PRODUTOS SÃO DISTINTOS POR FORMA, MARCA E EMBALAGEM. SÚMULA 7/STJ. ALEGAÇÃO DE FATO NOVO. INVIABILIDADE DE EXAME. AGRAVO INTERNO DESPROVIDO.

[...]

3. A autora/recorrente alega que é titular da marca Kg Sorensen e teve seu direito violado pelo recorrido, com o uso da marca Poul Sorensen, causando confusão aos consumidores.

4. Alegação rejeitada pelas instâncias ordinárias, que concluíram, com base nos elementos probatórios dos autos, que a confusão se faz impossível, considerando que o laudo pericial verificou que os produtos são distintos por forma, marca e embalagem, bem assim que o público-alvo dos produtos é especial.

5. A modificação de tal entendimento demandaria o reexame do conjunto fático-probatório dos autos, providência inviável no recurso especial, nos termos da Súmula 7/STJ.

6. Esta Corte já decidiu que, "para impedir o registro de determinada marca é necessária a conjunção de três requisitos: a) imitação ou reprodução, no todo ou em parte, ou com acréscimo de marca alheia já registrada; b) semelhança ou afinidade entre os produtos por ela indicados; c) possibilidade de a coexistência das marcas acarretar confusão ou dúvida no consumidor (Lei 9.279/96 - Art. 124, XIX); afastando o risco de confusão, é possível a coexistência harmônica das marcas" (REsp 949.514/RJ, relator Ministro HUMBERTO GOMES DE BARROS, Terceira Turma, DJ 22.10.2007, p.

271)

7. "O fato novo e superveniente, relativo à nulidade dos registros de marca da recorrida pelo INPI, não pode ser levado em consideração no julgamento do recurso especial, tendo em vista que, além de não haver manifestação acerca deles pelas instâncias ordinárias, não se mostra, por si só, apto a alterar o resultado do julgamento, embora pudesse ter nele alguma influência" (AgInt no REsp 1.265.680/RJ, de minha relatoria, Quarta Turma, DJe de 18.5.2021).

8. Agravo interno a que se nega provimento.

(AgInt no AREsp n. 274.873/SP, relator Ministro Raul Araújo, Quarta Turma, julgado em 12/9/2022, DJe de 20/9/2022.)

"MARCA. NATUREZA EVOCATIVA. COEXISTÊNCIA. POSSIBILIDADE. NOME EMPRESARIAL. COLIDÊNCIA. TERRITORIALIDADE. INEXISTÊNCIA.

1. A Corte local agiu corretamente ao rejeitar os embargos declaratórios por não identificar omissão, contradição, obscuridade ou erro material no acórdão embargado, ficando patente seu intuito infringente, que objetivava a reforma do julgado por via inadequada.

2. O acórdão concluiu que a natureza evocativa dos elementos nominativos comuns às marcas ("Dental Plus"), o fato de que tanto a autora/recorrente quanto a ré/recorrida fazem uso da expressão também como nomes empresariais e a não colidência territorial das atividades de uma e de outra empresa autorizam a coexistência das marcas. Rever tal conclusão encontra óbice na Súmula nº 7/STJ.

3. O entendimento do tribunal de origem encontra-se em harmonia com a jurisprudência desta Corte Superior, no sentido de que para a caracterização da infringência de marca, não é suficiente que se demonstrem a semelhança dos sinais e a sobreposição ou afinidade das atividades. É necessário que a coexistência das marcas seja apta a causar confusão no consumidor ou prejuízo ao titular da marca anterior, configurando concorrência desleal.

4. Agravo interno não provido."

(AgInt no AREsp n. 2.675.933/SP, relator Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva, Terceira Turma, julgado em 5/5/2025, DJEN de 9/5/2025.)

"DIREITO PROCESSUAL CIVIL. AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. DIREITO MARCÁRIO. AÇÃO ANULATÓRIA DE REGISTRO DE MARCA. MARCA EVOCATIVA. ANÁLISE DO CONJUNTO MARCÁRIO. AUSÊNCIA DE POSSIBILIDADE DE CONFUSÃO OU ASSOCIAÇÃO INDEVIDA. NECESSIDADE DE REVOLVIMENTO DO ACERVO FÁTICO-PROBATÓRIO. INCIDÊNCIA DA SÚMULA 7/STJ. AUSÊNCIA DE IMPUGNAÇÃO ESPECÍFICA. SÚMULA 283/STF, POR ANALOGIA. AGRAVO INTERNO DESPROVIDO.

I. CASO EM EXAME

1. Agravo interno interposto por Bril Cosméticos S.A. contra decisão monocrática que, ao conhecer do agravo, não admitiu o recurso especial por incidência da Súmula 7/STJ. O recurso especial impugnava acórdão do TJ/RJ que, em ação anulatória de registro, manteve a validade da marca "BRILAV", afastando risco de confusão ou indevida associação com a marca "BOMBRIL", por se tratar de marca evocativa. A agravante sustenta violação aos arts. 122, 124, XIX e XXIII, 125, 126 e 129 da Lei 9.279/96.

II. QUESTÃO EM DISCUSSÃO

2. Há duas questões em discussão:

(i) definir se a decisão agravada incorreu em vício de fundamentação ou omissão ao não admitir o recurso especial;

(ii) estabelecer se é possível, em sede de recurso especial, revisar a conclusão do Tribunal de origem sobre a suficiência de distintividade da marca e a inexistência de confusão com a marca da agravante.

III. RAZÕES DE DECIDIR

3. A decisão agravada encontra-se devidamente fundamentada, reproduzindo entendimento consolidado de que o reexame das conclusões da instância ordinária quanto à similitude gráfica, fonética e ideológica entre marcas exige revolvimento do acervo fático-probatório, providência vedada em recurso especial pela Súmula 7/STJ.

4. O Tribunal de origem destacou que "BRILAV" apresenta elementos distintivos suficientes em relação à família de marcas "BRIL/BOMBRIL", sobretudo por se tratar de termo evocativo, cuja proteção é mitigada em razão do baixo grau de distintividade.

5. O STJ possui firme jurisprudência no sentido de que marcas evocativas devem suportar a convivência com outras semelhantes, desde que inexistente possibilidade concreta de confusão (REsp n. 1.336.164/SP; REsp n. 1.908.170/RJ) .

6. Não houve impugnação específica dos fundamentos da decisão monocrática que aplicou a Súmula 7/STJ, atraindo, por analogia, a incidência da Súmula 283/STF (AgInt no AREsp n. 2.475.471/SP; AgInt no AREsp n. 2.494.296/DF) .

7. O agravo interno, ademais, não trouxe fundamentos aptos a infirmar a decisão agravada, limitando-se a reiterar teses já enfrentadas.

IV. DISPOSITIVO

8. Agravo interno desprovido."

(AgInt no AREsp n. 2.645.077/RJ, relatora Ministra Daniela Teixeira, Terceira Turma, julgado em 13/10/2025, DJEN de 16/10/2025.)

"AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. MARCA FRACA. EVOCATIVA. EXCLUSIVIDADE. AFASTAMENTO. REVISÃO. IMPOSSIBILIDADE. SÚMULA 7/STJ.

1.O acórdão concluiu pela caracterização da marca da recorrente como fraca ou evocativa, composta por elementos de uso comum, o que afasta a sua exclusividade de uso por seu proprietário.

2. Rever as conclusões do tribunal de origem óbice na Súmula 7/STJ.

3. Agravo interno não provido."

(AgInt no AREsp n. 2.604.327/SP, relator Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva, Terceira Turma, julgado em 31/3/2025, DJEN de 3/4/2025.)

Da incidência da Súmula 83/STJ (Marcas Fracas)

Quanto à alegada violação aos arts. 124, XIX, e 129 da LPI, o acórdão recorrido encontra-se em perfeita harmonia com a jurisprudência consolidada desta Corte Superior.

O STJ possui entendimento firme no sentido de que marcas compostas por termos de uso comum, descritivos ou evocativos (chamadas "marcas fracas") ostentam originalidade diluída, atraindo a mitigação da regra de exclusividade. Nesses casos, o titular do registro deve suportar a coexistência com outras marcas que utilizem o mesmo termo, desde que haja elementos distintivos suficientes no conjunto marcário para evitar a confusão direta.

No caso, o Tribunal *a quo* reconheceu que o termo "AQUARIUS" remete a algo relativo à água e é de uso comum, caracterizando-se como marca fraca (e-STJ fl. 559).

Nesse sentido:

RECURSO ESPECIAL. DIREITO EMPRESARIAL. PROPRIEDADE INDUSTRIAL. MARCAS MISTAS. ALEGAÇÃO DE VIOLAÇÃO MARCÁRIA E CONCORRÊNCIA DESLEAL. RECURSO DESPROVIDO.

1. Recurso especial interposto contra acórdão que negou provimento à apelação em ação inibitória e indenizatória, ajuizada por titular de marcas mistas "STUPPENDO" contra pizzaria que utiliza a expressão "PIZZA ESTUPENDA", alegando violação marcária e concorrência desleal.

2. O acórdão recorrido confirmou a improcedência dos pedidos, reconhecendo a competência da Justiça Estadual, a inexistência de violação à marca e de concorrência desleal, a natureza evocativa da marca "STUPPENDO" e a consequente mitigação da exclusividade, além de majorar os honorários advocatícios.

3. A questão em discussão consiste em saber se a expressão "PIZZA ESTUPENDA" viola os direitos de exclusividade da marca mista "STUPPENDO", registrada pela recorrente, e se há prática de concorrência desleal, com consequente dever de indenizar.

4. A Justiça Estadual é competente para julgar ações de abstenção de uso de marca e concorrência desleal entre particulares, desde que não envolvam nulidade de registro perante o INPI, conforme jurisprudência consolidada.
5. A marca "STUPPENDO" foi qualificada como evocativa, o que mitiga sua exclusividade, permitindo a convivência com outras marcas semelhantes, desde que não haja confusão no mercado.
6. A ausência de risco de confusão entre "STUPPENDO" e "PIZZA ESTUPENDA" foi reconhecida, considerando as diferenças gráficas, linguísticas e de segmento de mercado, sendo inviável o reexame de fatos e provas em sede de recurso especial.
7. A anterioridade do registro da marca "STUPPENDO" não confere monopólio sobre vocábulos de uso comum, especialmente em se tratando de marca evocativa.
8. A inexistência de confusão entre as marcas afasta a caracterização de concorrência desleal e o consequente dever de indenizar, sendo inviável a revisão das conclusões fáticas do Tribunal de origem.
9. Recurso especial desprovido.
- (REsp n. 2.063.261/SP, relator Ministro Raul Araújo, Quarta Turma, julgado em 1/12/2025, DJEN de 9/12/2025.)

"AGRAVO INTERNO. RECURSO ESPECIAL. PROCESSUAL CIVIL. MARCA EVOCATIVA. ELEMENTOS COMUNS. POSSIBILIDADE DE CONVIVÊNCIA COM OUTRAS SEMELHANTES. SÚMULA N. 83/STJ.

1. Marcas evocativas, ou seja, que contenham expressões de uso comum, de pouca originalidade e sem suficiente forma distintiva, podem conviver com outras semelhantes, dada a mitigação da exclusividade do registro.

2. O Tribunal de origem julgou nos moldes da jurisprudência pacífica desta Corte. Incidente, portanto, o enunciado 83 da Súmula do STJ.

3. Agravo interno a que se nega provimento."

(AgInt no REsp n. 2.053.824/SE, relatora Ministra Maria Isabel Gallotti, Quarta Turma, julgado em 29/4/2024, DJe de 2/5/2024.)

DIREITO EMPRESARIAL E MARCÁRIO. AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. CONFLITO ENTRE MARCA E NOME COMERCIAL. SIMILITUDE FONÉTICA E GRÁFICA. MARCA FRACA. TRADE DRESS. CONCORRÊNCIA DESLEAL. AUSÊNCIA DE PROVA DE CONFUSÃO DE MERCADO. AGRAVO INTERNO DESPROVIDO.

1. Discute-se, nos presentes autos, se a utilização das marcas confrontadas configura violação ao direito de exclusividade da marca "Restaurante Camarões", bem como se o conjunto-imagem (trade dress) utilizado pela ré configura concorrência desleal.

2. A marca "Restaurante Camarões" deve ser qualificada como evocativa, ou seja, denominação com baixo grau de distintividade e originalidade, o que permite a coexistência com outras marcas semelhantes. Nos termos da jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, marcas fracas atraem a mitigação da regra de exclusividade e podem conviver com outras semelhantes no mercado.

[...]

(AgInt no AREsp n. 1.303.548/RN, relator Ministro Raul Araújo, Quarta Turma, julgado em 17/9/2024, DJe de 3/10/2024.)

EMPRESARIAL. AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. DECISÃO DA PRESIDÊNCIA. RECONSIDERAÇÃO. AÇÃO DE ABSTENÇÃO DO USO DE MARCA. MARCA EVOCATIVA. MITIGAÇÃO DA EXCLUSIVIDADE. POSSIBILIDADE. AUSÊNCIA DE CONFUSÃO ENTRE OS CONSUMIDORES. CONVIVÊNCIA ENTRE MARCAS COM BAIXA DISTINTIVIDADE. VIABILIDADE. SÚMULA 7/STJ. ALCANCE DA MARCA DE ALTO RENOME. EXPRESSÃO ESTRANGEIRA. SÚMULA 7/STJ. CONVENÇÃO DA UNIÃO DE PARIS. FALTA DE

PREQUESTIONAMENTO. SÚMULAS 282 E 356 DO STF. AGRAVO INTERNO PROVIDO PARA CONHECER DO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. RECURSO ESPECIAL DESPROVIDO.

1. Agravo interno contra decisão da Presidência que não conheceu do agravo em recurso especial, devido à ausência de impugnação específica dos fundamentos da decisão de inadmissibilidade do apelo nobre. Reconsideração.

2. O cerne da questão é verificar se o agravado, uma tradicional associação desportiva de mais de cem anos, que tem como mascote a imagem de um lobo, na promoção de suas atividades, há cerca de 70 anos, tem direito ao uso da expressão "lobo" e respectiva ilustração em seus uniformes e em produtos comercializados junto a seus torcedores, a despeito do registro da marca da apelante.

3. "É entendimento desta Corte Superior que marcas tidas como fracas ou evocativas, que constituem expressão de uso comum, de pouca originalidade e sem suficiente força distintiva atraem a mitigação da regra de exclusividade do registro e podem conviver com outras semelhantes. Precedentes" (AgInt no AREsp 1.555.326/RJ, Rel. Ministro MARCO BUZZI, Quarta Turma, julgado em 10/2/2020, DJe 14/2/2020)

4. "O âmbito de proteção de uma marca é delimitado, acima de tudo, pelo risco de confusão que o uso de outro sinal, designativo de serviço idêntico, semelhante ou afim, possa ser capaz de causar perante o consumidor." (REsp 1.773.244/RJ, Rel. Ministra NANCY ANDRIGHI, Terceira Turma, julgado em 2/4/2019, DJe 5/4/2019).

5. Não se comprovou que, cumulativamente, as partes possuem o mesmo público alvo, e que a similitude entre as marcas cause confusão entre os consumidores, especialmente porque se trata de marca evocativa. Além disso, ao contrário do defendido pela agravante, a tradução do vocábulo italiano Lupo não possui força característica para cristalizar marca de alto renome.

6. O eg. Tribunal a quo, soberano na análise do acervo fático-probatório carreado aos autos, concluiu que não há confusão entre os consumidores de cada marca e que para aferir a extensão da marca de alto renome seria necessário analisar as provas acostadas aos autos. Incidência da Súmula 7 do STJ.

7. A ausência de enfrentamento pelo Tribunal de origem da questão posta no recurso impede o acesso à instância especial, porquanto ausente o requisito constitucional do prequestionamento. Incidência das Súmulas 282 e 356 do STF.

8. Agravo interno provido para, em nova análise, conhecer do agravo para negar provimento ao recurso especial.

(AgInt no AREsp n. 1.575.598/SP, relator Ministro Raul Araújo, Quarta Turma, julgado em 10/10/2022, DJe de 21/10/2022.)

AGRAVO INTERNO NOS EMBARGOS DE DECLARAÇÃO NO RECURSO ESPECIAL. CIVIL. PROPRIEDADE INTELECTUAL. AÇÃO DECLARATÓRIA DE NULIDADE DE REGISTRO DAS MARCAS ECOPISO E ECOFLOOR. COLIDÊNCIA COM AS MARCAS EUCAPISO E EUCAFLOOR. NÃO OCORRÊNCIA. IMPOSSIBILIDADE DE CONFUSÃO DOS PRODUTOS PELOS CONSUMIDORES. MARCAS FRACAS. EXCLUSIVIDADE MITIGADA. AGRAVO INTERNO PROVIDO.

1. Esta Corte já decidiu que: "para impedir o registro de determinada marca é necessária a conjunção de três requisitos: a) imitação ou reprodução, no todo ou em parte, ou com acréscimo de marca alheia já registrada; b) semelhança ou afinidade entre os produtos por ela indicados; c) possibilidade de a coexistência das marcas acarretar confusão ou dúvida no consumidor (Lei 9.279/96 - Art. 124, XIX); afastando o risco de confusão, é possível a coexistência harmônica das marcas" (REsp 949.514/RJ, Relator Ministro HUMBERTO GOMES DE BARROS, Terceira Turma, DJ de 22/10/2007).

2. A "análise da potencial confusão do público alvo (sob a perspectiva do homem médio) não pode ficar adstrita aos elementos nominativos confrontados [...], revelando-se de fundamental importância o exame da natureza dos produtos e o meio em que o seu consumo é habitual, bem como o trade dress (conjunto-imagem) adjunto à marca, ou seja, a reunião dos elementos capazes de identificá-los e diferenciá-los dos demais, tais como: embalagem, rótulo, impressão visual, cores, formato, configuração do produto, disposição, estilização e tamanho das letras, desenhos, entre outros" (REsp 1.336.164/SP, Relator Ministro LUIS FELIPE SALOMÃO, Quarta Turma, julgado em 7/11/2019, DJe de 19/12/2019.)

3. Na hipótese, ainda que haja alguma semelhança fonética e de grafia, tais expressões apresentam significados distintos, passando uma ideia mercadológica diversa, além de possuírem logomarcas muito diferentes, não havendo falar em colidência de marcas diante da impossibilidade de causar qualquer dúvida ou confusão ao consumidor.

Confrontando-se o trade dress das marcas, não se constata potencial de confusão dos produtos no mercado de consumo, diante da constatação de evidente distinção entre suas embalagens e a disposição de elementos visualmente perceptíveis, devendo-se, outrossim, destacar que EUCAPISO e EUCAFLOOR utilizam como elemento marcário preponderante a expressão "EUCA", nomeando os mais variados produtos de sua razão social como "EUCATOL", "EUCAPISO", "EUCAFORM", "EUCAFIX", "EUCAPLAC UV", "EUCADOOR", "EUCAFORM".

4. Além disso, está-se diante de marcas fracas ou evocativas. As marcas ECOPIISO e ECOFLOOR valem-se de expressões comuns ou genéricas - ECO, PISO e FLOOR - e, apesar de a sua junção poder trazer um conjunto inédito protegido, ainda assim devem ser tidas como marcas fracas, sugestivas ou evocativas, pois apresentam baixo grau de distintividade e, por conseguinte, não devem conferir exclusividade no registro ou, ao menos, devem ter a sua exclusividade mitigada, podendo ser utilizadas por outras marcas semelhantes ou afins que almejem retratar pisos com um viés de sustentabilidade.

5. Assim, é possível a convivência das marcas ECOPIISO e ECOFLOOR com as marcas EUCAPISO e EUCAFLOOR, pois são suficientemente distintas, não se constatando potencial confusão dos produtos no mercado de consumo.

6. Agravo interno provido para dar provimento ao recurso especial, reconhecendo a nulidade da decisão do INPI que cancelou o registro das marcas ECOPIISO e ECOFLOOR.

(AgInt nos EDcl no REsp n. 1.495.899/PR, relator Ministro Raul Araújo, Quarta Turma, julgado em 17/10/2023, DJe de 3/11/2023.)

Portanto, incide, no ponto, o óbice da **Súmula 83/STJ**.

Do direito de precedência (Art. 129, § 1º, da LPI)

A recorrente argumenta que a recorrida não poderia alegar precedência de uso por não ter impugnado o registro administrativamente ou via ação anulatória.

Contudo, a *ratio decidendi* do acórdão não se fundou exclusivamente na invalidação do registro da autora ou na concessão de registro à ré, mas sim na **inexistência de ilícito** decorrente do uso da marca pela recorrida, dada a natureza fraca do termo e a ausência de confusão. A menção ao art. 129, § 1º, da LPI e ao uso anterior desde 2009 (e-STJ fl. 559) serviu para reforçar a boa-fé da recorrida e a consolidação da situação de fato, elementos que corroboram a possibilidade de convivência pacífica entre os sinais distintivos no mercado.

Não há, pois, violação ao dispositivo legal, uma vez que a proteção marcária não é absoluta e deve ser interpretada em consonância com os princípios da livre concorrência e da função social da propriedade, especialmente quando se trata de signos de baixa distintividade.

Ante o exposto, conheço do agravo para negar provimento ao recurso especial.

Deixo de majorar os honorários recursais, porquanto já fixados no percentual máximo de 20% (vinte por cento).

É como voto.



SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

TERMO DE JULGAMENTO QUARTA TURMA

**AREsp 2.870.354 / GO
PROCESSO ELETRÔNICO**

Número Registro: 2025/0070037-6

Número de Origem:

527540034 52754003420218090051

Sessão Virtual de 03/03/2026 a 09/03/2026

Relator

Exmo. Sr. Ministro RAUL ARAÚJO

Presidente da Sessão

Exmo. Sr. Ministro JOÃO OTÁVIO DE NORONHA

Secretário

Dra. TERESA HELENA DA ROCHA BASEVI

AUTUAÇÃO

AGRAVANTE : AL RESTAURANTE E CHOPPERIA LTDA

ADVOGADO : OTÁVIO ALVES FORTE - GO021490

AGRAVADO : MEDEIROS & SILVESTRE AQUARIU S RESTAURANTE LTDA.

ADVOGADO : GUSTAVO DE CARVALHO - GO037553

ASSUNTO : DIREITO CIVIL - COISAS - PROPRIEDADE - PROPRIEDADE
INTELECTUAL / INDUSTRIAL - MARCA

TERMO

A QUARTA TURMA do Superior Tribunal de Justiça, em Sessão Virtual de 03/03/2026 a 09/03/2026, por unanimidade, decidiu conhecer do recurso mas lhe negou provimento, nos termos do voto do Sr. Ministro Relator.

Os Srs. Ministros Maria Isabel Gallotti, Antonio Carlos Ferreira, Luís Carlos Gambogi (Desembargador Convocado do TJMG) e João Otávio de Noronha votaram com o Sr. Ministro Relator. Presidiu o julgamento o Sr. Ministro João Otávio de Noronha.

Brasília, 09 de março de 2026