

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO - UNINOVE

Aline Martins Gonçalves

**RELEITURA CONTEMPORÂNEA DO CRIME DE  
CONCORRÊNCIA DESLEAL: UMA ANÁLISE JURÍDICA E A  
NECESSIDADE DE REFORMA PENAL**

SÃO PAULO

2024

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO - UNINOVE

Aline Martins Gonçalves

**RELEITURA CONTEMPORÂNEA DO CRIME DE  
CONCORRÊNCIA DESLEAL: UMA ANÁLISE JURÍDICA E A  
NECESSIDADE DE REFORMA PENAL**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade Nove de Julho – UNINOVE, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre, sob orientação do Professor Walter Godoy dos Santos Junior.

SÃO PAULO

2024

Gonçalves, Aline Martins.

Releitura contemporânea do crime de concorrência desleal: uma análise jurídica e a necessidade de reforma penal. / Aline Martins Gonçalves. 2024.

108 f.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Nove de Julho - UNINOVE, São Paulo, 2024.

Orientador (a): Prof. Dr. Walter Godoy dos Santos Junior.

1. Concorrência desleal. 2. Crime de concorrência desleal. 3. Lei de propriedade industrial. 4. Direito penal empresarial. 5. Reforma legislativa.

I. Santos Junior, Walter Godoy dos.

II. Título.

CDU 34

**ALINE MARTINS GONÇALVES**


**RELEITURA CONTEMPORÂNEA DO CRIME DE CONCORRÊNCIA DESLEAL:  
UMA ANÁLISE JURÍDICA E A NECESSIDADE DE REFORMA PENAL.**

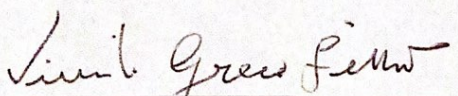
Dissertação apresentada ao  
Programa Pós-Graduação Stricto  
Sensu em Direito da Universidade  
Nove de Julho como parte das  
exigências para a obtenção do título  
de Mestre em Direito.

São Paulo, 05 de junho de 2024.

**BANCA EXAMINADORA**

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Walter Godoy dos Santos Junior  
Orientador  
UNINOVE

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Rodrigo de Grandis  
Examinador Interno  
UNINOVE

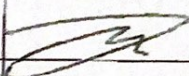

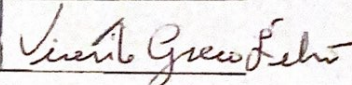
  
\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Vicente Greco Filho  
Examinador Externo  
USP



**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU EM DIREITO**

**ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO**

Aos cinco dias do mês de junho, de dois mil e vinte e quatro, às dez horas, na Universidade Nove de Julho, reuniu-se em sessão pública a Comissão Julgadora da Dissertação de Mestrado de **ALINE MARTINS GONÇALVES**, dissertação intitulada, **RELEITURA CONTEMPORÂNEA DO CRIME DE CONCORRÊNCIA DESLEAL: UMA ANÁLISE JURÍDICA E A NECESSIDADE DE REFORMA PENAL**, orientação do Professor Doutor Walter Godoy dos Santos Junior. Integraram a Comissão avaliadora os Professores Doutores: Walter Godoy dos Santos Junior, Rodrigo de Grandis e Vicente Greco Filho. A Banca examinadora, tendo decidido aceitar a dissertação, passou à arguição pública do(a) candidato(a) e, encerrado os trabalhos, os examinadores deram parecer final sobre a dissertação.

Parecer	Assinatura
Prof. Dr. Walter Godoy dos Santos Junior - PRESIDENTE <i>APROVADA</i>	
Prof. Dr. Rodrigo de Grandis - UNINOVE Aprovada	
Prof. Dr. Vicente Greco Filho - USP <i>Aprovada</i>	

Em sessão pública, após exposição, o (a) candidato (a) foi arguido oralmente pelos membros da banca, tendo a banca chegado ao seguinte resultado:

- ( ) Reprovação
- Aprovação
- ( ) Reformulação com uma nova banca
- ( ) Reformulação sem nova banca.

O (a) candidato (a) deverá, no prazo máximo de 30 dias, a partir da data de hoje, acatar todas as sugestões e eventuais correções realizadas pelos Senhores Examinadores, depositando então 1 (um) exemplar de sua dissertação encadernada em capa dura vermelha, escrita dourada, juntamente com declaração de autorização para depósito expedida e devidamente assinada pelo seu orientador, com parecer atestando o acatamento de todas as sugestões e eventuais correções determinadas pela Banca Examinadora.

Observações: *COM RECOMENDAÇÃO DE PUBLICAÇÃO.*

---



---

O candidato foi considerado *APROVADO*, no grau de Mestre em Direito e, para constar, eu, Alexandre Reis Siqueira Freire, Coordenador do Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Direito, lavrei a presente ata que assino juntamente com os membros da Banca Examinadora.

**Prof. Dr. Alexandre Reis Siqueira Freire**  
 Coordenador  
 Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Direito

## **AGRADECIMENTOS**

Em primeiro lugar, com especial carinho, agradeço ao Professor Walter Godoy dos Santos Junior, que aceitou a ousada tarefa de me orientar e me incentivou a desenvolver profundo interesse pela pesquisa científica.

Aos docentes do curso da pós-graduação, em particular aos Professores Rodrigo de Grandis e Marcelo Cavali, pelas suas valiosas e pertinentes contribuições durante a banca de qualificação, que foram fundamentais para o aprimoramento deste trabalho.

Expresso minha mais sincera gratidão ao Professor Vicente Greco Filho pelos inestimáveis ensinamentos, não apenas no âmbito jurídico, mas também nas lições valiosas de vida. Seu compromisso e dedicação em compartilhar conhecimento têm sido uma inspiração constante para o meu desenvolvimento acadêmico e pessoal.

À minha família, pela confiança depositada em mim. Todos foram importantes e de alguma forma contribuíram para conclusão desta etapa.

*Se pude ver mais longe, foi por estar sobre os ombros de gigantes.*

Isaac Newton

## RESUMO

GONÇALVES, Aline Martins. *Releitura contemporânea do crime de concorrência desleal: uma análise jurídica e a necessidade de reforma penal*. Dissertação (Mestrado). Universidade Nove de Julho – UNINOVE, São Paulo, 2024.

A presente dissertação de mestrado investiga as condutas que configuram o crime de concorrência desleal, conforme delineadas nos catorze incisos do artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial (Lei n. 9.279/1996), destacando a subsequente necessidade de aprimorar as disposições legislativas relacionadas e de atualizar o tipo penal correspondente. Em síntese, a deslealdade concorrencial incrimina o comportamento dos agentes de mercado que, tendo um dever de probidade na competição mercadológica, causam dolosamente um dano ao concorrente, mediante a quebra desse dever. Sob o ponto de vista da tutela penal, são exploradas ações distintas com idênticas consequências legais, evidenciando a insuficiente proteção penal. As críticas ao modelo penal positivo relacionam-se às extensas infrações escolhidas pelo legislador, que, apesar de apresentarem disparidades em suas gravidades, são sancionadas de maneira uniforme, todas punidas de forma simples. O estudo começa com a apresentação de casos concretos atualmente discutidos na doutrina e na jurisprudência, abordando a classificação dessas situações dentro das categorias previstas como crimes de concorrência desleal. Prossegue-se, então, com uma análise detalhada das condutas descritas e dos bens jurídicos protegidos pelo artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial. Em seguida, demonstra-se que a legislação não se limita à tutela exclusiva da propriedade industrial, abrangendo também outros elementos essenciais da empresa, ampliando a compreensão da proteção legal para além dos limites estritos da propriedade industrial. Depois de abordar esses pontos, a dissertação faz críticas ao sistema penal brasileiro no contexto da concorrência desleal, evidenciando a falta de proporcionalidade nas penalidades e a necessidade de reforma. Conclui-se pela urgência de uma reestruturação do tipo penal para melhor proteção dos concorrentes e para garantir uma atuação mais eficaz e coerente do sistema jurídico.

Palavras-chave: Concorrência Desleal. Crime de Concorrência Desleal. Lei de Propriedade Industrial. Direito Penal Empresarial. Reforma Legislativa.



## **ABSTRACT**

GONÇALVES, Aline Martins. *A contemporary reinterpretation of unfair competition crime: a legal analysis and the need for penal reform*. Dissertation (Master in Law). Nove de Julho University – UNINOVE, Sao Paulo, 2024.

*The present master's thesis investigates the conducts that constitute the crime of unfair competition, as delineated in the fourteen clauses of Article 195 of the Industrial Property Law (Law N. 9.279/1996), highlighting the subsequent need to improve related legislative provisions and update the corresponding penal type. In summary, unfair competition criminalizes the behavior of market agents who, having a duty of probity in market competition, deliberately cause harm to competitors by breaching this duty. From a penal perspective, distinct actions with identical legal consequences are explored, highlighting the insufficient penal protection. Critiques of the positive penal model relate to the extensive infractions chosen by the legislator, which, despite differing in severity, are uniformly sanctioned, all being punished in a straightforward manner. The study begins with the presentation of concrete cases currently discussed in doctrine and jurisprudence, addressing the classification of these situations within the categories outlined as crimes of unfair competition. It then proceeds to a detailed analysis of the conducts described and the legal goods protected by Article 195 of the Industrial Property Law. Next, it is shown that the legislation is not limited to the exclusive protection of industrial property, but also covers other essential elements of the business, expanding the understanding of legal protection beyond the strict limits of industrial property. After addressing these points, the thesis criticizes the Brazilian penal system in the context of unfair competition, highlighting the lack of proportionality in penalties and the need for reform. It concludes by emphasizing the urgency of restructuring the penal type for better protection of competitors and to ensure a more effective and coherent judicial system.*

*Keywords: Unfair Competition. Unfair Competition Crime. Industrial Property Law. Business Criminal Law. Legislative Reform.*

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária

CADE – Conselho Administrativo de Defesa Econômica

CC – Código Civil de 2002

CDC – Código de Defesa do Consumidor

CFC – Clorofluorcarbono

CNPJ – Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica

CONAR – Conselho Nacional Autorregulamentação Publicitária

CP – Código Penal

CPI – Código da Propriedade Industrial

CPP – Código de Processo Penal

CRFB/88 – Constituição da República Federativa do Brasil de 1988

CUP – Convenção da União de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial

GMC – Grupo Mercado Comum

IDEC – Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor

INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial

LPI – Lei de Propriedade Industrial

Ltda. – Sociedade Limitada

MERCOSUL – Mercado Comum do Sul

N. – número

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico

OMPI – Organização Mundial da Propriedade Intelectual

p. – página

RE – Recurso Extraordinário

RES. – Resolução

RHC – Recurso em *Habeas Corpus*

SA – Sociedade Anônima

STJ – Superior Tribunal de Justiça

STF – Supremo Tribunal Federal

TJSP – Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo

TJRJ – Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro

TRIPS – *Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>1. NOVOS CAMPOS DE INTERESSE PENAL DA CONCORRÊNCIA DESLEAL.....</b>	<b>13</b>
1.1. <i>Greenwashing</i> .....	15
1.2. <i>Astroturfing</i> .....	18
1.3. Ataques cibernéticos.....	22
<b>2. EVOLUÇÃO E ABRANGÊNCIA DO CRIME DE CONCORRÊNCIA DESLEAL....</b>	<b>27</b>
2.1. Recorte histórico-legislativo.....	27
2.2. Observações conceituais.....	30
2.2.1. Concorrência desleal para fins penais.....	30
2.2.2. Objeto do crime.....	33
2.2.3. Sujeitos do crime.....	35
2.2.4. Elementos subjetivo e finalístico.....	37
2.3. Análise das condutas expressas no artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial.....	38
2.3.1. Atos denigratórios.....	40
2.3.2. Atos confusórios.....	46
2.3.3. Atos contra a relação de trabalho.....	67
2.3.4. Atos contra o direito de sigilo.....	71
2.3.5. Falsa alegação de direito de exclusiva.....	80
<b>3. DESAFIOS DO SISTEMA PENAL BRASILEIRO NO TRATAMENTO DO DELITO DE CONCORRÊNCIA DESLEAL.....</b>	<b>83</b>
3.1. Conflitos com o direito da concorrência.....	84
3.2. Ambiguidade e subjetividade na tipificação.....	88
3.3. Eficiência e eficácia das medidas legais.....	90
3.4. Necessidade de reforma legislativa.....	94
<b>4. CONCLUSÃO.....</b>	<b>97</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>99</b>



## INTRODUÇÃO

O objetivo central desta dissertação é analisar o crime de concorrência desleal no cenário jurídico brasileiro, buscando entender a necessidade de revisar as normas penais vigentes para garantir uma proteção penal adequada da concorrência.

Em linhas gerais, a livre concorrência, esculpida no inciso IV do artigo 170 da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 (CRFB/88) como um princípio da ordem econômica, garante ao agente econômico a possibilidade de conquista de mercado em pé de igualdade com os demais competidores do mesmo setor.

De acordo com Eros Grau (2010), a ordem econômica compreende as relações ou atividades econômicas baseadas na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, visando assegurar a todos uma existência digna, conforme os princípios da justiça social.

Assim, a tutela da ordem econômica deve ser manifestada *lato sensu*<sup>1</sup>. A supressão da concorrência e o aumento indiscriminado dos lucros intensificam a disparidade entre os agentes econômicos, convertendo práticas legítimas em ilegítimas, caracterizando uma afronta à livre concorrência, aos direitos do consumidor e à função social da empresa.

Nessa perspectiva, a livre concorrência não é um fim em si, mas um meio para alcançar os objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil, permitindo ajustes no mercado vitais para a inovação e o desenvolvimento. Cabe ao Estado regular como os agentes econômicos irão atuar lado a lado, intervindo somente quando necessário para corrigir falhas.

Por um lado, a aplicação do princípio constitucional da livre concorrência não justifica a exclusão das normas de regulamentação do mercado; por outro, também não é correto presumir automaticamente sua violação.

A livre concorrência engloba tanto a liberdade pública, que é a faculdade de criar e explorar atividades econômicas privadas sujeitas apenas a restrições legais, quanto as liberdades privadas. Estas incluem a capacidade de atrair clientela sem recorrer à concorrência desleal, a

---

<sup>1</sup> Luiz Regis Prado (2016) ensina que: “Esse conceito de ordem econômica acaba por agasalhar as ordens tributária, financeira, monetária e a relação de consumo, entre outros setores, e constitui um bem jurídico-penal supraindividual, genericamente considerado (bem jurídico categorial), o que por si só não exclui a proteção de interesses individuais. Além disso, em cada tipo legal de injusto há um determinado bem jurídico específico ou em sentido estrito (essencialmente de natureza supraindividual), diretamente protegido em cada figura delitiva. Tal concepção fundamenta em sede penal um conceito amplo de delito econômico, mas não totalizador ou amplíssimo”.

proibição de práticas que prejudiquem a competição e a neutralidade estatal frente ao fenômeno concorrencial, mantendo igualdade entre os concorrentes (GRAU, 2010).

A conduta desleal de um agente econômico introduz um desequilíbrio na concorrência, tornando imperativa a existência de legislações que estabeleçam limites claros e prevejam sanções eficazes contra práticas desonestas no mercado.

É essencial estabelecer uma distinção entre as normas de concorrência desleal que dizem respeito a interesses privados e aquelas relacionadas ao interesse público. As primeiras buscam resguardar diretamente os elementos empresariais, como imagem, nome empresarial, clientela e imitação de produtos. Elas têm uma aplicação residual em infrações relacionadas a outros direitos, como a propriedade intelectual. Por sua vez, as normas relacionadas ao interesse público têm por objetivo combater o abuso do poder econômico, preservando a liberdade de concorrência no contexto mais amplo da ordem econômica e social. Isso abrange questões como monopólios, *dumping* e outras práticas anticoncorrenciais que prejudicam o mercado como um todo, frequentemente reguladas por órgãos governamentais e agências de defesa da concorrência incumbidos de fiscalizar e assegurar a conformidade com as regras estabelecidas.

A repressão à concorrência desleal, além de ser percebida como uma salvaguarda dos direitos individuais, especialmente no âmbito da propriedade industrial, também encontra fundamento na proteção de direitos transindividuais, como o mercado concorrencial, o mercado de consumo e, de maneira abrangente, outros interesses afetados.

Ressalte-se que não existe contradição entre as proteções de direitos privados dos concorrentes e de direitos transindividuais, como os difusos, coletivos e individuais homogêneos. Uma proteção não exclui a outra, pois a lei resguarda interesses particulares sem negligenciar os de caráter público.

Isso se torna evidente ao constatar que a propriedade industrial é reconhecida constitucionalmente como um direito fundamental individual, enquanto também está vinculada ao interesse social e ao desenvolvimento tecnológico e econômico nacional.

A legislação pátria estabeleceu mecanismos jurídicos específicos para a dissuasão e a repressão, tanto no âmbito civil quanto penal, da exploração indevida da propriedade industrial por terceiros, alinhando-se aos padrões internacionais. Entre os vários instrumentos jurídicos disponíveis para enfrentar a concorrência desleal, é pertinente explorarmos aqueles diretamente relacionados à sua repressão penal, especialmente no contexto do crime de concorrência desleal.

## 1. NOVOS CAMPOS DE INTERESSE PENAL DA CONCORRÊNCIA DESLEAL

O artigo 10 *bis* da Convenção da União de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial (CUP), de 1883, e suas revisões posteriores<sup>2</sup>, estabelece princípios fundamentais para combater atos de concorrência desleal<sup>3</sup>.

A doutrina brasileira destaca que a noção do termo “usos honestos em matéria industrial ou comercial”, previsto na alínea 2 do artigo 10 *bis*, deve moldar-se pelos costumes internos de cada país e pelas evoluções temporais<sup>4</sup>. Dessa forma, é essencial definir as "práticas moralmente aceitas" com base nos valores e normas sociais do contexto local, bem como nos princípios do regime jurídico aplicável.

A compreensão de concorrência desleal é dinâmica e contextual, refletindo os padrões éticos e legais específicos de cada nação. As diretrizes devem ser aplicadas de maneira flexível para se adequar às particularidades de cada sistema jurídico e às normas sociais vigentes.

Conforme observa Gama Cerqueira (1956), devido à complexidade de se definir concorrência desleal e à impossibilidade de prever e enumerar todas as condutas censuráveis, tendo em vista a diversidade das artimanhas utilizadas pelos concorrentes desleais e a infinitude dos recursos da astúcia humana, os doutrinadores geralmente optam por classificar tais condutas com base em seus fins, concentrando-se especialmente na análise das práticas mais usuais.

Em contrapartida, Oliveira Neto (2007) argumenta que, sendo a concorrência desleal um tipo aberto suscetível de adaptação às mudanças nas práticas sociais e econômicas, sua definição não deve ser delineada nos fins visados, mas sim nos meios utilizados. Para o autor,

---

<sup>2</sup> A Convenção da União de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial (CUP), de 1883, já foi revista sete vezes; a última em Estocolmo, em 14 de julho de 1967, foi promulgada no Brasil por meio do Decreto n. 635/1992.

<sup>3</sup> CUP: “Artigo 10 *bis*. 1) Os países da União obrigam-se a assegurar aos nacionais dos países da União proteção efetiva contra a concorrência desleal. 2) Constitui ato de concorrência desleal qualquer ato de concorrência contrário aos usos honestos em matéria industrial ou comercial. 3) Deverão proibir-se particularmente: 1º. Todos os atos suscetíveis de, por qualquer meio, estabelecer confusão com o estabelecimento, os produtos ou a atividade industrial ou comercial de um concorrente; 2º. As falsas alegações no exercício do comércio, suscetíveis de desacreditar o estabelecimento, os produtos ou a atividade industrial ou comercial de um concorrente; 3º. As indicações ou alegações cuja utilização no exercício do comércio seja suscetível de induzir o público em erro sobre a natureza, modo de fabricação, características, possibilidades de utilização ou quantidade das mercadorias.

<sup>4</sup> Nesse sentido, Denis Borges Barbosa (2003): “Para que se configure deslealdade na concorrência o parâmetro não é legal, mas fático. É preciso que os atos de concorrência sejam contrários aos “usos honestos em matéria industrial ou comercial” (Convenção de Paris, art. 10-bis) ou a “práticas comerciais honestas” (TRIPs, art. 39) - sempre apurados segundo o contexto fático de cada mercado, em cada lugar, em cada tempo. Os textos internacionais fixam parâmetros básicos para o que seja, em princípio, desleal, mas em cada caso a ponderação do ilícito será feita contextualmente.”

o desvio de clientela, por exemplo, não é ilícito por si só, sendo inerente ao próprio objeto da concorrência, mas pode se tornar ilícito quando avaliada a idoneidade dos atos e expedientes empregados.

Pedro Marcos Nunes Barbosa (2022) ensina que a definição da base material que sustenta a concepção de lealdade entre os competidores mostra-se altamente flexível ao longo do tempo. Isso porque, dependendo do contexto histórico, dentro do mesmo setor empresarial, uma ação pode ser considerada leal em um momento e, em seguida, desleal, devido à mutabilidade das expectativas legítimas, dos costumes específicos e do que é ou não considerado abusivo.

A constante evolução no campo da concorrência desleal fica evidente com o avanço da tecnologia e as mudanças nas dinâmicas do mercado, que têm propiciado o contínuo surgimento de novas estratégias anticompetitivas nos ambientes industrial e comercial.

Com a expansão do comércio eletrônico e das redes sociais, novos métodos de concorrência desleal têm sido reconhecidos pela doutrina e pela jurisprudência. Isso inclui a violação do conjunto-imagem (*trade dress*), a publicidade comparativa e a obtenção de *links* patrocinados em motores de busca na *internet*.

Entretanto, ainda existe uma série de comportamentos que não foram amplamente debatidos ou identificados como desonestos, tornando cada vez mais desafiador assegurar uma competição justa e transparente. Entre esses, destacam-se as estratégias de *marketing* enganosas, cujo objetivo é criar uma falsa imagem empresarial de responsabilidade ambiental, e a manipulação algorítmica em plataformas digitais, por meio do uso de depoimentos ou avaliações artificiais dos consumidores.

Além disso, especialmente em setores altamente competitivos, como tecnologia, farmacêutica e energia, observa-se uma crescente preocupação com os ataques cibernéticos, que podem configurar uma forma de concorrência desleal quando realizados com o intuito de prejudicar diretamente os concorrentes, minar sua reputação, interromper suas operações ou roubar informações confidenciais para obter uma vantagem competitiva injusta no mercado.

Na sequência, serão examinadas algumas dessas práticas e como estão relacionadas ao crime de concorrência desleal.



### 1.1. *Greenwashing*

Sob a ótica da propaganda empresarial, cultivar uma imagem positiva representa uma estratégia eficaz para diferenciar a empresa no mercado. E, em tempos de crescente consciência ambiental, associar a identidade empresarial à sustentabilidade, seja real ou percebida, emerge como uma excelente tática para conquistar novos segmentos de consumidores.

Essa associação, conhecida como *marketing* verde, possibilita que as empresas se beneficiem da percepção de serem ecologicamente responsáveis, mesmo que tal comprometimento seja apenas superficial. Por vezes, observa-se uma prática dissimulada, em que as empresas buscam transmitir ao consumidor uma imagem de engajamento ambiental com o intuito de maximizar seus lucros, mesmo não estando verdadeiramente alinhadas com a agenda sustentável.

O *greenwashing* é o processo pelo qual empresas apresentam-se como ambientalmente responsáveis sem que haja um comprometimento efetivo com práticas sustentáveis. Em outras palavras, o *greenwashing* mascara a realidade dos produtos ou da gestão corporativa, criando uma falsa percepção de responsabilidade ecológica (ANDREOLI; LIMA; PREARO, 2017).

Com o intuito de identificar práticas de publicidade ambiental enganosa, a *Terrachoice*, empresa especializada em *marketing* ambiental, divulgou um relatório enumerando os "sete pecados do *greenwashing*" (MORAN; O'NEILL, 2022). Entre essas condutas, merecem destaque as alegações ambientais falsas, imprecisas ou irrelevantes, como afirmar que um desodorante não contém clorofluorcarbono (CFC), quando, na realidade, isso já é exigido por lei; e a exibição de rótulos enganosos, como produtos que empregam palavras ou imagens insinuando um endosso por parte de terceiros, que de fato não foi concedido.

A repressão contra a prática de *greenwashing* já está firmemente estabelecida nos Estados Unidos da América por meio das atuações da *National Advertising Division* e da *Advertising Standards Authority*.

Em agosto de 2020, a *National Advertising Division* iniciou uma investigação contra a empresa Maré Purpura, que afirmava que seu detergente para a roupa era 100% (cem por cento) vegetal, enquanto na realidade o produto era composto apenas por 75% (setenta e cinco por cento) de ingredientes vegetais. A empresa concordou em ajustar as alegações presentes no rótulo do produto. (FUNVERDE, 2022)

Em outro caso, datado de janeiro de 2022, a *Advertising Standards Authority* proibiu um anúncio da empresa *Oatly* no qual um especialista em clima afirmava que eliminar laticínios e carne da dieta reduziria o impacto ambiental. (FUNVERDE, 2022)

No Brasil, o assunto foi abordado pelo Supremo Tribunal Federal (STF) em sede de mandado de injunção. O impetrante alegava uma omissão legislativa na proteção contra a propaganda comercial ambiental enganosa, defendendo a necessidade de uma “certificação da propaganda ambiental” por meio da promulgação de uma lei federal. Entretanto, o Relator, Ministro Gilmar Mendes, sustentou que o combate ao *greenwashing* deve ser realizado no âmbito das relações de consumo, sendo inadequada a criação de uma legislação federal específica sobre o tema<sup>5</sup>.

Com o objetivo de proteger os consumidores, o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) compilou uma lista de empresas acusadas de praticar *greenwashing* e a disponibilizou em seu *site* oficial.

Verifica-se que a discussão sobre a propaganda ambiental enganosa está restrita ao contexto das relações de consumo, sendo necessário o questionamento sobre a possibilidade de estendê-la à esfera da concorrência desleal.

A resposta afirmativa parece evidente. A empresa que promove uma imagem de comprometimento ambiental não respaldada por ações concretas, empregando estratégias de *marketing* que distorcem suas iniciativas ambientais, fazendo declarações enganosas ou exageradas sobre a natureza de seus produtos, políticas ou práticas, com o objetivo de parecer mais sustentável do que realmente é, cria uma percepção falsa de superioridade em relação aos concorrentes, obtendo uma vantagem competitiva de maneira desonesta.

Por essa razão, o *greenwashing* pode ser considerado um comportamento antiético que não apenas mina a confiança dos consumidores, mas também distorce a competição justa entre as empresas, caracterizando-se como uma forma de concorrência desleal. Essa prática pode

---

<sup>5</sup> De acordo com o Supremo Tribunal Federal: “[...] já há norma federal que viabilize o exercício dos direitos de proteção à propaganda comercial, seja ela ambiental ou de qualquer outra natureza. E uma vez que não demonstrada a inviabilidade, em concreto, de direitos ou liberdades tutelados constitucionalmente, ausente está a legitimidade do impetrante para postular, em mandando de injunção, a sua viabilização. Situação configurada nos presentes autos, haja vista a existência da Lei n. 8.078/90. Portanto, não há omissão legislativa a ser sanada, e assim, o presente *writ* é manifestamente incabível. [...]” (Mandado de Injunção n. 4766, Relator Ministro Gilmar Mendes, Decisão Monocrática, data de julgamento: 04.03.2013, publicado no Diário da Justiça eletrônico: 07.03.2013).

resultar em vantagens competitivas injustas, distorção da percepção do consumidor, prejuízo à confiança do mercado e impacto regulatório.

Empresas que adotam o *greenwashing* conseguem vantagens no mercado sem fazer os investimentos necessários em sustentabilidade. Isso lhes permite oferecer preços mais baixos ou alcançar uma imagem de marca mais atrativa, em comparação com aquelas que realmente investem em práticas ecológicas legítimas.

A distorção da percepção dos consumidores, levando-os a acreditar que estão adquirindo produtos mais ecológicos, pode desviar clientes de empresas que realmente investem em sustentabilidade, prejudicando esses concorrentes honestos e reduzindo o incentivo para que outras empresas adotem práticas ambientais.

Além disso, quando essas práticas são expostas, pode ocorrer uma perda generalizada de confiança nas alegações ambientais das empresas. Isso prejudica todo o mercado concorrencial, pois aumenta o ceticismo dos consumidores em relação às alegações ambientais de todas as empresas do setor.

À medida que o *greenwashing* se torna mais prevalente, torna-se imperativo para legisladores e órgãos reguladores identificarem e penalizarem tais práticas para garantir um mercado mais justo e realmente sustentável. Isso pode levar à implementação de normas e certificações mais rigorosas, aumentando os custos operacionais das empresas do setor. Embora isso possa ser benéfico a longo prazo, pode também ser um obstáculo adicional para empresas menores ou aquelas que já estão lutando para se adaptar a regulamentações ambientais.

Concretamente, estas práticas podem incidir no delito de concorrência desleal por meio do fornecimento de informações falsas, do desvio de clientela e até mesmo de danos significativos à reputação de empresas que realmente adotam práticas sustentáveis.

Note-se que, o *greenwashing* não apenas desvia o curso do progresso ambiental necessário, mas também distorce a concorrência leal, criando uma dinâmica de mercado em que a imagem pode sobrepor-se à substância de maneira prejudicial tanto para consumidores quanto para os concorrentes.

No entanto, as práticas de *greenwashing* ainda não são identificadas legal, doutrinária ou jurisprudencialmente como condutas passíveis de tipificação do crime de concorrência desleal, mesmo quando usadas para ganhar vantagem competitiva sobre concorrentes que adotam práticas ambientais genuinamente responsáveis.

## 1.2. *Astroturfing*<sup>6</sup>

*Astroturfing* (substantivo): prática de publicar opiniões ou comentários na *internet*, nos meios de comunicação etc., que parecem vir de membros da comunidade, mas na verdade provêm de uma determinada empresa ou grupo político, como forma de fazer parecer que um produto, política, opinião etc., é muito popular ou tem muito apoio público. (CAMBRIDGE ADVANCED LEARNER'S DICTIONARY & THESAURUS, 2024, tradução nossa<sup>7</sup>).

Daniel Reis Silva (2015) elucida que a essência da *astroturfing* é a simulação de um apoio público genuíno a uma causa, ideia ou organização, muitas vezes disfarçando sua verdadeira origem ou intenções. Isso inclui a formação de grupos ou organizações que, mesmo sendo financiados por interesses privados, se apresentam como independentes e comprometidos com o interesse coletivo.

Ocasionalmente, indivíduos não cientes dessa manipulação podem aderir e contribuir com esses grupos artificiais, adicionando uma camada de autenticidade percebida. É importante, no entanto, entender que a participação dessas pessoas não muda o fato de que o apoio é artificialmente fabricado desde o início, uma realidade que permanece significativa. (SILVA, 2015)

Um exemplo histórico disso envolveu uma das principais indústrias do tabaco dos Estados Unidos da América, a Philip Morris, que em 1993 financiou a criação da *National Smokers Alliance* (NSA) por meio da agência de relações públicas Burson-Marsteller. A NSA apresentava-se como uma associação genuína de base (*grassroots*), supostamente formada por fumantes preocupados com a restrição ao consumo de cigarros em virtude de novas legislações. Mas essa associação não era, de fato, espontânea e nem possuía membros no momento de sua criação; era, na realidade, uma tática financiada pela Philip Morris para pressionar o governo contra essas legislações. (HOGGAN; LITTLEMORE, 2009)

As suspeitas em relação à natureza da NSA surgiram em 1994, quando um artigo escrito por Peter Stone no *National Journal* destacou as conexões entre a associação e a agência

---

<sup>6</sup> Essa expressão faz referência à marca de grama sintética *AstroTurf*®, fabricada com intuito de imitar a grama natural. A origem da marca está disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/AstroTurf>. Acesso em: 18 mar. 2024.

<sup>7</sup> No original: “*astroturfing* [noun]: the practice of publishing opinions or comments on the internet, in the media, etc. that appear to come from ordinary members of the public but actually come from a particular company or political group, as a way to make it seem that a product, policy, opinion, etc. is very popular or has a lot of public support”. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/astroturfing>. Acesso em: 18 mar. 2024.



Burson-Marsteller. Stone questionava, por exemplo, o fato de Thomas Humber, vice-presidente da Burson-Marsteller, ocupar o cargo de presidente da NSA, assim como vários outros executivos da agência estarem em posições-chave na associação. Apesar das suspeitas levantadas, a NSA afirmou em 1995 que tinha mais de três milhões de membros. (STAUBER; RAMPTON, 1995)

O caso envolvendo a NSA ganhou notoriedade entre 1997 e 1998, após a divulgação dos registros financeiros da organização. Estes mostraram que, em 1996, as contribuições de associados somaram pouco mais de US\$ 70.000 (setenta mil dólares), representando menos de 1% (um por cento) do seu orçamento anual. Paralelamente, documentos vazados da Philip Morris revelaram que a corporação havia contribuído com mais de US\$ 7.000.000 (sete milhões de dólares) para a NSA (LEVIN, 1998).

Esse escândalo culminou no encerramento da associação em 1999. Contudo, a NSA teve um impacto notável ao moldar o debate público envolvendo o tabaco entre os anos de 1993 e 1997. (HOGGAN; LITTLEMORE, 2009)

A verdadeira essência da NSA foi revelada somente no ano de 2002, após o cumprimento de um acordo judicial que exigia das empresas de tabaco a divulgação de documentos sobre suas operações. Isso incluiu a exposição do contrato entre a Philip Morris e a Burson-Marsteller para a formação da associação, bem como suas estratégias de atuação.

O episódio envolvendo a NSA não apenas trouxe à tona a prática de *astroturfing*, mas também introduziu um aspecto inovador: a mobilização coordenada de públicos com a construção de uma base de apoio fabricada.

As mídias sociais têm ampliado o alcance e a eficácia da *astroturfing*, tornando opiniões fabricadas mais convincentes e percebidas como legítimas e autênticas. O anonimato proporcionado pelas plataformas digitais facilita a interação constante dos usuários, criando um ambiente propício para a execução de práticas enganosas que simulam engajamento público autêntico.

No Brasil, o reconhecimento do uso da *astroturfing* na *internet* tem ocorrido de maneira mais gradual e discreta do que em outros países.

Um caso marcante que demonstra a utilização dessa prática para influenciar a opinião pública em favor de interesses comerciais específicos foi o do movimento "Eu Sou da Lapa", que emergiu no município do Rio de Janeiro em 2005. Este movimento se apresentava como uma iniciativa popular para revitalizar o bairro da Lapa, que na época estava há mais de trinta

anos sem grandes investimentos imobiliários. Entretanto, o movimento tinha sido criado pela agência de publicidade Espalhe Marketing de Guerrilha, contratada pela construtora Klabin Segall, como forma de garantir o sucesso de um novo empreendimento imobiliário na região. (SILVA, 2015)

A agência Espalhe Marketing de Guerrilha artificialmente concebeu o movimento “Eu Sou da Lapa”, por meio da contratação de personalidades cariocas para representá-lo, da distribuição de guias e da ampla divulgação de informações sobre o bairro da Lapa em um *site* da *internet*. Esta campanha gerou mais de quatro milhões de reais em valor de mídia e foi retratada pela imprensa como um componente chave na revitalização do bairro. (ESPALHE, 2009)

É importante reconhecer que o objetivo principal dessa campanha de revitalização era promover os interesses imobiliários da construtora Klabin Segall. A estratégia visava influenciar a percepção do público sobre a empresa, moldando assim determinados aspectos da opinião das pessoas em relação à situação.

Apesar da agência Espalhe Marketing de Guerrilha ter admitido publicamente que o movimento foi criado para parecer espontâneo, não surgiram consequências negativas para a ação publicitária, e o movimento “Eu Sou da Lapa” continuou sendo aceito como autêntico<sup>8</sup>.

A percepção sobre a *astroturfing* no país começou a mudar quando, no dia 18 de abril de 2012, a expressão #VejaBandida rapidamente se tornou o segundo assunto mais comentado mundialmente, durante cerca de trinta minutos, na rede social *Twitter*, atualmente denominada X. Esse fenômeno foi resultado de uma série de publicações organizadas por usuários, após a revelação de que o redator chefe da revista *Veja* tinha conexões próximas com um contraventor preso em uma operação da Polícia Federal. No dia seguinte, vários veículos de mídia e *blogs* reportaram sobre o incidente. (SILVA, 2015)

No dia 12 de maio do mesmo ano, a revista *Veja* publicou uma matéria intitulada "Falcão e os insetos: guerrilha digital envenena o *twitter*", com uma reportagem específica sobre o caso #VejaBandida. O texto da matéria alegava que as publicações no *Twitter* eram um caso de

---

<sup>8</sup> Essa afirmação pode ser constatada no site da *Wikipédia*: “Na tentativa de resgatar a vocação residencial da região, foi criado o movimento *Eu Sou da Lapa*. Inspirado na famosa campanha *I love NY*, que ajudou a revitalizar a cidade estadunidense que estava em decadência na década de 1970, o movimento busca resgatar o orgulho de pertencer ao bairro. Com o apoio do poder público e a adesão da maioria dos estabelecimentos comerciais da Lapa, o *Eu Sou da Lapa* foi espalhado pela cidade”. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Lapa\\_\(Rio\\_de\\_Janeiro\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Lapa_(Rio_de_Janeiro)). Acesso em: 18 mar. 2024.

*astroturfing*, orquestrado pelo Partido dos Trabalhadores e demais partidos políticos coligados. (VEJA, 2012)

A revista definiu *astroturfing* como uma tentativa de criar a impressão de um apoio popular quando na verdade é muito menor do que parece. Alegou ainda que cerca de 50% (cinquenta por cento) das publicações envolvendo a expressão #VejaBandida vieram de apenas cem perfis, incluindo robôs e contas falsas. Enfatizou, ainda, a ligação entre *astroturfing* e a *internet*, fazendo uma forte condenação moral à prática, retratando-a como uma ameaça à integridade da comunicação online. (VEJA, 2012)

Após a publicação da matéria, houve uma ampla repercussão na *internet*, incluindo novas publicações no *Twitter* com a expressão #VejaTemMedo, criticando a denúncia da revista. Muitos usuários questionaram a veracidade das alegações da Veja, apontando falhas na identificação de contas falsas e robôs. A presença de um público simulado misturado a um público autêntico nas manifestações *online*, gerou conexões complexas e, por vezes, contraditórias entre elas. (SILVA, 2015)

A crescente sofisticação da *astroturfing* como ferramenta de propaganda evidencia a urgência de uma conscientização e regulamentação mais amplas para assegurar a integridade das informações e a transparência na comunicação.

De outra vertente, a prática de *astroturfing* representa um desafio significativo para o direito empresarial, especialmente no que tange à concorrência desleal, quando utilizada para promover interesses comerciais sob o disfarce de movimentos populares independentes. Essa abordagem permite que empresas promovam agendas ocultas, podendo desacreditar concorrentes ou criticar regulamentações sob o manto da neutralidade.

Existem várias maneiras de identificar a *astroturfing* como uma forma de concorrência desleal, incluindo a distorção da realidade do mercado, a manipulação competitiva e o falseamento de avaliações na *internet*.

No primeiro cenário, o objetivo é criar uma falsa impressão de popularidade para empresas, produtos ou serviços, distorcendo assim a realidade do mercado. Essa estratégia pode induzir os consumidores a tomarem decisões baseadas em percepções equivocadas, afetando negativamente os competidores que adotam uma postura de transparência e ética.

A manipulação competitiva ocorre quando a *astroturfing* é usada para macular a reputação dos concorrentes, espalhando desinformação ou críticas infundadas sobre seus produtos ou práticas comerciais. Isso resulta em uma competição injusta, conferindo vantagens

indevidas às empresas que recorrem a táticas desonestas em detrimento daquelas que agem com integridade.

Além disso, o falseamento de avaliações *online*, seja por meio da criação de comentários positivos aparentemente imparciais ou da orquestração de campanhas de mídia social para inflar artificialmente a reputação de uma empresa, contribui para uma narrativa falsa de aceitação e suporte por parte do público. Isso pode dar a uma empresa uma vantagem injusta, pois permite a promoção de seus produtos ou serviços enquanto minimiza ou oculta os riscos ou aspectos negativos, que são suprimidos ou ignorados nas mensagens divulgadas.

Embora as estratégias discutidas possam ser utilizadas de maneira ética para influenciar positivamente a opinião pública, frequentemente elas extrapolam os limites éticos e legais, transformando-se em concorrência desleal criminosa, especialmente quando empregadas para disseminar informações falsas, desviar clientela ou violar informações confidenciais.

Apesar da expansiva ocorrência de práticas como a *astroturfing*, as legislações vigentes que visam coibir a concorrência desleal ainda não enfrentam essa questão de maneira adequada, resultando em uma significativa lacuna na proteção contra esse tipo de manipulação.

### 1.3. Ataques cibernéticos

Os ataques cibernéticos são ações maliciosas realizadas por indivíduos ou organizações criminosas com o objetivo de comprometer sistemas de computadores, redes, dispositivos ou dados. Esses ataques podem ter motivações diversas, incluindo ganho financeiro, espionagem comercial, ou simplesmente por motivações ideológicas. Entre os principais tipos de ataques cibernéticos, destacam-se:

- Ataques de Negação de Serviço (DDoS)<sup>9</sup>: um grande volume de tráfego é direcionado a um sistema de computador, rede ou serviço *online* de forma simultânea, sobrecarregando-o e tornando-o inacessível para usuários legítimos. Essa interrupção do serviço pode causar prejuízos financeiros, danos à reputação ou outros impactos negativos para a empresa afetada.

---

<sup>9</sup> A sigla DDoS significa *Distributed Denial of Service* (Negação de Serviço Distribuída). Disponível em: [https://olhardigital.com.br/2023/11/10/seguranca/o-que-e-e-como-funciona-um-ataque-ddos/#google\\_vignette](https://olhardigital.com.br/2023/11/10/seguranca/o-que-e-e-como-funciona-um-ataque-ddos/#google_vignette). Acesso em: 23 abr. 2024.

- Injeção de SQL<sup>10</sup>: consiste na inserção de código SQL malicioso em formulários da *web* ou campos de entrada para manipular bancos de dados e obter acesso não autorizado ou modificar informações armazenadas. As consequências desse ataque podem incluir o vazamento de informações confidenciais, o comprometimento da integridade dos dados, a perda de privacidade e a completa exploração do sistema.
- Ataques de Engenharia Social: envolvem a manipulação psicológica de indivíduos para obter informações confidenciais ou acesso a sistemas protegidos. Isso pode abranger o envio de mensagens eletrônicas falsas (*phishing*) ou a representação falsa de funcionários de suporte técnico, fornecedores confiáveis ou colegas de trabalho (*pretexting*).
- Ataques de *Spoofing*<sup>11</sup>: consistem nas falsificações de informações de identificação, como endereços de IP (*Internet Protocol*), endereços de *e-mail* ou números de telefone, com o objetivo de mascarar a verdadeira origem de um ataque e enganar os sistemas de segurança.
- Ataques a Redes Sem Fio: exploração de vulnerabilidades de redes sem fio, públicas ou corporativas, para interceptar comunicações, obter acesso não autorizado a dispositivos conectados ou lançar ataques direcionados a outros dispositivos na rede.

A inclusão do crime de invasão de dispositivo informático no artigo 154-A do Código Penal (Decreto-Lei n. 2.848/1940), por meio da Lei n. 12.737/2012, e sua subsequente atualização pela Lei n. 14.155/2021<sup>12</sup>, representou um avanço legislativo significativo.

---

<sup>10</sup> A sigla SQL significa *Structured Query Language* (Linguagem de Consulta Estruturada). Resumidamente, é uma linguagem de programação para lidar com banco de dados relacional (baseado em tabelas). Foi criado para que vários desenvolvedores pudessem acessar e modificar dados de uma empresa simultaneamente, de maneira descomplicada e unificada. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/software/146482-sql-que-ele-serve.htm> Acesso em: 23 abr. 2024.

<sup>11</sup> O termo *spoofing* vem do verbo em inglês *spoof* (imitar, fingir), que em Tecnologia da Informação é um jargão usado para falsificação. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/o-que-e-spoofing/> Acesso em: 23 abr. 2024.

<sup>12</sup> Código Penal: “Art. 154-A. Invadir dispositivo informático de uso alheio, conectado ou não à rede de computadores, com o fim de obter, adulterar ou destruir dados ou informações sem autorização expressa ou tácita do usuário do dispositivo ou de instalar vulnerabilidades para obter vantagem ilícita: Pena – reclusão, de um a quatro anos, e multa. §1º Na mesma pena incorre quem produz, oferece, distribui, vende ou difunde dispositivo ou programa de computador com o intuito de permitir a prática da conduta definida no caput. §2º Aumenta-se a pena de um terço a dois terços se da invasão resulta prejuízo econômico. §3º Se da invasão resultar a obtenção de conteúdo de comunicações eletrônicas privadas, segredos comerciais ou industriais, informações sigilosas, assim definidas em lei, ou o controle remoto não autorizado do dispositivo invadido: Pena – reclusão, de dois a cinco anos, e multa. §4º Na hipótese do §3º, aumenta-se a pena de um a dois terços se houver divulgação, comercialização ou transmissão a terceiro, a qualquer título, dos dados ou informações obtidos. §5º Aumenta-se a pena de um terço à metade se o crime for praticado contra: I - Presidente da República, governadores e prefeitos; II - Presidente do Supremo Tribunal Federal; III - Presidente da Câmara dos Deputados, do Senado Federal, de Assembleia

É importante destacar que o parágrafo 3º do referido artigo qualifica o crime quando envolve a obtenção de “conteúdo de comunicações eletrônicas privadas, segredos comerciais ou industriais, informações sigilosas, assim definidas em lei, ou o controle remoto não autorizado do dispositivo invadido”; assim como o parágrafo 4º, prevê uma causa de aumento de pena do parágrafo anterior “se houver divulgação, comercialização ou transmissão a terceiro, a qualquer título, dos dados ou informações obtidos”.

A parte final do parágrafo 3º contempla uma situação conhecida como "acesso remoto", que pode ser estabelecida em ambientes corporativos. O uso do *software Team Viewer*, por exemplo, permite que uma equipe de trabalho acesse, em tempo real, todas as atividades que outros colegas executam em diferentes máquinas. No entanto, esse acesso pode ser efetuado de maneira clandestina, permitindo ao invasor manipular dados, informações e até mesmo executar ações no sistema informático alheio sem o conhecimento ou autorização dos proprietários.

Comunicações eletrônicas privadas são interações entre indivíduos ou grupos que ocorrem através de meios digitais ou eletrônicos, nos quais o acesso à informação é restrito aos participantes da comunicação. Essas comunicações incluem endereços eletrônicos pessoais ou profissionais, mensagens instantâneas em aplicativos como *WhatsApp*, chamadas de voz ou vídeo por meio de plataformas digitais, postagens em redes sociais configuradas para serem visíveis apenas por amigos ou grupos fechados, ou arquivos compartilhados através de serviços de nuvem com acesso restrito.

Elisabeth Fekete (2003) descreve o segredo de negócio como um tipo de conhecimento aplicável nas esferas industrial e comercial das atividades empresariais, caracterizado por seu acesso limitado e por possuir uma certa originalidade. Esse conhecimento é lícito, pode ser transferido e não está protegido por patente. A manutenção desse segredo gera valor econômico para seu detentor, que demonstra interesse na preservação do sigilo por meio de medidas adequadas. Há duas principais categorias: os segredos industriais, que incluem processos de fabricação, dados técnicos e fórmulas de produtos; e os segredos comerciais, que envolvem listas de clientes, resultados de pesquisas de mercado, projetos para lançamento de novos serviços ou produtos e métodos de trabalho.

---

Legislativa de Estado, da Câmara Legislativa do Distrito Federal ou de Câmara Municipal; ou IV - dirigente máximo da administração direta e indireta federal, estadual, municipal ou do Distrito Federal.”

A definição de informações sigilosas, em âmbito público, encontra-se expressa no artigo 4º, inciso III, da Lei de Acesso à Informação (Lei n. 12.527/2011)<sup>13</sup>.

Por conseguinte, o setor concorrencial privado se orienta pelo conceito delineado no artigo 39, item 2, do *Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPS)<sup>14</sup>, que define como informação secreta aquela que não é amplamente conhecida ou acessível facilmente por pessoas envolvidas nos círculos relevantes de informação; que possui valor comercial por ser secreta; e cujo responsável legal adotou medidas razoáveis, conforme as circunstâncias, para manter sua confidencialidade<sup>15</sup>.

A Lei de Propriedade Industrial (Lei n. 9.279/1996) criminaliza a divulgação, exploração ou utilização não autorizada de conhecimentos, informações ou dados confidenciais nos setores industrial, comercial ou de serviços, obtidos ilicitamente ou por meio de vínculos contratuais ou laborais<sup>16</sup>. Essa norma exclui as informações que sejam de domínio público ou óbvias para um especialista na área, ressaltando a necessidade de verificar, em cada situação específica, se uma informação é genuinamente confidencial e deve ser protegida como tal.

A necessidade de uma definição inequívoca de informações confidenciais em âmbito penal é crucial para a eficácia e justiça na aplicação da lei. Isso porque, em matéria penal, a precisão terminológica não é apenas uma questão de clareza, mas um imperativo de justiça,

---

<sup>13</sup> Lei n. 12.527/2011: “Art. 1º Esta Lei dispõe sobre os procedimentos a serem observados pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios, com o fim de garantir o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do §3º do art. 37 e no §2º do art. 216 da Constituição Federal. Parágrafo único. Subordinam-se ao regime desta Lei: I - os órgãos públicos integrantes da administração direta dos Poderes Executivo, Legislativo, incluindo as Cortes de Contas, e Judiciário e do Ministério Público; II - as autarquias, as fundações públicas, as empresas públicas, as sociedades de economia mista e demais entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios.”; e “Art. 4º Para os efeitos desta Lei, considera-se: [...] III - informação sigilosa: aquela submetida temporariamente à restrição de acesso público em razão de sua imprescindibilidade para a segurança da sociedade e do Estado;”

<sup>14</sup> Anexo 1C da Ata Final que Incorpora os Resultados da Rodada Uruguai de Negociações Comerciais Multilaterais do Acordo Geral de Tarifas e Comércio, promulgada no Brasil por meio do Decreto n. 1.355/1994.

<sup>15</sup> TRIPS: “Artigo 39 [...] 2. Pessoas físicas e jurídicas terão a possibilidade de evitar que informação legalmente sob seu controle seja divulgada, adquirida ou usada por terceiros, sem seu consentimento, de maneira contrária a práticas comerciais honestas, desde que tal informação: a) seja secreta, no sentido de que não seja conhecida em geral nem facilmente acessível a pessoas de círculos que normalmente lidam com o tipo de informação em questão, seja como um todo, seja na configuração e montagem específicas de seus componentes; b) tenha valor comercial por ser secreta; e c) tenha sido objeto de precauções razoáveis, nas circunstâncias, pela pessoa legalmente em controle da informação, para mantê-la secreta.”

<sup>16</sup> Lei n. 9.279/1996: “Art. 195. Comete crime de concorrência desleal quem: [...] XI - divulga, explora ou utiliza-se, sem autorização, de conhecimentos, informações ou dados confidenciais, utilizáveis na indústria, comércio ou prestação de serviços, excluídos aqueles que sejam de conhecimento público ou que sejam evidentes para um técnico no assunto, a que teve acesso mediante relação contratual ou empregatícia, mesmo após o término do contrato; XII - divulga, explora ou utiliza-se, sem autorização, de conhecimentos ou informações a que se refere o inciso anterior, obtidos por meios ilícitos ou a que teve acesso mediante fraude;”.

assegurando que os indivíduos possam antever as consequências legais de suas ações e se defenderem adequadamente.

A ambiguidade ou a falta de especificidade na definição de termos pode levar a interpretações extensivas que potencialmente criminalizam comportamentos que não estavam nitidamente abrangidos pela lei originalmente. Portanto, a legislação deve buscar a máxima precisão possível, especialmente em disposições que interfiram diretamente nos direitos fundamentais dos cidadãos.

Em última análise, os ataques cibernéticos são classificados como atos criminosos de concorrência desleal não apenas quando visam à obtenção de informações confidenciais para garantir uma vantagem competitiva, mas também quando provocam o desvio de clientela ou a corrupção de funcionários de empresas concorrentes.

A falta de clareza e proteção legislativa preventiva robusta contra os ataques cibernéticos praticados por empresas concorrentes, significa que essas questões muitas vezes se resolvem por meio de litígios por indenizações.



## 2. EVOLUÇÃO E ABRANGÊNCIA DO CRIME DE CONCORRÊNCIA DESLEAL

### 2.1. Recorte histórico-legislativo

Inicialmente, verifica-se que o Brasil, ao internalizar as regras da Convenção da União de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial (CUP), de 1883, por meio do Decreto n. 19.056/1929, optou pela repressão à concorrência desleal como forma de proteção da propriedade industrial. No entanto, a adoção do sistema penal de repressão à concorrência desleal só ocorreu com a promulgação do Decreto n. 24.507/1934, que em seu artigo 30, enumerava oito figuras consideradas crimes de concorrência desleal<sup>17</sup>.

Poucos anos mais tarde, o legislador passou a considerar esse delito uma transgressão comum, inserindo-o no artigo 196 do Código Penal (Decreto-Lei n. 2.848/1940), entre os crimes contra a propriedade imaterial<sup>18</sup>.

---

<sup>17</sup> Decreto n. 24.507/1934: “Art. 39. Constitue acto de concurrencia desleal, sujeito ás penalidades previstas neste decreto: 1º fazer, pela imprensa, mediante distribuição de prospectos, rotulos, involucros, ou por qualquer outro meio de divulgação, sobre a própria actividade civil, commercial ou industrial, ou sobre a de terceiros, falsas affirmações de facto capazes de crear indevidamente uma situação vantajosa, em detrimento dos concurrentes, ou de induzir outrem a erro; 2º produzir, importar, exportar, armazenar, vender expor á venda mercadorias com falsa indicação de procedencia; 3º appôr seu nome individual, commercial ou industrial, sua razão social, ou sua marca de industria ou de commercio, em mercadorias de outro productor sem o consentimento deste, dando ao comprador a impressão de que a mercadoria é de sua própria producção; 4º usar, sobre artigos ou productos, suas embalagens cintas, rotulos, ou em facturas, circulares ou cartazes, em outros meios de propaganda ou divulgação, falsas indicações de origem, empregando termos rectificativos, taes como typo, especie, genero, systema, semelhante, succedaneo, identico ou outros, resalvando ou não a verdadeira procedencia do producto; 5º prestar ou divulgar, por qualquer meio, com intuito de lucro, falsas informações capazes de acarretar prejuizos reputação ou ao patrimonio de um concurrente; 6º desvendar a terceiros, quando em serviço de outrem segredos de fabrica ou de negocio conhecidos, em razão do officio; 7º usar recompensas industriaes ficticias ou pertencentes a outrem; 8º vender ou expor á venda mercadorias adulteradas ou falsificadas, em vasilhames de outro fabricante, ou utilizar se de taes vasilhames, depois de esvasiados, para negociar com productos da mesma especie, adulterados ou não.”

<sup>18</sup> Código Penal: “Art. 196. Fazer concorrência desleal: Pena - detenção, de três meses a um ano, ou multa, de um conto a dez contos de réis. §1º Comete crime de concorrência desleal quem: Propaganda desleal I - publica pela imprensa, ou por outro meio, falsa afirmação, em detrimento de concorrente, com o fim de obter vantagem indevida; II - presta ou divulga, com intuito de lucro, acerca de concorrente, falsa informação capaz de causar-lhe prejuízo; Desvio de clientela III - emprega meio fraudulento para desviar, em proveito próprio ou alheio, clientela de outrem; Falsa indicação de procedência de produto IV - produz, importa, exporta armazena, vende ou expõe à venda mercadoria com falsa indicação de procedência; Uso indevido de termos retificativos V - usa em artigo ou produto, em recipiente ou invólucro, em cinta, rótulo, fatura, circular, cartaz ou em outro meio de divulgação ou propaganda, termos retificativos, tais como "tipo", "espécie", "gênero", "sistema", "semelhante", "sucedâneo", "idêntico" ou equivalentes, ressalvando ou não a verdadeira procedência do artigo ou produto; Arbitrária aposição do próprio nome em mercadoria de outro produtor VI - apõe o próprio nome ou razão social em mercadoria de outro produtor sem o seu consentimento; Uso indevido de nome comercial ou título de estabelecimento VII - usa indevidamente nome comercial ou título de estabelecimento alheio; Falsa atribuição de distinção ou recompensa VIII - se atribue, como meio de propaganda de indústria, comércio ou ofício, recompensa ou distinção que não obteve; Fraudulenta utilização de recipiente ou invólucro de outro produtor IX - vende ou expõe à venda, em recipiente ou invólucro de outro produtor, mercadoria adulterada ou falsificada, ou dele se utiliza para negociar

Este dispositivo arrolava doze figuras delituosas, contemplando as condutas de desvio de clientela, uso indevido de nome comercial ou título de estabelecimento, e corrupção ativa e passiva de preposto.

O Código da Propriedade Industrial (Decreto-Lei n. 7.903/1945) trouxe uma novidade ao estabelecer que a “função econômica e jurídica” da proteção à propriedade industrial visaria preservar a lealdade concorrencial de mercado, enfatizando a repressão à concorrência desleal como um aspecto fundamental dessa proteção. Além disso, tipificou o crime de concorrência desleal em seu artigo em seu artigo 178<sup>19</sup>, de maneira similar às disposições do artigo 196 do Código Penal, porém, sem revogá-lo de modo explícito.

É importante destacar que a principal diferença entre esses dispositivos legais residia na supressão da conduta de "uso indevido de nome comercial ou título de estabelecimento" como crime de concorrência desleal.

---

com mercadoria da mesma espécie, embora não adulterada ou falsificada, se o fato não constitui crime mais grave; Corrupção de preposto X - dá ou promete dinheiro ou outra utilidade a empregado de concorrente, para que, faltando ao dever do emprego, lhe proporcione vantagem indevida; XI - recebe dinheiro ou outra utilidade, ou aceita promessa de paga ou recompensa, para, faltando ao dever do emprego, proporcionar a concorrente do empregador vantagem indevida; Violação de segredo de fábrica ou negócio; XII - divulga ou explora, sem autorização, quando a serviço de outrem, segredo de fábrica ou de negócio, que lhe foi confiado ou de que teve conhecimento em razão do serviço. §2º Somente se procede mediante queixa, salvo nos casos dos números X a XII, em que cabe ação pública mediante representação.”

<sup>19</sup> Decreto-Lei n. 7.903/1945: “Art. 178. Comete crime de concorrência desleal que: I. publica pela imprensa, ou por outro modo, falsa afirmação, em detrimento do concorrente, com o fim de obter vantagem indevida; II. presta ou divulga, com intuito de lucro, acerca de concorrente, falsa informação capaz de causar-lhe prejuízo; III. emprega meio fraudulento para desviar em proveito próprio ou alheio, clientela de outrem; IV. produz, importa, exporta, armazena, vende ou expõe à venda mercadoria com falsa indicação de procedência; V. usa em artigo ou produto, em recipiente ou invólucro, em cinta, rótulo, fature, circular, cartaz ou em outro meio de divulgação ou propaganda, termos retificativos, tais como "tipo", "espécie", "gênero", "sistema", "semelhantes", "sucedâneo", "idêntico", ou equivalente, não ressalvado a verdadeira procedência do artigo ou produto; VI. substitui, pelo seu próprio nome ou razão social, em mercadoria de outro produtor, o nome ou razão social deste, sem o seu consentimento; VII. se atribui como meio de propaganda de indústria, comércio ou ofício, recompensa ou distinção que não obteve; VIII. vende ou expõe à venda, em recipiente ou invólucro de outro produtor, mercadoria adulterada ou falsificada, ou dele se utiliza para negociar com mercadoria da mesma espécie, embora não adulterada ou falsificada se o fato não constitui crime mais grave; IX. dá ou promete dinheiro ou outra utilidade a empregado de concorrente, para que, faltando ao dever do emprego, lhe proporcione vantagem indevida; X. receber dinheiro ou outra utilidade, ou aceitar promessa de pagar ou recompensa, para faltando ao dever de empregado proporcionar à concorrente do empregador vantagem indevida; XI. divulga ou explora, sem autorização, quando a serviço de outrem, segredo de fábrica, que lhe foi confiado ou de que teve conhecimento em razão do serviço; XII. divulga ou se utiliza, sem autorização, de segredo de negócio, que lhe foi confiado ou de que teve conhecimento em razão do serviço, mesmo depois de havê-lo deixado; XIII. Vende, aluga ou utiliza, sob qualquer forma, com intuito de lucro, direto ou indireto, obras audiovisuais com violação do direito autoral. Pena – detenção de três meses a um ano, ou multa de mil a dez mil cruzeiros. Parágrafo único. Fica ressalvado ao prejudicado o direito de haver perdas e danos em ressarcimento de prejuízos causados por outros atos de concorrência desleal não previstos neste artigo, tendentes a prejudicar a reputação ou os negócios alheios, a criar confusão entre estabelecimentos comerciais ou industriais ou entre os produtos e artigos postos no comércio.”

A Lei n. 5.772/1971 instituiu um novo Código da Propriedade Industrial, derogando o Decreto-Lei n. 7.903/1945. Embora essa legislação não tenha mencionado a “função econômica e jurídica” da propriedade industrial, preservou a repressão da concorrência desleal como um de seus mecanismos de proteção. Entretanto, por não ter adentrado à tutela penal da propriedade industrial, as disposições vigentes à época foram mantidas.

Os artigos 196 do Código Penal e 178 do Código da Propriedade Industrial de 1945 só foram expressamente revogados com o advento da Lei de Propriedade Industrial (Lei n. 9.279/1996), que passou a prever em seu artigo 195<sup>20</sup> catorze figuras caracterizadoras do crime de concorrência desleal.

O novo dispositivo legal, além de reproduzir praticamente todas as condutas tipificadoras de concorrência desleal expressas nas legislações anteriores, ainda inseriu novos comportamentos, como a violação de segredo comercial ou industrial por meios ilícitos ou fraudulentos (inciso XII e § 1º), a falsa alegação de direito de exclusividade (inciso XIII), e a violação de resultados de testes ou outros dados não divulgados (inciso XIV e § 2º).

---

<sup>20</sup> Lei n. 9.279/1996: “Art. 195. Comete crime de concorrência desleal quem: I - publica, por qualquer meio, falsa afirmação, em detrimento de concorrente, com o fim de obter vantagem; II - presta ou divulga, acerca de concorrente, falsa informação, com o fim de obter vantagem; III - emprega meio fraudulento, para desviar, em proveito próprio ou alheio, clientela de outrem; IV - usa expressão ou sinal de propaganda alheios, ou os imita, de modo a criar confusão entre os produtos ou estabelecimentos; V - usa, indevidamente, nome comercial, título de estabelecimento ou insígnia alheios ou vende, expõe ou oferece à venda ou tem em estoque produto com essas referências; VI - substitui, pelo seu próprio nome ou razão social, em produto de outrem, o nome ou razão social deste, sem o seu consentimento; VII - atribui-se, como meio de propaganda, recompensa ou distinção que não obteve; VIII - vende ou expõe ou oferece à venda, em recipiente ou invólucro de outrem, produto adulterado ou falsificado, ou dele se utiliza para negociar com produto da mesma espécie, embora não adulterado ou falsificado, se o fato não constitui crime mais grave; IX - dá ou promete dinheiro ou outra utilidade a empregado de concorrente, para que o empregado, faltando ao dever do emprego, lhe proporcione vantagem; X - recebe dinheiro ou outra utilidade, ou aceita promessa de paga ou recompensa, para, faltando ao dever de empregado, proporcionar vantagem a concorrente do empregador; XI - divulga, explora ou utiliza-se, sem autorização, de conhecimentos, informações ou dados confidenciais, utilizáveis na indústria, comércio ou prestação de serviços, excluídos aqueles que sejam de conhecimento público ou que sejam evidentes para um técnico no assunto, a que teve acesso mediante relação contratual ou empregatícia, mesmo após o término do contrato; XII - divulga, explora ou utiliza-se, sem autorização, de conhecimentos ou informações a que se refere o inciso anterior, obtidos por meios ilícitos ou a que teve acesso mediante fraude; ou XIII - vende, expõe ou oferece à venda produto, declarando ser objeto de patente depositada, ou concedida, ou de desenho industrial registrado, que não o seja, ou menciona-o, em anúncio ou papel comercial, como depositado ou patenteado, ou registrado, sem o ser; XIV - divulga, explora ou utiliza-se, sem autorização, de resultados de testes ou outros dados não divulgados, cuja elaboração envolva esforço considerável e que tenham sido apresentados a entidades governamentais como condição para aprovar a comercialização de produtos. Pena - detenção, de três meses a um ano, ou multa. §1º Inclui-se nas hipóteses a que se referem os incisos XI e XII o empregador, sócio ou administrador da empresa, que incorrer nas tipificações estabelecidas nos mencionados dispositivos. §2º O disposto no inciso XIV não se aplica quanto à divulgação por órgão governamental competente para autorizar a comercialização de produto, quando necessário para proteger o público.”

## 2.2. Observações conceituais

### 2.2.1. Concorrência desleal para fins penais

A legislação brasileira nunca definiu explicitamente o conceito de “concorrência desleal”. Esta omissão histórica não apenas abriu espaço para amplos debates, mas também fomentou uma variedade de interpretações tanto na doutrina quanto na jurisprudência, permitindo que juristas renomados apresentem perspectivas distintas e enriquecedoras sobre o tema. Alguns enfatizam a dimensão moral, destacando a importância da ética e da honestidade nas relações comerciais, enquanto outros focam em aspectos mais técnicos, como a proteção da propriedade industrial.

Essa diversidade de opiniões destaca a complexidade e a subjetividade inerentes ao conceito de concorrência desleal, especialmente para fins penais.

Pinto Antunes (1940) propõe uma distinção fundamental entre concorrência ilícita e concorrência desleal. Enquanto a primeira decorre da violação de um dever legal, seja contratual ou estabelecido por lei, a segunda advém da quebra de um dever moral relacionado à abstenção de práticas desonestas na indústria e no comércio.

Pontes de Miranda (2013) define concorrência desleal como a prática econômica que causa prejuízos aos concorrentes e é passível de reivindicação de abstenção e compensação financeira, sujeita ou não à repressão penal. Essa abordagem sublinha a interligação entre a responsabilidade civil e as implicações criminais das práticas desleais.

Gama Cerqueira (1956) contribuiu significativamente para a compreensão do tema, ao diferenciar entre as formas específica e genérica de concorrência desleal. A forma específica refere-se aos atos particularmente graves que são explicitamente considerados crimes pela legislação. Estes incluem infrações reguladas por leis especiais, como as que abrangem patentes de invenção, modelos de utilidade, desenhos industriais, nome comercial e marcas de fábrica e de comércio. Em contrapartida, a forma genérica engloba atos não especificados por leis especiais, sendo regulados pelo direito comum. Essa categorização destaca os limites entre o ilícito civil e o ilícito penal nas relações concorrenciais.

Fábio Konder Comparato (1967) aprofunda o debate ao distinguir entre regimes de repressão à concorrência desleal e ilícita, tratando a deslealdade sob um regime específico de repressão objetiva e a ilicitude sob o regime geral do ilícito civil.

Celso Delmanto (1975) sustenta que certas práticas desonestas são tão prejudiciais que transcendem o âmbito civil e configuram-se como infrações penais, tipificadas como concorrência desleal criminosa. Ele ressalta a importância de a legislação arrolar expressamente tais comportamentos como crime, pois, se por um lado os métodos desleais desconhecidos podem ficar impunes, por outro impede que a avaliação subjetiva do julgador determine o que é desleal. Essa subjetividade, embora possa ser tolerada em litígios civis, contraria o rigor exigido na aplicação de sanções penais, em que a arbitrariedade deve ser minimizada para garantir a justiça e a previsibilidade legal. Essa visão evidencia a gravidade de algumas condutas desleais que exigem mais do que a simples reparação civil, necessitando de intervenção penal.

Pedro Marcos Nunes Barbosa (2022) argumenta que o termo mais adequado para descrever as práticas observadas é “concorrência ilícita”, que ele divide em três categorias distintas: concorrência ilegal, concorrência interdita e concorrência desleal, cada uma baseada em diferentes fundamentos legais e objetivos específicos. A concorrência ilegal é estritamente baseada na lei, como ilustrado pelo artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial (Lei n. 9.279/1996), que é uma fonte formal do Direito. A concorrência interdita, por sua vez, relaciona-se com direitos subjetivos derivados de fontes formais ou materiais do Direito, vinculados aos indivíduos envolvidos, tais como o direito de propriedade de um titular de marca registrada ou um contrato que estabeleça uma relação societária. Por último, a concorrência desleal emerge quando há uma falha em aderir aos usos e costumes estabelecidos, que são considerados fontes materiais do Direito, dentro do contexto empresarial em que tanto a vítima quanto o infrator operam.

Embora a concorrência desleal seja tratada como um instituto subsidiário em comparação com as outras formas de concorrência ilícita, isso não reduz sua relevância ou frequência. Na verdade, a natureza da concorrência desleal é profundamente enraizada em situações específicas e casuísticas, o que reforça sua importância no estudo do Direito concorrencial (BARBOSA, 2022).

Apesar das valiosas contribuições desses autores, a Lei de Propriedade Industrial ainda carece de clareza, abrangendo tanto ilícitos penais (artigo 195) quanto civis (artigo 209)<sup>21</sup>, sem estabelecer uma distinção clara entre eles.

As infrações civis englobam quaisquer condutas antiéticas que visem prejudicar a reputação ou os negócios de terceiros, criar confusão entre estabelecimentos comerciais, industriais ou de serviços, assim como entre os produtos e serviços ofertados no mercado. Por outro lado, as infrações penais são detalhadas em uma lista exaustiva, suficientemente ampla para incluir práticas desleais emergentes.

O legislador adotou uma abordagem que reflete a de Celso Delmanto, mas, diferentemente deste, não excluiu a punição de métodos desleais contemporâneos. Esta escolha legislativa delega ao julgador a tarefa de determinar o que constitui um “meio fraudulento” e outros termos vagos relacionados à concorrência desleal<sup>22</sup>.

A jurisprudência frequentemente classifica a concorrência desleal como um crime de perigo concreto, exigindo da acusação a demonstração de que a conduta representou um perigo real à vítima específica<sup>23</sup>.

Além disso, a Lei de Propriedade Industrial dispensa a necessidade de demonstração efetiva de prejuízo pelo titular do direito para possibilitar a reparação do dano. Dessa forma,

---

<sup>21</sup> Lei n. 9.279/1996: “Art. 209. Fica ressalvado ao prejudicado o direito de haver perdas e danos em ressarcimento de prejuízos causados por atos de violação de direitos de propriedade industrial e atos de concorrência desleal não previstos nesta Lei, tendentes a prejudicar a reputação ou os negócios alheios, a criar confusão entre estabelecimentos comerciais, industriais ou prestadores de serviço, ou entre os produtos e serviços postos no comércio. §1º Poderá o juiz, nos autos da própria ação, para evitar dano irreparável ou de difícil reparação, determinar liminarmente a sustação da violação ou de ato que a enseje, antes da citação do réu, mediante, caso julgue necessário, caução em dinheiro ou garantia fidejussória. §2º Nos casos de reprodução ou de imitação flagrante de marca registrada, o juiz poderá determinar a apreensão de todas as mercadorias, produtos, objetos, embalagens, etiquetas e outros que contenham a marca falsificada ou imitada.”

<sup>22</sup> De acordo com o precedente do Superior Tribunal de Justiça: “[...] 6. O art. 195, III, da Lei de Propriedade Intelectual determina que comete crime de concorrência desleal quem emprega meio fraudulento, para desviar, em proveito próprio ou alheio, clientela de outrem. 7. A utilização de marca como palavra-chave para direcionar o consumidor do produto ou serviço para o link de seu concorrente configura-se como meio fraudulento para desvio de clientela, porquanto permite a concorrência parasitária e a confusão do consumidor.” (Recurso Especial n. 2.012.895, Relatora Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, data de julgamento: 08.08.2023, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 15.08.2023).

<sup>23</sup> De acordo com o precedente do Superior Tribunal de Justiça “[...] A infração penal, além da conduta, reclama resultado (dano, ou perigo de dano ao objeto jurídico). Além disso, ilicitude do comportamento do agente. Quando o legislador define o ilícito penal, significa postura axiológica negativa referente a conduta descrita. A concorrência é própria do regime de economia de mercado. A disputa entre empresas é consequência natural. O exagero é tônica dos anúncios comerciais e industriais. Nenhuma censura, inexistindo desvirtuamento da qualidade da coisa ou prestação de serviços. Os Romanos, há séculos, divisaram o *dolus bonus*. A fantasia não se confunde com a fraude. O perigo (próprio do resultado) deve ser concreto, ou seja, ensejar probabilidade (não mera possibilidade) de dano.” (Recurso em *Habeas Corpus* n. 3.831, Relator Ministro Luiz Vicente Cernicchiaro, Sexta Turma, data de julgamento: 13.09.1994, publicado no Diário da Justiça em: 28.11.1994).

qualquer violação de direito de propriedade intelectual é automaticamente considerada um dano elegível para compensação<sup>24</sup>. Esta posição foi defendida por Gama Cerqueira (1956), que admitia a compensação dos danos com a simples ocorrência de uma violação de direito, eliminando a necessidade de o lesado provar prejuízos concretos durante o processo judicial.

A análise das perspectivas doutrinárias e da legislação atual revela a dinâmica desafiadora na interpretação e aplicação das normas sobre concorrência desleal no contexto penal, evidenciando a complexidade inerente ao tratamento desses casos.

### 2.2.2. Objeto do crime

O objeto do crime se refere ao bem contra o qual a conduta criminosa é dirigida, podendo ser tanto jurídico quanto material. O objeto jurídico é o bem juridicamente protegido pela norma penal, isto é, o valor fundamental tutelado. Já o objeto material abrange qualquer pessoa ou coisa que sofre diretamente os efeitos da conduta criminosa (CAPEZ, 2007).

É importante lembrar que a legislação sobre concorrência desleal visa preservar a integridade do mercado e proteger os participantes contra práticas desonestas que possam distorcer a concorrência justa. No âmbito público, o direito regula essas práticas por meio de leis destinadas a tutelar os mercados econômico e consumerista. No setor privado, o foco é salvaguardar os interesses individuais dos concorrentes.

Nesse contexto, Celso Delmanto (1975), ainda sob a égide do Código da Propriedade Industrial (Decreto-Lei n. 7.903/1945), salientava que o bem jurídico comum a todos os delitos de concorrência desleal era a liberdade de competir, assegurada a todos desde que não violassem

---

<sup>24</sup> De acordo com os precedentes do Superior Tribunal de Justiça “[...] 6. O acórdão recorrido está em consonância com a jurisprudência desta Corte quando afirma que na hipótese de concorrência desleal os danos materiais se presumem, tendo em vista o desvio de clientela e a confusão entre as marcas, podendo ser apurados em liquidação de sentença, o que atrai a incidência da Súmula n. 83/STJ. 7. Agravo interno não provido.” (Agravo Interno no Recurso Especial n. 1.645.776, Relator Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva, Terceira Turma, data de julgamento: 30.09.2019, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 04.10.2019); e “[...] 6. Os danos suportados pelas recorrentes decorrem de violação cometida ao direito legalmente tutelado de exploração exclusiva do conjunto-imagem por elas desenvolvido. 7. O prejuízo causado prescinde de comprovação, pois se consubstancia na própria violação do direito, derivando da natureza da conduta perpetrada. A demonstração do dano se confunde com a demonstração da existência do fato, cuja ocorrência é premissa assentada, devendo o montante ser apurado em liquidação de sentença. 8. Recurso especial provido.” (Recurso Especial n. 1.677.787, Relatora Ministra Nancy Andriahi, Terceira Turma, data de julgamento: 26.09.2017, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 02.10.2017).

ou colocassem em risco os direitos alheios. Essa era a liberdade que a lei penal efetivamente protegia.

Delmanto (1975) observava que quase todas as condutas concorrenciais desleais eram pluriofensivas, causando danos ou expondo a perigo diversos objetos materiais tutelados. Em alguns casos, a lesão principal poderia violar o direito de personalidade, com uma lesão secundária ao direito patrimonial, e vice-versa. Concluía que nenhuma teoria se ajustava perfeitamente ao crime de concorrência desleal, pois o verdadeiro interesse jurídico só se tornaria claro mediante a análise da lei.

Denis Borges Barbosa (2012) argumentava que um bem incorpóreo, por si só, não seria diretamente amparado pelas disposições sobre concorrência desleal. O foco deveria recair sobre a preservação da posição concorrencial daquele que utiliza bens incorpóreos, informações ou outros elementos de interesse competitivo, independentemente de exclusividade. Assim, a utilização desses bens ou elementos é protegida pela legislação de concorrência leal, desde que gere uma expectativa razoável de receita, reforçando o comportamento ético entre os concorrentes.

Conforme elucidado pelos ensinamentos doutrinários, o crime de concorrência desleal, atualmente consolidado no artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial (Lei n. 9.279/1996), não visa proteger a livre concorrência de forma abrangente, mas sim assegurar um ambiente de competição justo. Isso implica resguardar os interesses legítimos dos participantes do mercado, promovendo equidade, honestidade e integridade nas relações comerciais.

Quanto ao objeto material, a legislação concentra-se na preservação dos direitos relativos à propriedade industrial<sup>25</sup> e se estende para incluir outros elementos vitais das empresas.

A complexidade do crime de concorrência desleal é ampliada pelo fato de que o objeto material abrange, além da propriedade industrial, outros elementos cruciais que variam conforme a natureza e o porte da empresa, incluindo ativos tangíveis e intangíveis, recursos humanos, capital financeiro, clientes, posicionamento de mercado e estrutura organizacional. Estes elementos estão intrinsecamente ligados à propriedade industrial, com a proteção legal

---

<sup>25</sup> Lei n. 9.279/1996: “Art. 2º A proteção dos direitos relativos à propriedade industrial, considerado o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País, efetua-se mediante: I - concessão de patentes de invenção e de modelo de utilidade; II - concessão de registro de desenho industrial; III - concessão de registro de marca; IV - repressão às falsas indicações geográficas; e V - repressão à concorrência desleal.”



muitas vezes ocorrendo por meio da propriedade industrial, especialmente no que diz respeito a ativos intangíveis.

O objetivo é destacar as diversas situações que caracterizam a deslealdade concorrencial, promovendo assim uma compreensão mais ampla da salvaguarda legal, que transcende os limites estritos da propriedade industrial.

Enquanto bens imateriais, tais como patentes, marcas registradas e direitos autorais, desfrutam de proteção de exclusividade absoluta, os sinais distintivos não registrados e os segredos industriais recebem um tratamento mais genérico nas normas de repressão à concorrência desleal, o que reflete uma exclusividade relativa.

Assim, sendo pluriofensivo, o crime de concorrência desleal impacta uma diversidade de objetos materiais tutelados pelo ordenamento jurídico. Este caráter multifacetado pode ser abordado por meio de diversas perspectivas, incluindo a violação da propriedade industrial e dos direitos de personalidade, os danos à reputação e à imagem empresarial, e a revelação indevida de segredos comerciais e informações confidenciais.

Além disso, a evolução constante dos mercados e das tecnologias evidencia a necessidade de uma interpretação dinâmica e adaptativa do objeto do crime de concorrência desleal, mantendo assim a eficácia do sistema legal em resguardar tanto a propriedade industrial quanto os direitos mais abstratos de concorrência.

Dessa forma, a concorrência desleal revela-se como uma questão complexa que demanda uma abordagem ampla em sua análise, desafiando as perspectivas tradicionais e exigindo uma compreensão profunda das diversas facetas dos direitos envolvidos.

### 2.2.3. Sujeitos do crime

Os sujeitos do crime referem-se às partes envolvidas em uma infração penal, classificados em dois grupos: o sujeito ativo, que é a pessoa natural responsável por praticar a ação ou omissão descrita no tipo penal, seja isoladamente ou em conjunto com outros<sup>26</sup>; e o sujeito passivo, que é o titular do bem jurídico lesado ou ameaçado. Enquanto os crimes comuns

---

<sup>26</sup> Nesse sentido, dispõe o artigo 29, *caput*, do Código Penal: “Quem, de qualquer modo, concorre para o crime incide nas penas a este cominadas, na medida de sua culpabilidade”.

não exigem qualidades ou condições especiais dos sujeitos, os crimes próprios requerem que ao menos um dos sujeitos possua essas características especiais.

Celso Delmanto (1975) argumenta que os sujeitos do crime de concorrência desleal devem estar envolvidos em uma competição direta, pois a natureza desonesta da concorrência pressupõe a existência de uma rivalidade ativa. Assim, tanto o sujeito ativo quanto o passivo precisam ser competidores, com a competição formando um elemento integral do tipo penal. Ele também observa que a competição pode ser tanto atual quanto potencial, sugerindo que futuros competidores já se engajam em dinâmicas concorrenciais, mesmo sem uma clientela estabelecida.

Denis Borges Barbosa (2003) identifica três critérios essenciais para a existência efetiva da concorrência: a simultaneidade de atividades, a disputa pelo mesmo mercado de produtos ou serviços, e a operação dentro do mesmo espaço geográfico. De acordo com o autor, não seria possível violar os parâmetros apropriados de concorrência se a competição em si estivesse ausente. Além disso, para que a competição seja considerada relevante, ela deve estar sendo efetivamente praticada. A falta de interação competitiva real entre dois concorrentes nominais que não se confrontam diretamente impede a alegação de deslealdade na concorrência

Carlos Alberto Bittar (2005) reforça que a concorrência desleal envolve a interseção de interesses econômicos e a existência de uma clientela comum. O primeiro aspecto se delinea pela presença de competidores atuando na mesma atividade e no mesmo espaço territorial, competindo, ou ao menos estando em condições de competir, pelo mesmo mercado. O segundo aspecto está associado à presença de uma clientela, ou pelo menos à probabilidade de sua existência, uma vez que, se um concorrente não tem uma clientela, não há algo a desviar, resultando na inexistência da concorrência desleal.

Pedro Marcos Nunes Barbosa (2022) argumenta que condutas não genuinamente concorrenciais não devem ser enquadradas como crime de concorrência desleal, dado que o tipo penal em questão é bipróprio. O autor critica a expansão subjetiva do crime, conforme previsto no artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial (Lei n. 9.279/1996), destacando casos em que o sujeito ativo não corresponde tecnicamente à figura do concorrente. Um exemplo é a hipótese de um empregado corrompido para favorecer um concorrente, que pode ser considerada uma ampliação inadequada do conceito de concorrência, já que o empregado não é, por si só, um concorrente.

Sob a mesma ótica, Barbosa (2022) aponta que a divulgação de informação confidencial submetida à regulação estatal não necessariamente qualifica o divulgador como sujeito ativo do crime de concorrência desleal. Isso poderia incluir situações em que uma organização não governamental ou seu dirigente, ao divulgar informações confidenciais submetidas à Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) para registro sanitário de um medicamento, fosse enquadrada no crime, mesmo sem ser um concorrente no sentido estrito.

Tais observações ressaltam a complexidade na definição dos sujeitos do crime de concorrência desleal e a necessidade de uma interpretação cuidadosa da legislação, para evitar extensões injustificadas que possam incluir condutas não genuinamente concorrenciais.

#### 2.2.4. Elementos subjetivo e finalístico

O elemento subjetivo do crime diz respeito ao estado mental e à intenção do agente no momento da execução de uma conduta criminosa. Este aspecto está intrinsecamente ligado às características psicológicas e motivações do autor ao cometer o ato ilícito. A presença deste elemento é determinada pelo tipo penal específico e pela legislação aplicável.

Conforme estipulado no artigo 18 do Código Penal (Decreto-Lei n. 2.848/1940)<sup>27</sup>, os elementos subjetivos fundamentais do crime incluem o dolo e a culpa, que são integrantes essenciais da conduta criminosa. O parágrafo único do referido artigo detalha que, a menos que a lei especifique o contrário, um ato só é punível se cometido com intenção dolosa.

No contexto do finalismo penal, o dolo se manifesta independentemente da consciência sobre a ilicitude do ato, pressupondo que o agente esteja ciente dos elementos do tipo penal e os execute intencionalmente. O dolo pode ser classificado como direto, caso em que o agente tem a intenção de realizar a conduta e provocar o resultado, ou como eventual, caso em que o agente, embora não deseje o resultado, reconhece e aceita a possibilidade de sua ocorrência.

A culpa, por sua vez, implica uma análise sobre a falha em cumprir um dever objetivo de cuidado, que pode se manifestar por meio de imprudência, negligência ou imperícia. Uma

---

<sup>27</sup> Código Penal: “Art. 18. Diz-se o crime: Crime doloso I - doloso, quando o agente quis o resultado ou assumiu o risco de produzi-lo; Crime culposo II - culposo, quando o agente deu causa ao resultado por imprudência, negligência ou imperícia. Parágrafo único. Salvo os casos expressos em lei, ninguém pode ser punido por fato previsto como crime, senão quando o pratica dolosamente.”

ação é considerada culposa quando, sem intenção de causar dano, o agente provoca um resultado prejudicial que era previsível e poderia ter sido evitado com o devido cuidado.

Nélson Hungria (1955) enfatiza que, no crime de concorrência desleal, em que a relação de concorrência entre os sujeitos ativo e passivo é presumida, a punibilidade se restringe aos casos em que existe dolo, seja ele específico ou genérico. Esse entendimento é corroborado pelo artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial (Lei n. 9.279/1996), que não admite a configuração culposa dessas condutas.

Além disso, o crime pode incluir um elemento finalístico, que se refere aos objetivos ou propósitos que motivam a conduta do agente. Diferentemente do elemento subjetivo, como dolo ou culpa, o elemento finalístico exige a presença de uma intenção especial para que o crime seja efetivamente configurado. Alguns tipos penais exigem que o agente tenha um propósito específico ao realizar a conduta ilícita.

Este aspecto é particularmente relevante no crime de concorrência desleal, como articulado no artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial, em que algumas condutas requerem uma finalidade específica, como a obtenção de vantagem na falsa afirmação (inciso I), enquanto outras são criminalizadas independentemente da finalidade visada, como a utilização indevida de nome comercial (inciso V).

A compreensão dos elementos subjetivo e finalístico é essencial para determinar a responsabilidade penal e para a adequação das penalidades impostas.

### 2.3. Análise das condutas expressas no artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial

A doutrina aborda os atos de concorrência desleal sob diversas classificações, variando conforme o enfoque de cada especialista.

Nelson Hungria (1955) categorizava o crime de concorrência desleal em seis grupos distintos: (1) denigração<sup>28</sup> de concorrente; (2) desvio de clientela; (3) confusão entre estabelecimentos ou produtos; (4) propaganda com falsa atribuição de mérito especialmente

---

<sup>28</sup> A palavra “denegrir” e suas derivações (“denigração”, “denigratórios” etc.) são comumente utilizadas pelos doutrinadores clássicos nas discussões sobre concorrência desleal. Assim, serão mantidas no presente estudo apenas para a fiel compreensão das classificações que serão apresentadas.

reconhecido; (5) corrupção para obtenção de vantagem indevida; e (6) violações de segredo com abuso de confiança.

Gama Cerqueira (1956) defendia que a essência da concorrência desleal residia na ilicitude do ato, independentemente do objetivo pretendido. Comungando do mesmo critério objetivo utilizado pela maioria dos autores da época – na vigência do Código da Propriedade Industrial de 1945 –, ele propôs cinco categorias principais: (1) meios tendentes a criar confusão entre estabelecimentos comerciais e industriais ou entre produtos e artigos postos no comércio, que se equiparam aos serviços oferecidos ao público por uma empresa ou estabelecimento; (2) meios tendentes a prejudicar a reputação ou os negócios alheios; (3) aliciamento e suborno de empregados; (4) divulgação ou exploração de segredos de fábrica e divulgação ou utilização de segredos de negócios; e (5) violação de contratos.

Celso Delmanto (1975) destacava a peculiaridade da figura penal de concorrência desleal, notando que não consistia em delito único com condutas alternativas, mas sim numa série de condutas criminosas sem conexão direta, todas agrupadas sob a denominação de “concorrência desleal”. Os estudiosos da época, em suma, dividiam os atos concorrenciais desleais em: expedientes de confusão; ofensas à reputação; meios de perturbação interna; e métodos de desorganização geral. O autor entendia que, do ponto de vista penal, essas distinções careciam de base científica e eram ineficazes.

Rubens Requião (1998) delineava as práticas desleais em três principais tipos: (1) atos que geram confusão; (2) desvio de clientela; e (3) atos contrários à moralidade. Os primeiros derivavam da confusão intencionalmente criada na mente do consumidor por parte de determinado agente econômico visando obter vantagem; os segundos englobavam os atos difamadores do concorrente e os métodos fraudulentos; e os últimos envolviam o suborno de funcionários do concorrente e a espionagem de segredos empresariais.

Denis Borges Barbosa (2003) organizava as formas de concorrência desleal em cinco grupos: (1) atos denigratórios, que visam manchar a imagem de um concorrente perante os consumidores, de forma desonesta; (2) atos confusórios, que comprometem a liberdade de escolha do consumidor e distorcem a competição por meio de práticas fraudulentas, como a imitação ou uso indevido de nome ou marca alheios; (3) atos contra as relações de trabalho, que ocorrem quando terceiros aliciam empregados alheios para obterem informações ou segredos comerciais; (4) atos contra o direito ao sigilo, que se relacionam a espionagem industrial ou comercial e a divulgação dessas informações com o fim de prejudicar terceiros; e (5) falsa

afirmação de exclusiva, quando uma empresa afirma ter exclusividade do Estado, induzindo à inatividade da concorrência, mesmo que tal privilégio não exista de fato.

Analisaremos as condutas tipificadas no artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial (Lei n. 9.279/1996), empregando o esquema classificatório proposto por Denis Borges Barbosa (2003) para explorar suas aplicações e implicações legais.

### 2.3.1. Atos denigratórios

Atos denigratórios, também conhecidos como atos de descrédito, consistem na divulgação de declarações falsas ou na propagação de informações enganosas, frequentemente empregadas como uma estratégia para se obter uma vantagem competitiva. Essas práticas prejudicam os competidores, enganam os consumidores e comprometem a integridade do mercado.

Tais condutas podem ser enquadradas como crime de concorrência desleal, conforme estabelecido nos incisos I e II do artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial (Lei n. 9.279/1996)<sup>29</sup>. O inciso I trata da disseminação de afirmações falsas que prejudicam um concorrente, enquanto o inciso II aborda a necessidade de que essa afirmação falsa diga respeito diretamente ao concorrente. Em ambas as situações, é crucial que a ação tenha como finalidade clara a obtenção de vantagem à custa do concorrente, não configurando concorrência desleal na ausência dessa intenção específica (ASCENSÃO, 2002).

No entanto, esses dispositivos são afastados quando a divulgação de informações falsas se refere a um concorrente envolvido em um processo de recuperação judicial. Nesse caso específico, em observância ao princípio da especialidade, aplica-se o artigo 170 da Lei de Recuperação e Falência (Lei n. 11.101/2005)<sup>30</sup>, que prevê o crime de divulgação de informações falsas.

Na lição clássica de Gama Cerqueira (1956), denigração é a atribuição ao concorrente de fatos que possam comprometer seu crédito, reputação profissional ou dignidade pessoal, seja

---

<sup>29</sup> Lei n. 9.279/1996: “Art. 195. Comete crime de concorrência desleal quem: I - publica, por qualquer meio, falsa afirmação, em detrimento de concorrente, com o fim de obter vantagem; II - presta ou divulga, acerca de concorrente, falsa informação, com o fim de obter vantagem;”.

<sup>30</sup> Lei n. 11.101/2005: “Art. 170. Divulgar ou propalar, por qualquer meio, informação falsa sobre devedor em recuperação judicial, com o fim de levá-lo à falência ou de obter vantagem: [...]”.

essa atribuição feita de forma pública ou privada, mas sempre com o intuito de afetar negativamente sua clientela. Isso inclui tanto a divulgação de informações falsas quanto a apresentação exagerada de verdades, ambas com o propósito deliberado de prejudicar o competidor.

Oliveira Ascensão (2002) sustenta que, para a configuração do tipo penal de concorrência desleal expresso nos incisos I e II do artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial, além da intenção de denegrir o concorrente, o agente deve ter consciência da falsidade da informação. Ademais, a divulgação dos atos de descrédito pode estar relacionada a vários destinatários ou unicamente a um destinatário, desde que seja suficiente para provocar um dano concorrencial.

Em sentido contrário, Luís Couto Gonçalves (2013) argumenta que é irrelevante o fato de o concorrente acreditar que a informação é verdadeira. Assim, desde que exista a intenção de desacreditar o concorrente, as condutas previstas nos incisos I e II do artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial abrangem qualquer tipo de informação objetivamente falsa relacionada à atividade econômica de um competidor.

Denis Borges Barbosa (2003) destaca que a atuação contra a denigração não deve ser confundida com a proteção dos direitos ligados à inovação tecnológica, ao signo distintivo ou à criação intelectual propriamente dita. Especificamente, a proteção contra a concorrência desleal não se aplica em cenários em que a Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 (CRFB/88) proíbe a defesa de interesses privados, como no caso de patentes já expiradas ou de obras literárias e artísticas que entraram em domínio público. Nessas situações, prevalece o interesse público no acesso livre e na utilização das inovações tecnológicas e das obras literárias e artísticas, superando quaisquer interesses privados de concorrência. Isso ocorre porque o direito privado já foi anteriormente compensado, conforme o equilíbrio de interesses previsto pela Constituição.

Além disso, os atos de descrédito englobam diversas práticas, como campanhas difamatórias, que envolvem a disseminação de rumores infundados ou não comprovados sobre a qualidade, origem ou métodos de produção, ou a divulgação de dados enganosos; comparativos enganosos, como a distorção de informações, a apresentação seletiva de dados ou a manipulação de estatísticas para criar uma impressão negativa sobre os produtos ou serviços concorrentes; publicidade enganosa, como a exibição de características fictícias, declarações não comprovadas de eficácia, ou o uso de depoimentos falsos; e falsas declarações ambientais

e éticas, como o exagero ou a invenção de iniciativas de responsabilidade social corporativa ou práticas ambientais para ganhar a preferência dos consumidores.

As campanhas difamatórias têm o potencial de causar danos extensos, não apenas às empresas diretamente afetadas, mas também ao ecossistema de mercado como um todo, comprometendo a competição leal, a inovação e a percepção dos consumidores. Isso ocorre porque a reputação, sendo um ativo intangível, é vital para o sucesso de qualquer empresa, afetando diretamente a confiança dos consumidores, parceiros e investidores. Uma vez manchada, a recuperação da reputação pode ser longa e onerosa, exigindo esforços significativos em comunicação e *marketing* para restaurar a imagem da empresa.

No início dos anos 2000, a Ragi Refrigerantes, responsável pelo engarrafamento e distribuição do refrigerante Dolly, e a Detall-Part Participações, detentora da marca Dolly, veicularam uma série de anúncios publicitários questionando se o refrigerante da marca Coca-Cola continha folha de coca e se isso seria ilegal, insinuando uma suposta impunidade da empresa detentora da marca.

Em seguida, L.C., sócio da Detall-Part, divulgou gravações de conversas com um indivíduo que alegava ser ex-funcionário da Coca-Cola, nas quais foram levantadas várias acusações de irregularidades contra a empresa. Essas gravações foram entregues a um canal de televisão para exibição em um programa de grande audiência. L.C. também fez sérias acusações contra a Coca-Cola em uma entrevista para um jornal, sugerindo até que a empresa estaria envolvida em um caso de homicídio contra um importante nome de uma empresa concorrente.

Essas ações difamatórias levaram a Coca-Cola a mover uma ação de indenização. Em primeira instância, os acusados foram condenados a pagar uma indenização de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) por danos materiais e morais.

Ao apelar da decisão, o Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo (TJSP) reconheceu que os réus, ao desencadear uma campanha difamatória contra a Coca-Cola, além do ilícito civil, também incidiram no ilícito penal tipificado nos incisos I e II do artigo 195 da Lei da Propriedade Industrial. No entanto, o Tribunal afastou a condenação ao pagamento de indenização por danos materiais, mantendo, considerado o porte dos réus, a gravidade das ofensas, o dolo dos agentes e a repercussão do ilícito, o valor de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) a título de danos morais<sup>31</sup>.

---

<sup>31</sup> Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo: “[...]. Réus que realizariam campanha difamatória contra a autora, imputando-lhe graves acusações e denegrindo sua imagem em diversos veículos midiáticos, a exemplo de



Interposto recurso especial, os recorrentes sustentaram que a imagem da Coca-Cola não havia sido afetada ao ponto de justificar a indenização por dano moral, e que não houve queda nas vendas que evidenciasse concorrência desleal. Pediram também a redução do valor da indenização com base nos princípios de razoabilidade e proporcionalidade. O Superior Tribunal de Justiça (STJ) manteve a indenização por danos morais, entendendo que a redução desse valor poderia não desencorajar a repetição desse tipo de conduta ofensiva e não compensaria devidamente os prejuízos à reputação da Coca-Cola<sup>32</sup>.

Apesar da clara identificação da concorrência desleal por meio dos atos de descrédito, a responsabilização penal não prosseguiu em razão da falta da formalização da queixa-crime pela Coca-Cola, limitando a questão ao âmbito civil.

Nos atos de descrédito por meio de comparativos enganosos, encontra-se uma questão muito debatida pela doutrina e pela jurisprudência: a da publicidade comparativa, ainda não expressamente regulamentada pela legislação brasileira.

A publicidade comparativa é uma estratégia que visa ressaltar as qualidades ou o preço de produtos ou serviços anunciados em comparação, direta ou indireta, com os produtos ou serviços oferecidos por um ou mais concorrentes. Seu propósito final é reduzir a atratividade dos produtos ou serviços concorrentes perante o público consumidor (PEREIRA, 2001).

Schmidt (2001) classifica a publicidade comparativa em explícita, quando o concorrente cujo produto ou serviço está sendo comparado é mencionado diretamente na mensagem publicitária; ou implícita, quando o anúncio não faz menção direta ao concorrente, mas inclui elementos que possibilitam sua identificação.

---

outdoors, jornais impressos e programa de TV. Denúncias que, ademais, revelaram-se levianas, eis que desprovidas de lastro probatório. Configuração de ato ilícito quer pelo ângulo do direito comum (ad. 186 do Código Civil), quer pelo ângulo da concorrência desleal (art. 195 da L. 9.279/96). Responsabilidade pelos danos causados à imagem da autora que se estende a todos os réus, dada a comprovação da participação de cada um deles nos atos lesivos perpetrados. Evidentes danos morais causados à empresa autora, que teve sua reputação e credibilidade, abaladas perante os consumidores. Indenização fixada adequadamente em R\$ 1.000.000,00, se considerados o dolo dos agentes, a gravidade das acusações, o porte das empresas réus, e o prejuízo de ordem extrapatrimonial experimentado pela demandante. Inexistência, porém, de provas dos danos materiais supostamente sofridos, cuja existência deve ser demonstrada na fase de conhecimento. Honorários advocatícios estabelecidos em valor razoável. Recursos parcialmente providos.” (Apelação Cível n. 0020617-36.2004.8.26.0100, Relator Desembargador Francisco Loureiro, 6ª Câmara de Direito Privado, data de julgamento: 22.03.2012).

<sup>32</sup> Superior Tribunal de Justiça: “[...]. É lícito ao juiz respaldar suas convicções em mais de um preceito legal, desde que tipificada a conduta lesiva. Convicções do acórdão acerca da configuração do ato ilícito gerador de dano moral formadas com base nas provas e fatos circunstanciados na lide. Valor indenizatório e verba honorária. Impossibilidade de revisão na via especial. Súmula 7 desta Corte. Recurso Especial a que se nega seguimento.” (Recurso Especial n. 1.433.019, Relator Ministro Marco Aurélio Bellizze, Terceira Turma, data de julgamento: 07.04.2016, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 20.04.2016).

A Resolução MERCOSUL/GMC/RES. N. 126/96, dispõe em seu Anexo que:

III) A publicidade comparativa será permitida sempre que sejam respeitados os seguintes princípios e limites:

- a) que não seja enganosa;
- b) seu principal objetivo seja o esclarecimento da informação ao consumidor;
- c) tenha por princípio básico a objetividade na comparação e não dados subjetivos, de caráter psicológico ou emocional;
- d) a comparação seja passível de comprovação;
- e) não se configure como concorrência desleal, desprestigiando a imagem de produtos, serviços ou marcas de outras empresas;
- f) não estabeleça confusão entre os produtos, serviços ou marcas de outras empresas.

IV) Não será permitida a publicidade comparativa quando seu objetivo seja a declaração geral e indiscriminada da superioridade de um produto ou serviço sobre outro.

No mesmo sentido estão os princípios e limites da publicidade comparativa expressos no artigo 32 do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, do Conselho Nacional Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária (CONAR)<sup>33</sup>.

No contexto da concorrência, a publicidade comparativa é julgada como ilegal quando inclui ações que difamem, criem confusão ou façam uso impróprio da imagem ou reputação de outrem. Isso ocorre porque o objetivo principal da legislação concorrencial é prevenir o emprego indevido da propriedade intelectual de terceiros, de maneira que cause danos ao seu titular ou aos consumidores.

No ano de 2010, a *Procter&Gamble* ingressou com uma ação contra a *Spectrum Brands*, alegando a indevida utilização da marca *Duracell* nas embalagens dos produtos *Rayovac* por meio de publicidade comparativa explícita em materiais publicitários e informativos. Para a autora, tal prática constituía concorrência desleal e prejudicava a imagem e reputação de suas marcas e produtos.

---

<sup>33</sup> Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária: “Artigo 32. Tendo em vista as modernas tendências mundiais – e atendidas as normas pertinentes do Código da Propriedade Industrial, a publicidade comparativa será aceita, contanto que respeite os seguintes princípios e limites: a) seu objetivo maior seja o esclarecimento, se não mesmo a defesa do consumidor; b) tenha por princípio básico a objetividade na comparação, posto que dados subjetivos, de fundo psicológico ou emocional, não constituem uma base válida de comparação perante o Consumidor; c) a comparação alegada ou realizada seja passível de comprovação; d) em se tratando de bens de consumo, a comparação seja feita com modelos fabricados no mesmo ano, sendo condenável o confronto entre produtos de épocas diferentes, a menos que se trate de referência para demonstrar evolução, o que, nesse caso, deve ser caracterizado; e) não se estabeleça confusão entre produtos e marcas concorrentes; f) não se caracterize concorrência desleal, depreciação à imagem do produto ou à marca de outra empresa; g) não se utilize injustificadamente a imagem corporativa ou o prestígio de terceiros; h) quando se fizer uma comparação entre produtos cujo preço não é de igual nível, tal circunstância deve ser claramente indicada pelo anúncio”.

Em primeira instância, os pedidos foram julgados improcedentes. A decisão destacou a inexistência de concorrência desleal, pois a *Spectrum Brands* comprovou que seu produto possuía a mesma durabilidade do produto da *Procter&Gamble*. Além disso, não havia intenção de macular a marca ou confundir o consumidor, mas sim de informar uma situação fática considerada relevante em benefício próprio.

Em grau de apelação, o Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro (TJRJ) ressaltou que não houve crime de concorrência desleal e apontou que a própria *Procter&Gamble* já havia utilizado o mesmo tipo de propaganda em suas campanhas. Para o Tribunal, as peças publicitárias comparativas não tinham a intenção de atribuir caráter pejorativo à marca da recorrente, nem de confundir o consumidor. Ao contrário, a propaganda buscava informar sobre uma situação fática que a anunciante considerava relevante em seu favor, permitindo ao consumidor adquirir um produto semelhante e com o mesmo propósito por um preço inferior.

O recurso interposto pela *Procter&Gamble* foi negado pelo TJRJ, resultando no agravo da decisão denegatória, que foi convertido em recurso especial pelo STJ, que concluiu pela ausência de atos de concorrência desleal ou desmoralização da marca ou imagem dos produtos da recorrente<sup>34</sup>.

Entendimento diverso resultou da ação movida pela Cooperbarra contra a Dia Brasil, acusada de associar o nome da autora à prática de preços elevados ao inserir o nome da Cooperbarra nos cupons fiscais anexados aos carrinhos de compras no supermercado Dia. A Cooperbarra alegava que essa prática constituía publicidade comparativa antiética e desleal por parte da Dia Brasil.

---

<sup>34</sup> Superior Tribunal de Justiça: “[...] 2. O propósito recursal é definir se a estratégia de marketing utilizada pela recorrida, baseada em publicidade comparativa, violou direito marcário titulado pelas recorrentes. 3. A ausência de decisão acerca dos dispositivos legais indicados como violados impede, quanto às normas por eles veiculadas, o conhecimento do recurso especial. 4. A publicidade comparativa pode ser definida como método ou técnica de confronto empregado para enaltecer as qualidades ou o preço de produtos ou serviços anunciados em relação a produtos ou serviços de um ou mais concorrentes, explícita ou implicitamente, com o objetivo de diminuir o poder de atração da concorrência frente ao público consumidor. 5. A despeito da ausência de abordagem legal específica acerca da matéria, a publicidade comparativa é aceita pelo ordenamento jurídico pátrio, desde que observadas determinadas regras e princípios concernentes ao direito do consumidor, ao direito marcário e ao direito concorrencial, sendo vedada a veiculação de propaganda comercial enganosa ou abusiva, que denigra a imagem da marca comparada, que configure concorrência desleal ou que cause confusão no consumidor. Precedentes. 6. Na hipótese dos autos, conforme as premissas fáticas assentadas pelo juízo de origem – soberano no exame do acervo probatório –, verifica-se que a publicidade comparativa veiculada pela recorrida não violou os ditames da boa-fé, foi realizada com propósito informativo e em benefício do consumidor, não tendo sido constatada a prática de atos de concorrência desleal, tampouco de atos que tenham denegrido a marca ou a imagem dos produtos das recorrentes. 7. Recurso especial não provido.” (Recurso Especial n. 1.668.550, Relatora Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, data de julgamento: 23.05.2017, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 26.05.2017).

Em primeira instância, foi reconhecida essa publicidade comparativa como ofensiva, sendo determinado que a Dia Brasil removesse o cupom fiscal com o nome da Cooperbarra dos carrinhos expostos no supermercado Dia, se abstivesse de fazer propaganda indicativa da autora, e pagasse indenização por danos morais.

A Dia Brasil apelou da decisão ao TJSP, argumentando que a publicidade comparativa de alguns produtos estava em conformidade com a lei, não configurando concorrência desleal. Em sua decisão, o relator sustentou que a conduta desleal da apelante consistiu em comparar apenas produtos que a beneficiavam, induzindo os clientes a acreditarem que os preços de seus produtos são sempre mais baixos em comparação aos da Cooperbarra. Assim, o foco da mensagem publicitária não estaria na maior vantagem de preço dos produtos selecionados, mas sim na ideia geral de que os preços no supermercado Dia eram sempre mais vantajosos. Ademais, dada a localização dos supermercados em uma cidade pequena, essa mensagem gerou uma carga negativa significativa, afetando a reputação e imagem da Cooperbarra<sup>35</sup>.

Todos os demais recursos apresentados pela Dia Brasil foram improvidos pelo Tribunal Superior<sup>36</sup>.

### 2.3.2. Atos confusórios

Denis Borges Barbosa (2003) define atos confusórios como aqueles que comprometem a decisão autônoma do consumidor, distorcendo a competição por meio de práticas como fraude, imitação servil, uso não autorizado de marca ou nome, entre outras ações que enganam o consumidor e capturam indevidamente a clientela de terceiros.

---

<sup>35</sup> Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo: “[...]. Concorrência desleal. Publicidade comparativa. Exercício de concorrência direta em pequeno centro urbano. Conduta da ré, ao selecionar determinados produtos sem demonstrar que os demais itens por ela comercializados tenham preços mais vantajosos. Prejuízo para a autora. Indução do consumidor a acreditar que todos os produtos têm preço mais vantajoso. Abusividade reconhecida. Danos morais configurados. Indenização devida. Valor indenizatório suficiente. Condenação mantida. Recurso improvido”. (Apelação n. 0006405-72.2014.8.26.0063, Relator Desembargador Hamid Bdine, 1ª Câmara Reservada de Direito Empresarial, data de julgamento: 08.02.2017).

<sup>36</sup> Superior Tribunal de Justiça: “[...] 1. Não cabe, em recurso especial, reexaminar matéria fático-probatória (Súmula n. 7/STJ). 2. Agravo interno a que se nega provimento.” (Agravo Interno no Agravo em Recurso Especial n. 1.402.894, Relatora Ministra Maria Isabel Gallotti, Quarta Turma, data de julgamento: 23.08.2021, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 25.08.2021).

Alberto Luís Camelier da Silva (2013) descreve essas ações como estratégias injustas para obter vantagens, enganando os consumidores sobre a procedência de empresas, produtos ou serviços.

A Lei da Propriedade Industrial (Lei n. 9.279/1996), em seu artigo 195, incisos III a VIII<sup>37</sup>, destaca várias formas de competição desleal ligadas à criação de confusão, incluindo práticas fraudulentas para atrair clientes de outros e o uso indevido de sinais distintivos alheios (nome empresarial, título de estabelecimento, insígnia, expressão ou sinal de propaganda). Essas práticas não só violam princípios básicos de honestidade e integridade comercial, mas também infringem diretamente os direitos de propriedade intelectual.

Fabio Konder Comparato (1996 *apud* ASQUINI, 1943) descreve a empresa como um fenômeno econômico poliédrico que, sob uma perspectiva jurídica, apresenta quatro perfis distintos: subjetivo, funcional, patrimonial ou objetivo, e corporativo. O perfil subjetivo compreende a empresa como o empresário (também chamado de *azienda*); o funcional, como a execução da atividade empresarial; o patrimonial ou objetivo, identifica a empresa com o patrimônio *aziendal* – complexo de relações jurídicas, incluindo as com a clientela – e o estabelecimento – complexo de bens; e o corporativo considera a empresa uma instituição, uma organização de pessoas formada pelo empresário e seus colaboradores, os empregados.

Especificamente, o inciso III do artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial aponta o desvio de clientela por meio do emprego de fraude. A clientela, popularmente vista como os frequentadores habituais de um estabelecimento, embora não seja considerada uma propriedade industrial ou parte do negócio em si<sup>38</sup>, é reconhecida pela doutrina como vital para a qualidade e organização da atividade empresarial.

---

<sup>37</sup> Lei n. 9.279/1996: “Art. 195. Comete crime de concorrência desleal quem: [...] III - emprega meio fraudulento, para desviar, em proveito próprio ou alheio, clientela de outrem; IV - usa expressão ou sinal de propaganda alheios, ou os imita, de modo a criar confusão entre os produtos ou estabelecimentos; V - usa, indevidamente, nome comercial, título de estabelecimento ou insígnia alheios ou vende, expõe ou oferece à venda ou tem em estoque produto com essas referências; VI - substitui, pelo seu próprio nome ou razão social, em produto de outrem, o nome ou razão social deste, sem o seu consentimento; [...] VIII - vende ou expõe ou oferece à venda, em recipiente ou invólucro de outrem, produto adulterado ou falsificado, ou dele se utiliza para negociar com produto da mesma espécie, embora não adulterado ou falsificado, se o fato não constitui crime mais grave;”.

<sup>38</sup> Nesse sentido, Pedro Marcos Nunes Barbosa (2022): "A clientela/freguesia é fenômeno eminentemente fático, volúvel e profundamente infiel, e está tão livre a alterar de fornecedor quanto estão os agentes econômicos a se organizarem e entrarem ou saírem de um determinado mercado. Em outras palavras, o titular de um estabelecimento não faz jus a direito adquirido em manter sua clientela, tal qual para o político profissional não há garantia de manutenção de seu eleitorado. O que é possível fazer para manter e ampliar os vínculos com seus consumidores é a aposta no desenvolvimento da própria eficiência".

Oscar Barreto Filho (1988) diferencia "clientela", associada à regularidade nas relações econômicas e integrante do aviamento (*goodwill*) da empresa, de "freguesia", caracterizada pela casualidade dessas relações.

Aviamento é entendido por Rubens Requião (1998) como a capacidade de gerar lucros futuros e valor econômico, com a clientela formando um grupo de consumidores dos produtos ou serviços ofertados, enquanto Fábio Ulhôa Coelho (2011) o descreve como o valor que o empresário agrega ao negócio por meio da organização e esforço para reunir a empresa.

Conclui-se, portanto, que a clientela é resultado direto de um bom aviamento, refletindo na atração e retenção de clientes, o que, por sua vez, gera maior vantagem econômica e merece proteção legal como um direito adquirido pelo esforço do empresário. Desse modo, práticas que visam obter a clientela de outros por meios desonestos são vistas como ataques à concorrência leal, representando uma ameaça ao desenvolvimento saudável da competição em determinado mercado.

Miguel Reale Junior (1993) argumenta que os meios fraudulentos são identificados quando se empregam estratégias destinadas a usurpar os esforços de um concorrente na penetração e domínio de mercado, ou quando se busca causar confusão por meio da similaridade com nomes empresariais, marcas ou sinais distintivos que possam levar consumidores a adquirir produtos de um concorrente desonesto. Segundo o autor, para que uma ação seja considerada fraudulenta, não é necessária a concretização do engano, bastando que exista potencial para induzir erro ou má interpretação, aproveitando-se da boa-fé alheia.

José Henrique Pierangeli (2003) define "meio fraudulento" como um termo abrangente que inclui uma vasta gama de métodos ilícitos, demonstrando a versatilidade da imaginação e da criatividade humana para atos enganosos.

Pedro Marcos Nunes Barbosa (2022) oferece uma perspectiva crítica a respeito da terminologia "meio fraudulento", argumentando que sua imprecisão jurídica compromete a segurança e as liberdades individuais, caracterizando-se por sua flexibilidade normativa e suscetibilidade a mudanças ao longo do tempo.

O uso ou imitação de expressões ou sinais de propaganda alheios, de forma a criar confusão entre produtos ou estabelecimentos, é uma prática de concorrência desleal prevista no inciso IV do artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial. Essa estratégia não apenas confunde o consumidor, mas também prejudica o valor e a reputação da marca original, representando um desafio significativo para as empresas e um risco para a integridade do mercado.

Note-se que, diferentemente das marcas e dos desenhos industriais, os sinais e expressões empregados como meio de propaganda não são registráveis<sup>39</sup>. Dessa forma, o núcleo dessa questão reside na apropriação indevida do aviamento de uma empresa. Quando uma empresa imita expressões ou sinais de propaganda de outra, busca-se beneficiar-se indevidamente desse valor sem investir no mesmo nível de esforço ou inovação.

De acordo com o artigo 3º, parágrafo 1º do Código de Defesa do Consumidor (Lei n. 8.078/1990)<sup>40</sup>, o termo “produto” é abrangente, incluindo quaisquer bens, sejam eles móvel ou imóvel, tangíveis ou intangíveis. Já o artigo 1.142, *caput* e parágrafo 1º, do Código Civil (Lei n. 10.406/2002)<sup>41</sup>, descreve o “estabelecimento” como um conjunto organizado de bens direcionado ao funcionamento de uma empresa, gerido por um empresário individual ou por uma entidade empresarial. Importante frisar que o conceito de estabelecimento difere da ideia de local, ambiente físico ou virtual, onde a atividade empresarial é realizada.

Esse tipo de prática pode resultar em várias consequências negativas. Para o consumidor, cria-se um cenário de confusão ou engano, podendo levar à aquisição de produtos ou serviços de qualidade inferior, sob a falsa impressão de que estão relacionados à marca original. Para a empresa afetada, há uma diluição da marca e potencial perda de receita, uma vez que a prática pode desviar clientes e erodir a exclusividade e a fidelidade construída ao longo do tempo. No âmbito mais amplo, a confiança no mercado pode ser abalada, afetando negativamente a competição saudável e a inovação.

De outra vertente, as condutas de utilizar nomes empresariais, títulos de estabelecimentos ou insígnias de terceiros sem autorização, além de comercializar, expor à venda ou manter em estoque produtos portando tais identificações, assim como a ação de substituir em produtos de outros, o nome ou a razão social pela própria identificação sem consentimento do detentor original, representam graves formas de concorrência desleal, estando tipificadas como crime nos incisos V e VI do artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial.

O nome empresarial, ou nome comercial, é o elemento de individualização e distinção do empresário ou da sociedade empresária no exercício da empresa, a fim de se evitar a

---

<sup>39</sup> Lei n. 9.279/1996: “Art. 124. Não são registráveis como marca: [...] VII - sinal ou expressão empregada apenas como meio de propaganda; [...]”.

<sup>40</sup> Lei n. 8.078/1990: “Art. 3º [...]. §1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial”.

<sup>41</sup> Lei n. 10.406/2002: “Art. 1.142. Considera-se estabelecimento todo complexo de bens organizado, para exercício da empresa, por empresário, ou por sociedade empresária. §1º O estabelecimento não se confunde com o local onde se exerce a atividade empresarial, que poderá ser físico ou virtual.”.

confusão com outros e, conseqüentemente, a concorrência desleal<sup>42</sup>. A depender do tipo societário, será constituído pela firma ou pela denominação (razão social). Sua proteção decorre automaticamente do arquivamento dos atos constitutivos ou modificativos da empresa na Junta Comercial do Estado onde são exercidas as atividades econômicas. Mas a empresa também poderá requerer a extensão dessa proteção a outros Estados da Federação<sup>43</sup>.

Apesar do artigo 2º, inciso VIII, da Convenção da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI)<sup>44</sup> classificar o direito relacionado ao nome comercial como propriedade intelectual, a doutrina e a legislação brasileiras atualmente não o reconhecem como tal, devido às regras específicas para seu registro e aos princípios que o regem<sup>45</sup>.

---

<sup>42</sup> Lei n. 10.406/2002: “Art. 1.155. Considera-se nome empresarial a firma ou a denominação adotada, de conformidade com este Capítulo, para o exercício de empresa. Parágrafo único. Equipara-se ao nome empresarial, para os efeitos da proteção da lei, a denominação das sociedades simples, associações e fundações.” e “Art. 1.163. O nome de empresário deve distinguir-se de qualquer outro já inscrito no mesmo registro. Parágrafo único. Se o empresário tiver nome idêntico ao de outros já inscritos, deverá acrescentar designação que o distinga.”; Lei n. 8.934/1994: “Art. 34. O nome empresarial obedecerá aos princípios da veracidade e da novidade.”; e Decreto n. 1800/1996: “Art. 62. O nome empresarial atenderá aos princípios da veracidade e da novidade e identificará, quando assim o exigir a lei, o tipo jurídico da sociedade. §1º Na hipótese de o nome empresarial incluir a indicação de atividades econômicas, essas deverão estar previstas no objeto social do empresário individual ou da sociedade empresária. §2º Não poderá haver colidência por identidade do nome empresarial com outro já protegido. §3º Ato do Departamento Nacional de Registro Empresarial e Integração da Secretaria de Governo Digital da Secretaria Especial de Desburocratização, Gestão e Governo Digital do Ministério da Economia estabelecerá a composição do nome empresarial e os critérios para verificação da existência de identidade ou semelhança entre nomes empresariais. §4º Eventuais casos de confronto entre nomes empresariais por semelhança poderão ser questionados pelos interessados, a qualquer tempo, por meio de recurso, nos termos de ato do Departamento Nacional de Registro Empresarial e Integração. §5º Reconhecida a semelhança de que trata o §4º, o Departamento Nacional de Registro Empresarial e Integração determinará ao interessado que o nome empresarial seja alterado no prazo de trinta dias, contado da data de sua intimação da decisão do recurso. §6º Encerrado o prazo de que trata o §5º sem providências pelo interessado, a Junta Comercial deverá, de ofício, alterar o nome empresarial para o número de inscrição no CNPJ, seguido da partícula identificadora do tipo societário ou jurídico, quando exigida por lei, sem prejuízo de posterior solicitação de alteração do nome empresarial pelo interessado.

<sup>43</sup> Lei n. 8.934/1994: “Art. 33. A proteção ao nome empresarial decorre automaticamente do arquivamento dos atos constitutivos de firma individual e de sociedades, ou de suas alterações.”; e Decreto n. 1800/1996: “Art. 61. O arquivamento do instrumento de empresário individual, do ato constitutivo de sociedade empresária ou de alterações desses atos que impliquem mudança de nome automaticamente conferem proteção ao nome empresarial a cargo das Juntas Comerciais. § 1º A proteção ao nome empresarial circunscreve-se à unidade federativa de jurisdição da Junta Comercial que procedeu ao arquivamento de que trata o caput deste artigo. § 2º A proteção ao nome empresarial poderá ser estendida a outras unidades federativas, a requerimento da empresa interessada, observado o disposto em ato do Departamento Nacional de Registro Empresarial e Integração da Secretaria de Governo Digital da Secretaria Especial de Desburocratização, Gestão e Governo Digital do Ministério da Economia. [...]”.

<sup>44</sup> Convenção da Organização Mundial da Propriedade Intelectual: “Artigo 2º. Para fins da presente Convenção entende-se por: [...] VIII. Propriedade Intelectual os direitos relativos: às obras literárias, artísticas, científicas, às interpretações dos artistas, intérpretes e às execuções dos artistas executantes, aos fonogramas e às missões de radiodifusão, às invenções em todos os domínios da atividade humana, às descobertas científicas, aos desenhos e modelos industriais, às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e denominações comerciais, à proteção contra a concorrência desleal e todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico.”

<sup>45</sup> Nesse sentido, destaca Ricardo Negrão (2012): “Mas, no atual estágio de desenvolvimento doutrinário e legislativo, o nome não pode ser considerado direito de propriedade industrial, porque este se entende propriedade



O título do estabelecimento e a insígnia também são elementos essenciais para a identificação do negócio, estabelecendo uma conexão direta com o estabelecimento em si. Ambos se diferenciam do nome empresarial por não exigirem registro.

Gonçalves Neto (2012) conceitua o título do estabelecimento como o nome escolhido pelo empresário para promover e atrair clientes para sua loja ou comércio. Ele pode derivar da razão social da empresa ou incluir apelidos ou pseudônimos dos sócios, atuando como uma ferramenta de *marketing* ao tornar o negócio reconhecível para o público.

Pontes de Miranda (2013) define o título de estabelecimento como a denominação visualmente distintiva que um negócio recebe, ressaltando sua importância na atração e fidelização de clientes, enquanto as insígnias, que podem incluir elementos verbais (palavras ou frases) ou simbólicos (figuras), agregam outros elementos que contribuem para a identidade visual do estabelecimento.

É importante salientar que a proteção conferida às marcas, ao nome empresarial, e a outros signos distintivos, é fundamental para o desenvolvimento econômico e tecnológico do país<sup>46</sup>. Ela permite que o empresário se destaque no mercado, promovendo a livre concorrência ao garantir a exclusividade no uso de sua identificação comercial.

De acordo com o artigo 124, inciso V, da Lei de Propriedade Industrial<sup>47</sup>, não é permitido o registro de marcas que consistam na reprodução ou imitação de aspectos distintivos ou identificadores de título de estabelecimento ou nome empresarial de terceiros, que possam provocar confusão ou criar uma associação com esses sinais distintivos<sup>48</sup>.

---

imaterial e se constitui coisa incorpórea, como ocorre com as marcas, patentes e desenhos industriais, que, após sua criação intelectual, ganham força de direito autônomo ao da personalidade de seu criador. O nome não dispõe dessa autonomia em razão de sua indissociabilidade da figura humana que o detém, como ocorre nas firmas, constituídas de nomes pessoais do empresário ou sócios da sociedade empresária, e, ainda, porque não pode ser alienado mesmo quando se tratar de sua forma denominativa, não vinculada a nomes pessoais (art. 1164 do Código Civil).”

<sup>46</sup> Constituição da República Federativa do Brasil de 1988: “Art. 5º [...]; XXIX - a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País;”

<sup>47</sup> Lei n. 9.279/1996: “Art. 124. Não são registráveis como marca: [...] V - reprodução ou imitação de elemento característico ou diferenciador de título de estabelecimento ou nome de empresa de terceiros, suscetível de causar confusão ou associação com estes sinais distintivos;”

<sup>48</sup> Nesse mesmo sentido, expressa o Superior Tribunal de Justiça que: “[...] 1. O elemento característico ou diferenciador de nome de empresa ou de título de estabelecimento será óbice ao registro da marca (art. 124, inciso V, da Lei n. 9.279/1996 - LPI), quando a proteção ao nome empresarial for conferida em âmbito nacional. 2. A vedação à registrabilidade de vocábulos ou sinais de caráter genérico ou de uso comum deve ser analisada à luz de sua aplicabilidade ao produto ou serviço que se pretende identificar, e não com vistas à própria palavra ou sinal examinados isoladamente. Na hipótese, o termo “Curitiba” não se relaciona diretamente com o serviço cuja

A proteção do título de estabelecimento e das insígnias dos empresários é justificada no âmbito da concorrência, visto que ambos constituem elementos imateriais que diferenciam o empresário no mercado. Embora esses elementos não compartilhem a mesma base legal que as marcas, eles podem igualmente ser a causa de confusões que resultem na atração indevida ou desleal de clientes de outros empresários.

Saliente-se que a reprodução ou imitação, total ou parcial, sem a devida permissão e de forma a gerar confusão, de armas, brasões ou distintivos oficiais, em marcas, títulos de estabelecimento, nomes comerciais, insígnias ou em sinais publicitários, assim como a utilização econômica dessas práticas, ou ainda a comercialização, exposição ou oferta de produtos marcados com tais imitações, constituem infrações criminalizadas pelo artigo 191 da Lei de Propriedade Industrial<sup>49</sup>.

Por outro lado, a modificação, adulteração ou emprego impróprio de marcas, logotipos, siglas ou quaisquer outros símbolos ou identificadores associados a órgãos ou entidades da Administração Pública constitui uma prática criminosa prevista no artigo 296, parágrafo 1º, inciso III, do Código Penal (Decreto-Lei n. 2.848/1940)<sup>50</sup>.

Percebe-se que a repressão da concorrência desleal está vinculada à proteção contra a confusão que pode surgir entre os componentes nos quais tais práticas se materializam, independentemente da necessidade de infringir direitos de propriedade industrial. Assim, o risco de confusão se verifica quando a forma como produtos ou serviços são apresentados pode induzir o consumidor a pensar que tais produtos, bens ou serviços pertencem a um competidor. No entanto, a legislação não impede que ocorram semelhanças entre produtos ou serviços, já que, sob essa lógica, qualquer agente econômico que produzisse ou oferecesse o mesmo tipo de produto ou serviço estaria em desacordo com os princípios de lealdade comercial.

---

individualização se busca com o registro da marca - venda de veículos - tampouco com as características inerentes ao serviço identificado, motivo pelo qual não incide a vedação prevista no art. 124, inciso VI, da Lei n. 9.279/1996. [...]”. (Recurso Especial n. 1.237.752, Relator Ministro Luís Felipe Salomão, Quarta Turma, data de julgamento: 05.03.2015, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 27.05.2015).

<sup>49</sup> Lei n. 9.279/1996: “Art. 191. Reproduzir ou imitar, de modo que possa induzir em erro ou confusão, armas, brasões ou distintivos oficiais nacionais, estrangeiros ou internacionais, sem a necessária autorização, no todo ou em parte, em marca, título de estabelecimento, nome comercial, insígnia ou sinal de propaganda, ou usar essas reproduções ou imitações com fins econômicos. Pena - detenção, de um a três meses, ou multa. Parágrafo único. Incorre na mesma pena quem vende ou expõe ou oferece à venda produtos assinalados com essas marcas.”

<sup>50</sup> Código Penal: “Art. 296. Falsificar, fabricando-os ou alterando-os: [...]. Pena - reclusão, de dois a seis anos, e multa. § 1º Incorre nas mesmas penas: [...]; III - quem altera, falsifica ou faz uso indevido de marcas, logotipos, siglas ou quaisquer outros símbolos utilizados ou identificadores de órgãos ou entidades da Administração Pública”.

Carlos Olavo (2005) elucida que o risco de confusão pode ser compreendido de duas formas: em sentido restrito e em sentido amplo. Sob a perspectiva restrita, o risco de confusão ocorre quando não for possível ao consumidor médio distinguir dentre as atividades de uma e de outra empresa. Na visão ampla, embora o consumidor médio consiga diferenciá-las, faz uma associação equivocada entre elas<sup>51</sup>. O critério para estabelecer a confusão reside na análise comparativa entre a percepção atual e a recordação que se tem de algo anterior, em que a proeminência do elemento imitado é significativa, uma vez que o perigo de confusão se intensifica se a imitação se refere a algo prontamente identificável pelo consumidor.

Os atos de confusão englobam duas problemáticas críticas: concorrência parasitária e imitação servil. Essas duas formas constituem variantes de práticas de concorrência desleal, as quais, apesar de não estarem explicitamente mencionadas na legislação, foram conceitualizadas pela doutrina<sup>52</sup>.

Adelaide Menezes Leitão (2001) argumenta que a imitação servil intrinsecamente carrega o potencial de induzir à confusão, ao passo que a concorrência parasitária necessita de uma avaliação à luz das normas e usos honestos da atividade econômica específica. Segundo a autora, a concorrência parasitária caracteriza-se por uma série de ações recorrentes, enquanto a imitação servil é definida pela qualidade dessas ações. O foco não reside na frequência das ações, mas sim na forma como a imitação é executada, de modo a causar confusão em relação ao estabelecimento, produtos, serviços ou reputação dos concorrentes.

---

<sup>51</sup> Pedro Sousa e Silva (1998) ensina que: “Embora o primeiro interessado na defesa da marca seja o titular, a potencial vítima da confusão é o consumidor. Por isso, é por referência ao consumidor médio que esse risco deve ser aferido. Mas o consumidor médio não é necessariamente, o homem médio ou bônus pater familias...O padrão a considerar não é de um consumidor qualquer, mas sim o do consumidor médio dos produtos ou serviços que a marca visa assinalar. Algo de semelhante ao conceito de “público-alvo”, utilizado pela publicidade. Há pois que identificar e atender às características dos consumidores típicos dos produtos ou serviços em causa, ao seu grau de instrução, de atenção, aos seus hábitos de consumo, valores, expectativas e preocupações pois todos estes factores condicionam a sua atitude no mercado e, ao fim e ao cabo, a sua exposição ao risco de confusão. O consumidor médio de produtos de informática é seguramente diferente (mais atento e informado) que o consumidor médio de arroz ou detergente para a louça. E isso pode ser determinante para o grau de exigência a empregar, quando se afere do risco da confusão”.

<sup>52</sup> Nesse sentido, Denis Borges Barbosa (2012): “A cópia servil, ou seja, a imitação dos elementos característicos de um produto ou serviço ou estabelecimento, do aviamento de uma empresa, quando feita em seus aspectos técnicos ou funcionais, necessários para o funcionamento de um negócio semelhante, ou para a elaboração de um produto ou prestação de um serviço é a chamada concorrência parasitária. Note-se, porém, que a cópia de aspectos técnicos ou funcionais, quando tais aspectos não são protegidos por patente ou outro direito de exclusiva, não é ilícita. Pelo contrário, como consagrado pela doutrina e pela jurisprudência, especialmente a constitucional, é livre o direito à cópia de elementos técnicos ou funcionais não protegidos por exclusiva. Esta é, aliás, um dos requisitos essenciais da competição econômica e socialmente justa. Mas é ilícita, irremissível e sem qualquer justificativa razoável o parasitismo confusivo. O parasitismo será sempre concorrência desleal, quando constatada neste ato o potencial de confusão ou indevida associação entre produtos, serviços e estabelecimentos de origens distintas.

Para Carlos Olavo (2005), o parasitismo manifesta-se de duas formas: almejando a reputação alheia, em que o empresário busca beneficiar-se da notoriedade que outro adquiriu legitimamente, ou visando produtos ou frutos do trabalho alheio. Neste último caso, a exploração sistemática representa uma forma de concorrência desleal prejudicial ao detentor dos direitos sobre o bem copiado, privando-o dos frutos de sua inovação técnica alcançada por meio de investimentos próprios. Isso também lesa concorrentes íntegros, que não recorrem ao aproveitamento do esforço alheio. Ademais, o interesse coletivo é comprometido, visto que ações parasitas de imitadores impactam negativamente os estímulos à inovação.

O Superior Tribunal de Justiça (STJ) liga a ilicitude do aproveitamento parasitário à noção de enriquecimento sem causa<sup>53</sup>.

Além da marca registrada, outros elementos identificadores de um produto ou serviço são fundamentais para destacar sua singularidade. Qualquer elemento associado ao produto que auxilie na sua identificação pelo consumidor pode ser considerado uma marca, na medida de seu valor distintivo. Um conceito inovador nesse contexto é o de "conjunto-imagem", que se refere exatamente a essas características distintivas visíveis que um produto ou serviço oferece ao consumidor (SILVEIRA; SANTOS JUNIOR, 2021).

Denis Borges Barbosa (2011) entende que o termo *trade dress* refere-se a um conjunto distintivo de elementos visuais que identifica e caracteriza a aparência geral de um produto ou serviço, englobando cores, designs, formas, embalagens, gráficos, ou mesmo a disposição específica de elementos no produto ou em seu ambiente de venda.

Diferentemente do que acontece com o registro de marca, a proteção ao conjunto-imagem integral, com todos os seus elementos característicos, não é passível de registro perante o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), conforme se verifica da leitura do artigo 124, incisos VIII e XXI, da Lei de Propriedade Industrial<sup>54</sup>, tratando-se de discussão travada

---

<sup>53</sup> Superior Tribunal de Justiça: “[...] 5.2 O cenário fático-jurídico de concorrência desleal reclama o desenho de um comportamento – patrocinado por um operador econômico e diagnosticado no terreno negocial de certo produto ou serviço – que contrarie a conduta-dever que necessita ser observada no duelo pela clientela, via expedientes que desafiem sua idoneidade no mercado e, efetivamente, ou em potência, causem danos ao concorrente, uma vez que a caracterização da concorrência desleal/aproveitamento parasitário, que tem por base a noção de enriquecimento sem causa prevista no artigo 884 do Código Civil, é fundada nos elementos probatórios, devendo ser avaliada diante de cada caso concreto.” (Recurso Especial n. 1.237.752, Relator Ministro Luis Felipe Salomão, Quarta Turma, data de julgamento: 05.03.2015, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 27.05.2015).

<sup>54</sup> Lei n. 9.279/1996: “Art. 124. Não são registráveis como marca: [...] VIII - cores e suas denominações, salvo se dispostas ou combinadas de modo peculiar e distintivo; [...] XXI - a forma necessária, comum ou vulgar do produto ou de acondicionamento, ou, ainda, aquela que não possa ser dissociada de efeito técnico;”.

apenas entre particulares. Dessa forma, a salvaguarda da imagem global encontra-se no âmbito do combate à concorrência desleal, especialmente quando há a reprodução e/ou imitação não autorizada de características distintivas de produtos, serviços e estabelecimentos comerciais<sup>55</sup>.

Apesar de a solução parecer simples na teoria, a pacificação da questão da configuração da deslealdade concorrencial não é uma realidade na prática. Isso se deve ao fato de que a semelhança dos conjuntos-imagem entre produtos não é um critério consolidado pela jurisprudência, uma vez que os tribunais também ponderam outros elementos, como a intenção de confundir o consumidor e a utilização indevida de elementos distintivos da marca<sup>56</sup>. A singularidade de cada caso contribui para a variação das decisões judiciais, que estão sujeitas às circunstâncias específicas apresentadas.

Em 2009, a *Reckitt Benckiser* moveu uma ação contra a Bombril objetivando que a ré se abstinhasse de fabricar, comercializar e divulgar, de qualquer maneira, o produto de marca *Vantage*, semelhante à marca *Vanish*, pertencente à autora.

O Juízo da 14ª Vara Cível do Foro Central da Comarca de São Paulo concedeu antecipação de tutela devido à possibilidade de concorrência desleal e indução do consumidor ao erro, destacando a semelhança visual entre as marcas e embalagens<sup>57</sup>.

---

<sup>55</sup> De acordo com o precedente do Superior Tribunal de Justiça: “[...]. 1. O conjunto-imagem (*trade dress*) é a soma de elementos visuais e sensitivos que traduzem uma forma peculiar e suficientemente distintiva, vinculando-se à sua identidade visual, de apresentação do bem no mercado consumidor. 2. Não se confunde com a patente, o desenho industrial ou a marca, apesar de poder ser constituído por elementos passíveis de registro, a exemplo da composição de embalagens por marca e desenho industrial. 3. Embora não disciplinado na Lei n. 9.279/1996, o conjunto-imagem de bens e produtos é passível de proteção judicial quando a utilização de conjunto similar resulte em ato de concorrência desleal, em razão de confusão ou associação com bens e produtos concorrentes (art. 209 da LPI). 4. No entanto, por não ser sujeito a registro - ato atributivo do direito de exploração exclusiva - sua proteção não pode servir para ampliar direito que seria devido mediante registro, de modo que não será suficiente o confronto de marca a marca para caracterizar a similaridade notória e presumir o risco de confusão. 5. A confusão que caracteriza concorrência desleal é questão fática, sujeita a exame técnico, a fim de averiguar o mercado em que inserido o bem e serviço e o resultado da entrada de novo produto na competição, de modo a se alcançar a imprevisibilidade da conduta anticompetitiva aos olhos do mercado.” (Recurso Especial n. 1.353.451, Relator Ministro Marco Aurélio Bellizze, Terceira Turma, data de julgamento: 19.09.2017, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 28.09.2017).

<sup>56</sup> De acordo com o precedente do Superior Tribunal de Justiça “[...]. 2. 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. Precedentes. 3. A doutrina criou parâmetros para a aplicação do 124, XIX, da Lei n. 9.279/96 ao caso concreto, listando critérios para a avaliação da possibilidade de confusão de marcas: a) grau de distintividade intrínseca delas; b) grau de semelhança entre elas; c) legitimidade e fama do suposto infrator; d) tempo de convivência delas no mercado; e) espécie dos produtos em cotejo; f) especialização do público-alvo; e g) diluição. [...]”. (Recurso Especial. n. 1.726.804, Relator Ministro Moura Ribeiro, Terceira Turma, data de julgamento: 27.09.2022, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 29.09.2022).

<sup>57</sup> Conforme trecho da decisão retirada do acórdão do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo: “[...]. Entendo presentes os requisitos necessários à concessão da medida pleiteada. A plausibilidade do direito invocado decorre das marcas de titularidade das autoras, que por elas são reconhecidas pelos consumidores. Embora não tenham as

Ao analisar o agravo de instrumento contra a decisão, o Desembargador Beretta da Silveira reconheceu que as cores e suas denominações não eram elementos apropriáveis<sup>58</sup>.

Na ação principal, o pedido foi julgado improcedente. Isso porque, em que pese a jurisprudência reconhecer a proteção ao *trade dress* quando a utilização de elementos em conjunto semelhante puder gerar confusão entre os consumidores, as semelhanças entre embalagens de produtos do mesmo segmento, por si só, não caracterizam concorrência desleal. O magistrado ressaltou que, embora as embalagens da autora possam ser consideradas originais, a novidade em si, inserida no meio comercial, traz consigo uma carga de aceitação e sucesso, tornando razoável considerar tentativas de padronização como lícitas<sup>59</sup>.

---

autoras obtido o registro de todas as marcas depositadas perante o INPI, conforme se verifica dos documentos que acompanham a inicial, a anterioridade do pedido de registro confere a elas proteção em face de pedidos posteriores e contra sua utilização indevida. O risco de dano irreparável ou de difícil reparação advém da iminência de lançamento da linha de produtos produzida pelas réas, em que empregada a marca VANTAGE, semelhante à marca VANISH, das autoras. Embora a análise das características próprias das marcas depositadas pelas autoras seja matéria técnica, possivelmente dependente de instrução probatória, é possível afirmar, *ictu oculi*, a semelhança entre os aspectos visuais das marcas e embalagens dos produtos em questão. A similitude entre a disposição de cores e palavras nas marcas em apreço, o design das embalagens e a própria disposição dos produtos nos meios publicitários reforça a possibilidade de confusão, em detrimento da imagem já construída pelas autoras e pela qual são identificadas pelos consumidores. Ademais, como já asseverado nos autos referidos, as partes atuam no mesmo segmento de mercado, destinando-se à produção e venda de produtos de limpeza, sendo empresas reconhecidas no gênero. Há, assim, possibilidade de concorrência desleal e possível indução do consumidor a erro. Ante o exposto, DEFIRO a antecipação de tutela pleiteada, para o fim de determinar que as réas se abstenham de comercializar ou divulgar produtos que se assemelhem ao padrão visual das marcas de titularidade das autoras”. (Apelação Cível n. 0191736-89.2009.8.26.0100, Relator Desembargador Beretta da Silveira, 3ª Câmara de Direito Privado, data de julgamento: 07.12.2010).

<sup>58</sup> Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo: “[...]. Do exame a olho nu da embalagem dos produtos *Vanish* (da agravada) e *Vantage* (da agravante) é possível vislumbrar similitude. Entretanto, de outro lado, não são passíveis de registro as cores e suas denominações, conforme expressamente dispõe o inciso VIII, do art. 124 da Lei de Propriedade Industrial (9.279/96), e é inegável que a tendência de mercado aponta para produtos de indistigável semelhança nas embalagens, e facilmente constatado nas prateleiras dos supermercados, estimulando a livre concorrência.” (Agravo n. 1005219-56.2009.8.26.0100, Relator Desembargador Beretta da Silveira, 3ª Câmara de Direito Privado, data de julgamento: 04.11.2009).

<sup>59</sup> Trecho da sentença extraída do acórdão do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo: “[...]. A alegação da autora é de violação ao seu direito de uso da marca “VANISH”, em decorrência da pretensão da ré disponibilizar ao mercado produto denominado “VANTAGE”, com características semelhantes que implicam no reconhecimento de imitação configuradora da concorrência desleal. A similaridade está no nome, que possui o mesmo a) radical, b) grafia semelhante e c) fonética parecida. Também na forma como disposto o d) logotipo que estariam em e) angulação idêntica e f) envoltos por figuras arredondadas. Além disso, g) as embalagens seriam idênticas, com uso de h) cores semelhantes. Esses os pontos de contato existentes entre as duas marcas, que justificariam o reconhecimento de que o consumidor pode ser induzido a erro e adquirir um produto pelo outro, em prejuízo da autora. Não procede a alegação de imitação. [...]. A utilização do mesmo prefixo na composição das palavras, que tem significado diverso, não importa em violação à marca da ré, que não possui direito de vedar o uso de palavras com essas características para denominar produtos de outras empresas. A ré não tem exclusividade de tal uso. [...]. Os demais elementos que a requerente alega serem justificadores da confusão consubstanciam o que se denomina TRADE DRESS, ou seja, elementos que em conjunto individualizam o produto, permitindo ao consumidor diferenciá-lo dos demais. [...]. Embora não haja proteção específica na lei para o *trade dress*, a jurisprudência tem reconhecido essa proteção, quando a utilização de elementos em conjunto semelhante possam gerar confusão entre os consumidores. Para que isso ocorra é necessário que a similitude esteja demonstrada pelo conjunto de elementos utilizados no produto que se afirma imitador. Por isso é que não se protege de forma individual os elementos que são inapropriáveis. [...]. A proteção jurídica do que se conceitua na doutrina da propriedade intelectual como “*trade*

O Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo (TJSP) rejeitou o recurso de apelação interposto pela *Reckitt Benckiser*, concluindo que não houve violação ao direito de marca, pois a semelhança entre os produtos não causava confusão, incentivando a livre concorrência em benefício do consumidor<sup>60</sup>. Pelos mesmos fundamentos, o STJ negou seguimento ao recurso especial, afirmando que as questões relacionadas ao cerceamento de defesa, violação do direito de marca e possibilidade de confusão foram devidamente analisadas pelo Tribunal de origem<sup>61</sup>.

Em caso semelhante, as empresas que detêm a marca *Natura* ajuizaram uma ação contra as detentoras da marca *Jequiti*, buscando a abstenção de atos de concorrência desleal. Tais atos incluíam a identificação de uma linha completa de produtos com grafia e roupagem muito semelhantes às empregadas pela *Natura*, além da violação das marcas registradas por meio da reprodução indevida de suas marcas nominativas, identificadoras de suas principais linhas de produtos.

O Juízo da 31ª Vara Cível do Foro Central da Comarca de São Paulo julgou os pedidos formulados na inicial como improcedentes. As autoras apelaram para o TJSP, que concedeu

---

*dress*” não poderia ser utilizada, para no caso concreto, penalizar a ré, simplesmente pelo fato de esta última ter seguido determinadas tendências de mercado. As características e os elementos visuais similares, de uso sabidamente generalizado em determinadas facções de mercado, retiram a credibilidade dos argumentos da autora em torno de suposta confusão ou necessidade de respeito e proteção à aludida “*trade dress*”. As semelhanças entre embalagens, notadamente de produtos de um mesmo segmento, por si só, não caracterizam concorrência desleal ou contrafação. Ocorre que nada obstante se possa considerar como originais e em tese criativas as embalagens da autora em relação àquelas posteriormente utilizadas pela requerida, observa-se que a própria novidade em si, como de resto a anterioridade, inserida no meio comercial e publicitário, trazem consigo, determinada carga de aceitação e sucesso, mostrando-se assim, razoável considerar como lícitas, eventuais tentativas de padronização. Veja-se, contudo, que há elementos suficientes para distinção entre as embalagens. [...]. Cores e disposições assim, não podem ser consideradas monopólio de nenhum fabricante. Dito de outra forma, confrontadas as embalagens, sejam elas vistas em perspectiva, sejam elas vistas frontal ou lateralmente, resta evidente que as marcas se destacam mais que as cores e mais do que eventuais semelhanças de disposição de símbolos, afastando-se a tese da cópia parasitária ou desleal. Não assiste razão à requerente. Ante o exposto, JULGO IMPROCEDENTE a ação e condeno a requerente ao pagamento das custas, despesas processuais e honorários que arbitro em 10% do valor da ação.” (Apelação Cível n. 0191736-89.2009.8.26.0100, Relator Desembargador Beretta da Silveira, 3ª Câmara de Direito Privado, data de julgamento: 07.12.2010).

<sup>60</sup> Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo: “[...]. Marca. Concorrência desleal. Produtos Vanish e Vantage. Cerceamento de defesa incorrente. Não são passíveis de registro as cores e suas denominações. Tendência de mercado aponta para produtos de indistinctível semelhança nas embalagens, fato facilmente constatado nas prateleiras dos supermercados, estimulando a livre concorrência. Concorrência desleal incorrente. Ação inibitória improcedente. Recurso improvido.” (Apelação Cível n. 0191736-89.2009.8.26.0100, Relator Desembargador Beretta da Silveira, 3ª Câmara de Direito Privado, data de julgamento: 07.12.2010).

<sup>61</sup> Superior Tribunal de Justiça: “[...]. Marca. Ofensa ao art. 535 do CPC. Inexistência. Cerceamento de defesa. Inexistência. Entendimento obtido da análise do conjunto probatório. Impossibilidade de reexame. Óbice do Enunciado 7 da Súmula/STJ. Inexistência de colidência entre as marcas que cause confusão ao consumidor e de violação ao direito de marca. Entendimento obtido da análise do conjunto fático-probatório reunido nos autos. Reexame. Impossibilidade. Incidência da Súmula 7 desta Corte. Alegação de dissídio jurisprudencial. Ausência de similitude fática. Recurso a que se nega seguimento.” (Recurso Especial n. 1.284.971, Relator Ministro Massami Uyeda, Terceira Turma, data de julgamento: 20.11.2012, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 04.02.2013).

parcial provimento ao recurso, resultando na determinação de que as rés se abstivessem de fabricar e comercializar produtos com marcas e embalagens semelhantes às das autoras, sob pena de multa diária<sup>62</sup>.

Após a rejeição dos embargos de declaração, as rés apresentaram embargos infringentes, que também foram rejeitados<sup>63</sup>. Não obtendo sucesso em novos embargos de declaração, surgiram posteriormente dois recursos especiais, os quais, no entanto, não foram admitidos na origem.

No recurso especial interposto pelas rés, titulares da marca *Jequiti*, foi alegado que a fundamentação da decisão contestada não permitiu inferir a possibilidade de confusão e/ou desvio de clientela, as únicas circunstâncias que caracterizariam a violação do *trade dress*. Além disso, o TJSP reconheceu que os elementos de semelhança nas embalagens objetos da disputa são pontuais, e ambas as partes em litígio adotam a mesma estratégia comercial. O argumento foi de que o desenvolvimento de estratégias comerciais não é exclusivo de nenhuma entidade em qualquer sistema econômico do mundo.

Por outro lado, no recurso especial apresentado pelas autoras, detentoras da marca *Natura*, foi sustentado que houve o reconhecimento explícito da dolosa violação das marcas "Natura Erva Doce" e "Hórus", bem como do *trade dress* dos produtos. O acórdão recorrido afirmou que tal violação foi uma estratégia intencional das rés, visando competir deslealmente com a líder de mercado, provocando uma associação indevida e gerando diluição dos sinais distintivos, aproveitando-se do bom nome e prestígio da marca *Natura*.

---

<sup>62</sup> Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo: “[...]. Propriedade Industrial. Similitude entre os cosméticos produzidos pelas partes - uso das marcas "Jequiti Erva Doce" e "Jequiti Oro" pelas rés constitui comércio parasitário, em usurpação ao prestígio alheio, eis que há notória semelhança ortográfica e fonética com as marcas "Natura Erva Doce" e "Horus", registradas previamente pelas autoras. Inegáveis semelhanças também entre as embalagens dos produtos (*trade dress*). Concorrência desleal a ser apreciada por dois ângulos distintos, o da potencialidade de levar o consumidor a erro e do parasitismo e apropriação do prestígio da marca concorrente. Ausência, porém, de danos materiais ou morais indenizáveis. Recurso provido em parte, para o fim de determinar a abstenção das rés de fabricar e comercializar produtos com marcas e embalagens semelhantes às das autoras, sob pena de incidência de multa diária.” (Apelação Cível n. 0191861-57.2009.8.26.0100, Relator Desembargador Francisco Loureiro, 6ª Câmara de Direito Privado, data de julgamento: 07.03.2013).

<sup>63</sup> Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo: “[...]. Ação de abstenção de ato ilícito c/c pedido indenizatório e de liminar de tutela específica. Uso de marcas semelhantes. Embalagens. *Trade dress*. Concorrência desleal. Indenização por perdas e danos. Tutela inibitória. Autoras afirmam que as rés comercializam indevidamente produtos com marcas e embalagens semelhantes às suas. Indução do consumidor a erro. Exploração de prestígio alheio. Parasitismo. Sentença de improcedência. Sentença parcialmente reformada por maioria de votos. Embargos infringentes rejeitados.” (Embargos Infringentes n. 0191861-57.2009.8.26.0100/50001, Relatora Desembargadora Ana Lucia Romanhole Martucci, 6ª Câmara de Direito Privado, data de julgamento: 28.11.2013).



Ao examinar os agravos em recurso especial, o STJ optou por converter o recurso interposto pelas rés em representativo de controvérsia, firmando a tese de que compete à Justiça Estadual conhecer, no contexto da concorrência desleal, questões acerca do “conjunto-imagem” (*trade dress*) dos produtos. No entanto, compete à Justiça Federal, em ação de nulidade de registro de marca, com a participação do INPI, impor ao titular a abstenção do uso, inclusive no tocante à tutela provisória<sup>64</sup>.

No que diz respeito ao agravo em recurso especial impetrado pelas autoras, o STJ concluiu que há distintividade suficiente entre as marcas das autoras (“Hórus” e “Natura Erva Doce”) e as das rés (“Oro” e “Jequiti Erva Doce Mais”). Isso permite uma coexistência pacífica no mercado de cosméticos, pois não há risco percebido de confusão, associação indevida entre os sinais por parte do público consumidor de seus produtos, nem diluição entre as marcas registradas pelas partes<sup>65</sup>.

Ainda sob alegação de violação do *trade dress*, a empresa *Hypera* ajuizou uma ação contra o Laboratório Catarinense, buscando a proibição do uso das embalagens que envolvem o medicamento *Posdrink*. A autora alegou que a embalagem do *Posdrink* imitava a aparência visual previamente utilizada por ela na comercialização do medicamento *Engov*.

---

<sup>64</sup> Superior Tribunal de Justiça: “[...] 1. A tese a ser firmada, para efeito do art. 1.036 do CPC/2015 (art. 543-C do CPC/1973), é a seguinte: As questões acerca do *trade dress* (conjunto-imagem) dos produtos, concorrência desleal e outras demandas afins, por não envolver registro no INPI e cuidando de ação judicial entre particulares, é inequivocamente de competência da justiça estadual, já que não afeta interesse institucional da autarquia federal. No entanto, compete à Justiça Federal, em ação de nulidade de registro de marca, com a participação do INPI, impor ao titular a abstenção do uso, inclusive no tocante à tutela provisória. 2. No caso concreto, dá-se parcial provimento ao recurso interposto por SS Industrial S.A. e SS Comércio de Cosméticos e Produtos de Higiene Pessoal Ltda., remetendo à Quarta Turma do STJ, para prosseguir-se no julgamento do recurso manejado por Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda. e Natura Cosméticos S.A.” (Recurso Especial n. 1.527.232, Relator Ministro Luis Felipe Salomão, Segunda Seção, data de julgamento: 13/07/2017, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 05/02/2018. Tema Repetitivo 950).

<sup>65</sup> Superior Tribunal de Justiça: “[...] 1. Fundamentação “per relationem” no julgamento de apelação. Transcrição de fundamentos da sentença como razões de decidir no acórdão recorrido. Possibilidade. 2. Alegação de ofensa aos arts. 489 e 1.022 do CPC/2015. Inocorrência. Ausência de omissão no acórdão recorrido. 3. Propriedade industrial. pedido de declaração de nulidade de marcas. alegação de uso de termos idênticos ou semelhantes aos das marcas registradas pelas recorrentes para designar produtos do mesmo segmento mercadológico. Premissas fáticas fixadas no acórdão recorrido quanto à inexistência de risco de confusão, associação e diluição das marcas e à possibilidade de sua convivência pacífica. Ausência de identidade gráfica, fonética, ideológica e visual entre as marcas. Presença de nomes que possuem força distintiva. Pretensão de revisão das conclusões alcançadas pelo Tribunal de origem. Inviabilidade. Necessidade de reexame do conjunto fático-probatório dos autos. Súmula 7 do STJ. 4. Alegação de concorrência desleal. Ausência de impugnação específica de fundamentos aptos a sustentar o acórdão recorrido. Princípio da dialeticidade recursal. Súmula 283 do STF. Agravo conhecido para conhecer parcialmente do recurso especial e, nessa extensão, negar-lhe provimento.” (Agravo Interno no Agravo em Recurso Especial n. 1.396.421, Relator Ministro Paulo de Tarso Sanseverino, Terceira Turma, data de julgamento: 08.03.2021, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 10.03.2021).

A sentença de primeira instância acatou o pedido, ordenando que a ré cessasse a fabricação, venda, exposição e armazenamento das embalagens (*blisters*) do produto *Posdrink* que reproduzissem ou imitassem o conjunto de imagens do produto *Engov*. Além disso, foi determinada a retirada de todas as embalagens mencionadas do mercado.

O TJSP, por maioria de votos, manteve a decisão de primeira instância, afirmando que, segundo sua interpretação, os consumidores do produto fabricado pela recorrida poderiam ser confundidos devido ao uso de embalagens semelhantes para acondicionar medicamentos similares<sup>66</sup>.

No recurso especial, o Laboratório Catarinense alegou que, embora os medicamentos em questão compartilhem as cores azul e amarela em suas embalagens, cada um possui uma denominação distinta. Argumentou ainda contra a alegação de conduta parasitária ou desvio de clientela, enfatizando que o registro de cores como marca é proibido pela Lei de Propriedade Industrial, e que, portanto, a coincidência cromática entre os produtos não deveria resultar em penalização.

O STJ manteve a decisão do acórdão objeto do recurso, destacando que, contrariamente à alegação do laboratório recorrente, a questão não se resume à simples utilização das mesmas cores, mas sim à imitação de todo o aspecto visual (original e distintivo) da embalagem criada pela recorrida.

De acordo com Colendo Tribunal, a concorrência desleal, embora envolva um conceito de difícil delimitação objetiva, devido à natureza subjetiva e moral do adjetivo na expressão, se configura pela prática de atos que buscam indevidamente atrair ou desviar o público

---

<sup>66</sup> Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo: “[...] Produtos com embalagens semelhantes. Pretensão de retirada de mercado do produto similar. Sentença de parcial procedência, a fim determinar que a ré deixe de fabricar e vender o produto “posdrink”, que imita o conjunto de imagens do produto “engov”, bem como condenar a ré no pagamento de indenização por perdas e danos no equivalente a 20% de seus rendimentos líquidos. Apela a autora, alegando que a condenação da ré a pagar à autora 20% da receita líquida viola o art.210, II, da Lei 9.279/96, que determina que a indenização corresponda a todos os benefícios auferidos pela infratora; pede danos morais de R\$ 120.000,00, pela violação da imagem (trade dress) e uso do produto. Apela a ré, alegando ausência de confusão do consumidor no trade dress; se trata de remédio vendido dentro do balcão; as nomenclaturas são diferentes; na hipótese de indenização, o termo a quo deverá ser a citação. Descabimento e ambos os recursos. Trade dress pode ser definido como a roupagem de um produto. Comparando as imagens dos produtos, ainda que grafados de maneira diversa, admite-se a confusão na ótica do consumidor “engov” - “pos-drink”. Passível de indenização, nos termos do art. 209 da Lei 9.279/96. A indenização deve corresponder a compensação pela ofensa sofrida. Não se evidencia danos morais. Mantida a multa cominatória. Recursos improvidos.” (Apelação n. 0161279-40.2010.8.26.0100, Relator Desembargador James Alberto Siano, 5ª Câmara de Direito Privado, data de julgamento: 13.02.2019).

consumidor, provocando dúvidas ou erros, para produtos ou serviços específicos, prejudicando o titular correspondente<sup>67</sup>.

Outra forma de violação ao conjunto-imagem de produtos ou serviços se manifesta por meio dos links patrocinados em ambientes de comércio eletrônico. Este é um espaço virtual apoiado em tecnologias digitais e internet, criado para proporcionar uma plataforma eficiente onde consumidores e empresas podem efetuar transações comerciais, incluindo a compra e venda de bens e serviços online.

Nesse ambiente, os motores de busca na internet desempenham um papel crucial, permitindo que usuários pesquisem produtos e serviços por meio de palavras-chave e obtenham resultados "orgânicos", selecionando dentre eles o que melhor atende às suas necessidades. Além disso, os motores de busca também servem como espaço para a veiculação de anúncios por meio de *links* patrocinados, influenciando a visibilidade e a escolha dos consumidores dentro desse cenário digital.

Amanda Zimmermann (2021) explica que, inicialmente, o contratante opta por palavras-chave que deseja associar ao seu produto, podendo ser termos comuns, marcas ou até mesmo nomes de concorrentes. No caso de existirem vários interessados nessas palavras, ocorre algo

---

<sup>67</sup> Superior Tribunal de Justiça: “[...] 2. O propósito recursal é definir se a utilização da embalagem do medicamento POSDRINK, pela recorrente, viola o trade dress do fármaco ENGOV, fabricado pela recorrida. 3. A despeito da ausência de expressa previsão no ordenamento jurídico pátrio acerca da proteção ao trade dress, é inegável que o arcabouço legal brasileiro confere amparo ao conjunto-imagem, sobretudo porque sua usurpação encontra óbice na repressão da concorrência desleal. 4. As premissas fáticas assentadas pelos juízos de origem autorizam a conclusão de que a embalagem do medicamento fabricado pela recorrente (POSDRINK) viola o conjunto-imagem daquele produzido pela recorrida (ENGOV). Os produtos competem no mesmo segmento específico de mercado, a comercialização do fármaco da recorrida é anterior ao momento em que o recorrente passou a fazer uso da embalagem impugnada e a forma de sua apresentação é bastante reconhecida pelo público consumidor. Os elementos que imitam a embalagem da recorrida não estão dispostos em virtude de exigências relacionadas à técnica ou à funcionalidade do produto fabricado pela parte adversa. 5. Não se trata de simples utilização de cores semelhantes, mas de imitação de todo o aspecto visual (original e distintivo) da embalagem criada pela recorrida. 6. A aposição das respectivas marcas nos produtos não é suficiente para desnaturar o ato de concorrência desleal caracterizado pela cópia do trade dress, mormente porque não se trata de pretensão fundada em contrafação de marca, mas sim na imitação de elementos (tamanho, formas, cores, disposição) que compõem a percepção visual do invólucro do medicamento, que goza de tutela jurídica autônoma. 7. O fato de o ENGOV ser um fármaco que goza de notoriedade em seu segmento confere razoabilidade à conjectura de que, por se tratar de produto mais antigo, já consolidado e respeitado no mercado em que inserido, seus consumidores estejam habituados a escolhê-lo com base na aparência externa, relegando a marca estampada para um plano secundário. É justamente nesse ponto que reside a deslealdade do ato praticado, pois seu intuito é aproveitar-se da confiança previamente depositada na qualidade e na origem comercial do produto que se busca adquirir. 8. A alteração da conclusão dos juízos de origem e o conseqüente acolhimento da tese recursal que pleiteia a redução do montante das astreintes demandariam o reexame dos fatos e das provas dos autos, providência vedada na via estreita do recurso especial, ante o teor da Súmula 7/STJ. Tal óbice, conforme assentado por esta Corte Superior, somente comporta temperamentos quando se trata de valor manifestamente irrisório ou exorbitante, o que não se verifica no particular. Recurso especial não provido, com majoração de honorários.” (Recurso Especial n. 1.843.339, Relatora Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, data de julgamento: 03.12.2019, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 05.12.2019).

similar a um leilão. Com base em critérios como índice de qualidade e custo por clique, determina-se o anunciante cujo *link* será exibido no topo dos resultados de busca quando a palavra-chave for inserida. Caso a palavra não tenha sido adquirida por nenhum anunciante, a pesquisa mostrará resultados orgânicos, classificados pelo algoritmo de relevância da ferramenta de busca. Em suma, toda vez que as palavras-chave adquiridas forem digitadas nos motores de busca, o *link* do anunciante aparecerá em posição destacada no topo da lista de resultados, acompanhado da indicação "anúncio", caracterizando-o como um "*link* patrocinado".

Sob a alegação de concorrência desleal, a Peixe Urbano ajuizou ação contra a Hotel Urbano com o objetivo de proibir o uso da palavra "Urbano" no nome do domínio, na razão social e na logomarca da ré. A Peixe Urbano argumentou que a Hotel Urbano investiu em anúncios pagos (*links* patrocinados) no motor de busca *Google*, fazendo com que seu nome aparecesse sempre que alguém buscasse por "peixe urbano", evidenciando, assim, um esforço para atrair indevidamente a clientela. Em resposta, a Hotel Urbano moveu ação contra a Peixe Urbano, buscando a declaração de que não ocorreu infração à marca utilizada pela requerida, nem prática de atos de concorrência desleal.

O Juízo de primeira instância julgou procedente a primeira demanda, acolhendo integralmente o pedido inicial e determinando que a Hotel Urbano cessasse o uso da expressão "urbano", seja em seu nome de domínio, razão social ou logomarca. O pedido contraposto foi julgado improcedente.

Contra a sentença proferida, a Hotel Urbano interpôs embargos de declaração, os quais foram acolhidos para elucidar que os efeitos da decisão se restringiriam às atividades de compra coletiva pela *internet*, relacionadas às marcas de serviço depositadas em três classes específicas. Os embargos apresentados pela Peixe Urbano foram rejeitados. No que diz respeito à alegação de concorrência desleal, o acórdão do TJSP confirmou integralmente a sentença.

Sobreveio recurso especial questionando o alcance do acórdão – se a proibição estaria restrita ao uso da expressão "peixe urbano", ou também alcançaria o vocábulo comum "urbano". *A priori*, o STJ entendeu que, em que pese a legislação atual não regulamentar completamente o mercado de *links* patrocinados, é dever do intérprete da lei, por meio da análise do caso concreto, verificar se essa prática, em certas circunstâncias, configura ato de concorrência desleal, de acordo com as modalidades previstas no artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial.

No mérito, o STJ argumentou que a Hotel Urbano, ao contratar a palavra-chave “peixe urbano” e suas variações nos serviços de busca do *Google*, claramente demonstrou a intenção de confundir os consumidores e desviar a clientela da Peixe Urbano. Assim, determinou que, em todas as classes, a Hotel Urbano se absteresse de utilizar elementos que identificam o conjunto-imagem da Peixe Urbano, incluindo a expressão "urbano", seja em seu nome de domínio, razão social ou marca<sup>68</sup>.

Em um julgamento mais recente, o STJ atribuiu responsabilidade à empresa que opera o motor de busca por praticar ato de concorrência desleal relacionado à contratação de *link* patrocinado. A situação envolveu a *Ecohouse Decor*, que ajuizou uma ação contra a Rogustec e o *Google*, buscando a proibição do uso do nome empresarial da autora na ferramenta de busca do *Google*, visto que, ao inserir o nome da autora, destacava-se de maneira proeminente o anúncio da Rogustec, uma vez que esta havia adquirido o *link* patrocinado.

A ação foi julgada improcedente em primeira instância, mas a sentença foi reformada em grau de apelação<sup>69</sup>. O TJSP entendeu que a prática de utilizar o nome de um concorrente

---

<sup>68</sup> Superior Tribunal de Justiça: “[...] 1. Pretensão que se resume ao reconhecimento da prática de atos de concorrência desleal e do dever de reparar os danos daí decorrentes, exsurgindo a tutela inibitória como mera consequência, limitada à determinação de medidas suficientes à sustação dos atos contrários à lei. 2. Prática atos de concorrência desleal, a ensejar o ressarcimento dos prejuízos causados, quem emprega meio fraudulento para desviar, em proveito próprio ou alheio, clientela de outrem e quem usa, indevidamente, nome comercial e demais elementos caracterizadores da marca. 3. O simples uso da expressão "URBANO", tomado de maneira isolada dos demais aspectos fáticos da lide, não justificaria reconhecer à autora o direito de exclusividade, mesmo havendo requerido o registro em primeiro lugar, por se tratar de expressão própria do vernáculo e sem nenhum significado especial. 4. Hipótese em que a prática de concorrência desleal pelo uso indevido de marca e pelo desvio de clientela foi exaustivamente comprovada nos autos, não apenas pelo simples uso, pela ré, da expressão "URBANO", mas pela conjugação desse fato com a utilização de cores e layout que apresentam enorme semelhança com os padrões adotados pela autora, com a declaração dos próprios idealizadores do site de que se valeram desse artifício para serem reconhecidos no mercado eletrônico e com a contratação de links patrocinados adotando-se como palavra-chave a expressão "PEIXE URBANO" e suas variações. 5. Necessidade premente de regulamentação do mercado de links patrocinados em razão dos abusos cometidos nesta seara, em decorrência do uso não autorizado de palavras-chaves associadas a marcas que gozam de maior prestígio. 6. Ainda que a legislação atual não desça a minúcias, a ponto de regulamentar inteiramente o mercado de links patrocinados, incumbe ao aplicador da lei, mediante análise do caso concreto, verificar se tal prática, em determinadas situações, configura hipótese de concorrência desleal, por qualquer das modalidades previstas no art. 195 da Lei n. 9.279/96. 7. Recurso especial de Peixe Urbano Web Serviços Digitais Ltda parcialmente provido. 8. Recurso especial de Hotel Urbano Viagens E Turismo SA não provido. 9. Recurso adesivo interposto por Peixe Urbano Web Serviços Digitais Ltda prejudicado.” (Recurso Especial n. 1.606.781, Relator Ministro Moura Ribeiro, Terceira Turma, data de julgamento: 13.09.2016, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 10.10.2016).

<sup>69</sup> Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo: “[...] Utilização pela corré do nome empresarial da autora em links patrocinados. Inadmissibilidade. Empresas que trabalham no mesmo ramo de atividade. Possibilidade de causar confusão entre os consumidores. Prática inadmitida. Recurso provido. RESPONSABILIDADE CIVIL. Dano material. Indenização devida. Art. 210 da LPI. Recurso provido. RESPONSABILIDADE CIVIL. Dano moral. Utilização indevida do nome da autora em links patrocinados. Dano moral configurado. Valor da indenização fixado em R\$ 10.000,00 para cada corré. Recurso provido.” (Apelação Cível n. 1005645-95.2019.8.26.0010, Relator Desembargador J. B. Franco de Godoi, 1ª Câmara Reservada de Direito Empresarial, data de julgamento: 25.08.2021).

como palavra-chave no *Google AdWords* não é lícita, sendo irrelevante o fato de a autora não possuir o registro da marca junto ao INPI, uma vez que essa condição não é essencial para a configuração de um ato de concorrência desleal. O Tribunal discorreu que, nos termos do artigo 195, incisos III e V, da Lei de Propriedade Industrial, a utilização indevida do nome empresarial visando atrair o consumidor que busca informações sobre a concorrente caracteriza ato de concorrência desleal. Ademais, o TJSP reconheceu a responsabilidade do *Google* pelos danos causados, pois a empresa estava sendo utilizada como uma ferramenta para a prática do ato ilícito.

Posteriormente, a *Google* apresentou recurso especial buscando a exclusão da caracterização de ato ilícito, bem como a viabilidade de realizar propaganda comparativa na *internet* por meio da contratação de *links* patrocinados, ou, pelo menos, a restrição da ordem de remoção dos anúncios a endereços de internet específicos.

O STJ confirmou a condenação da *Google*, concluindo que a contratação de *links* patrocinados a partir de um nome empresarial específico ou marca possibilita que anunciantes se beneficiem do prestígio e reconhecimento de marcas registradas, sem pagarem pelo uso da propriedade intelectual alheia. Essa prática, portanto, resulta em desvio ilícito de clientela por meio da concorrência parasitária<sup>70</sup>

---

<sup>70</sup> Superior Tribunal de Justiça: “[...] 1. A controvérsia posta está em verificar se: (i) a utilização da ferramenta *Google AdWords* a partir da inserção como palavra-chave de nome empresarial implica uso indevido e prática de concorrência desleal; (ii) na hipótese, incide o artigo 19 do Marco Civil da Internet e, em caso afirmativo, se estão presentes os requisitos de responsabilização ali previstos e (iii) estão presentes os requisitos para condenação no pagamento de lucros cessantes. 2. A proteção emprestada aos nomes empresariais, assim como às marcas, tem como objetivo proteger o consumidor, evitando que incorra em erro quanto à origem do produto ou serviço ofertado, e preservar o investimento do titular, coibindo a usurpação, o proveito econômico parasitário e o desvio de clientela. Precedentes. 3. A distinção entre concorrência leal e desleal está na forma como a conquista de clientes é feita. Se a concorrência se dá a partir de atos de eficiência próprios ou de ineficiência alheias, esse ato tende a ser leal. Por outro lado, se a concorrência é estabelecida a partir de atos injustos, em muito se aproximando da lógica do abuso de direito, fala-se em concorrência desleal. 4. O consumidor, ao utilizar como palavra-chave um nome empresarial ou marca, indica que tem preferência por ela ou, ao menos, tem essa referência na memória, o que decorre dos investimentos feitos pelo titular na qualidade do produto e/ou serviço e na divulgação e fixação do nome. 5. A contratação de *links* patrocinados, em regra, caracteriza concorrência desleal quando: (i) a ferramenta *Google Ads* é utilizada para a compra de palavra-chave correspondente à marca registrada ou a nome empresarial; (ii) o titular da marca ou do nome e o adquirente da palavra-chave atuam no mesmo ramo de negócio (concorrentes), oferecendo serviços e produtos tidos por semelhantes, e (iii) o uso da palavra-chave é suscetível de violar as funções identificadora e de investimento da marca e do nome empresarial adquiridos como palavra-chave. 6. Na hipótese, não incide o artigo 19 da Lei n. 12.965/2014, pois não se trata da responsabilização do provedor de aplicações por conteúdo de terceiros, mas do desfazimento de hyperlink decorrente da contratação da ferramenta *Google Ads.*, o que atrai a censura da Súmula n. 284/STF. 7. No caso de concorrência desleal, tendo em vista o desvio de clientela, os danos materiais se presumem, podendo ser apurados em liquidação de sentença. Precedentes. 8. Recurso especial parcialmente conhecido e, nessa parte, não provido.” (Recurso Especial n. 2.032.932, Relator Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva, Terceira Turma, data de julgamento: 08.08.2023, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 24.08.2023).

Integra também a categoria de atos confusórios a conduta de atribuir-se falsamente recompensa ou distinção, como meio de propaganda. Essa prática, detalhada no inciso VII do artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial, tem o propósito de difundir uma percepção distorcida da imagem corporativa, situando o agente econômico em uma posição de destaque indevida perante seus rivais no mercado.

Ressalte-se que o falso atributo, seja referente à empresa, ao empresário, à marca, aos produtos ou aos serviços, não visa prejudicar um competidor específico, mas sim conferir uma vantagem mercadológica que impacta de forma adversa toda uma categoria de concorrentes, protegendo-se reflexamente os consumidores.

José Henrique Pierangeli (2003) destaca que é legítimo para um concorrente exibir as distinções recebidas por seus produtos e referir-se a prêmios autênticos conquistados por outros itens do mesmo portfólio, desde que devidamente elucidados. A infração se configura com a divulgação de atribuições de recompensa ou distinção falsas, independentemente do canal de propaganda utilizado. Na visão do autor, é necessária a obtenção de vantagem ilícita em detrimento de outrem, por meio de publicidade enganosa, para que o delito se configure.

Em sentido contrário, Celso Delmanto (1975) sustentava que o crime em questão é de natureza formal, consumando-se com a simples propagação da distinção falsa, sem a necessidade de avaliar seus efeitos. Dessa forma, tanto o ganho potencial para quem comete o ato quanto o prejuízo para os concorrentes seriam irrelevantes para a consumação do delito. O foco da legislação é o risco de dano, sendo suficiente a plausibilidade da atribuição falsa a si próprio, sem a necessidade de demonstrar que alguém foi efetivamente enganado. Assim, o dolo genérico, ou seja, a vontade e a consciência de divulgar uma honraria sabidamente não recebida, já é suficiente para a caracterização do crime.

Luís Couto Gonçalves (2013), por sua vez, observa que não se enquadram na categoria delitiva as afirmações exageradas feitas sob a premissa de que os consumidores não as interpretarão literalmente. Essa também é a perspectiva do STJ, que considera o uso de técnicas publicitárias conhecidas como *puffing* — caracterizadas por um exagero aceitável — não constituir violação aos direitos de concorrência ou aos direitos dos consumidores.<sup>71</sup>

---

<sup>71</sup> Superior Tribunal de Justiça: “[...] 4. Não há ilicitude na assertiva publicitária “O melhor em tudo que faz”, tendo em vista caracterizar-se como *puffing*, mero exagero tolerável, conduta amplamente aceita no mercado publicitário brasileiro e praticada pela própria recorrente. Tal frase não é passível de avaliação objetiva e advém de uma crítica subjetiva do produto. Portanto, é razoável permitir ao fabricante ou prestador de serviço que se declare o melhor naquilo que faz, mormente porque esta é a autoavaliação do seu produto e aquilo que se busca alcançar, ainda mais quando não há qualquer mensagem depreciativa no tocante aos seus concorrentes.5. As expressões utilizadas pela

Por último, o inciso VIII do artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial aborda a fraude em embalagens alheias, dividindo-a em duas categorias infracionais: a venda, exposição ou oferecimento de um produto adulterado ou falsificado em recipiente ou invólucro de outrem; e o emprego desses invólucros para negociar produtos da mesma espécie, ainda que não adulterados ou falsificados.

A primeira categoria penaliza aqueles que comercializam ou exibem para venda produtos adulterados ou falsificados utilizando a embalagem de um concorrente. Mesmo que o produto em si seja do concorrente e tenha sido modificado, o que é essencial é que a embalagem pertença a outro fabricante.

Celso Delmanto (1975) explica que o foco dessa figura delituosa não é quem alterou ou falsificou o produto, mas sim a ação de vendê-lo ou oferecê-lo à venda. Dessa forma, o delito não se constitui em duas etapas. Para o autor, a adulteração é a modificação do produto para pior, como diluir leite com água, enquanto a falsificação refere-se à imitação de um produto, tentando replicar sua composição para parecer autêntico, como fabricar vinagre de vinho com ingredientes alternativos.

A segunda figura ocorre quando alguém utiliza embalagens de um concorrente para vender um produto da mesma espécie, mas que é de outro fabricante. Neste caso, o produto não é adulterado ou falsificado; é genuíno, mas proveniente de outro fabricante. A qualidade do produto similar colocado na embalagem de outrem é irrelevante, pois o delito em questão é de concorrência desleal.

Ambas as ações criminosas são subsidiárias, visto que há uma indicação expressa de cláusula determinando suas aplicações apenas nos casos em que não constituam infração penal mais severa. Assim, caso a embalagem alheia apresente uma marca registrada, a infração será contra a marca<sup>72</sup>; configura-se como um crime contra o patrimônio em casos de fraude no comércio<sup>73</sup>; contra a saúde pública, em casos de falsificação, corrupção, adulteração ou

---

recorrida - "O ketchup mais vendido do mundo" e "O melhor em tudo que faz" - são lícitas, bem como não há prova de dano material pela ocorrência de suposta vantagem competitiva, em decorrência do uso das mencionadas assertivas, nos autos, o que afasta a obrigação de indenizar. [...]” (Recurso Especial n. 1.759.745, Relator Ministro Marco Buzzi, Quarta Turma, data de julgamento: 28.02.2023, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 29.03.2023).

<sup>72</sup> Lei n. 9.279/1996: “Art. 190. Comete crime contra registro de marca quem importa, exporta, vende, oferece ou expõe à venda, oculta ou tem em estoque: [...] II - produto de sua indústria ou comércio, contido em vasilhame, recipiente ou embalagem que contenha marca legítima de outrem. Pena - detenção, de um a três meses, ou multa.”

<sup>73</sup> Código Penal: “Art. 175. Enganar, no exercício de atividade comercial, o adquirente ou consumidor: I - vendendo, como verdadeira ou perfeita, mercadoria falsificada ou deteriorada; II - entregando uma mercadoria por outra: Pena - detenção, de seis meses a dois anos, ou multa. §1º Alterar em obra que lhe é encomendada a qualidade



alteração de substâncias ou produtos alimentícios<sup>74</sup> ou destinados a fins terapêuticos ou medicinais<sup>75</sup>; ou, ainda, crimes contra a economia popular quando envolver a venda de alimentos produzidos em desacordo com as normas legais ou a combinação de mercadorias de diferentes tipos ou qualidades<sup>76</sup>.

### 2.3.3. Atos contra a relação de trabalho

A pluralidade de interesses envolvidos nas práticas de concorrência desleal fica ainda mais evidente quanto incidentes nas relações de trabalho.

Os atos contra as relações de trabalho estão tipificados como crime de concorrência desleal nos incisos IX e X do artigo 195, da Lei de Propriedade Industrial (Lei n. 9.279/ 1996)<sup>77</sup>.

Na primeira figura, o agente dá ou promete dinheiro ou outra utilidade a um empregado de concorrente, para que o empregado, faltando ao dever do emprego, lhe proporcione

---

ou o peso de metal ou substituir, no mesmo caso, pedra verdadeira por falsa ou por outra de menor valor; vender pedra falsa por verdadeira; vender, como precioso, metal de ou outra qualidade: Pena - reclusão, de um a cinco anos, e multa. §2º É aplicável o disposto no art. 155, §2º.”

<sup>74</sup> Código Penal: “Art. 272. Corromper, adulterar, falsificar ou alterar substância ou produto alimentício destinado a consumo, tornando-o nociva à saúde ou reduzindo-lhe o valor nutritivo: Pena - reclusão, de quatro a oito anos, e multa. §1º-A. Incorre nas penas deste artigo quem fabrica, vende, expõe à venda, importa, tem em depósito para vender ou, de qualquer forma, distribui ou entrega a consumo a substância alimentícia ou o produto falsificado, corrompido ou adulterado. §1º Está sujeito às mesmas penas quem pratica as ações previstas neste artigo em relação a bebidas, com ou sem teor alcoólico. §2º Se o crime é culposo: Pena - detenção, de um a dois anos, e multa.”

<sup>75</sup> Código Penal: “Art. 273. Falsificar, corromper, adulterar ou alterar produto destinado a fins terapêuticos ou medicinais: Pena - reclusão, de dez a quinze anos, e multa. §1º Nas mesmas penas incorre quem importa, vende, expõe à venda, tem em depósito para vender ou, de qualquer forma, distribui ou entrega a consumo o produto falsificado, corrompido, adulterado ou alterado. §1º-A. Incluem-se entre os produtos a que se refere este artigo os medicamentos, as matérias-primas, os insumos farmacêuticos, os cosméticos, os saneantes e os de uso em diagnóstico. §1º-B. Está sujeito às penas deste artigo quem pratica as ações previstas no §1º em relação a produtos em qualquer das seguintes condições: I - sem registro, quando exigível, no órgão de vigilância sanitária competente; II - em desacordo com a fórmula constante do registro previsto no inciso anterior; III - sem as características de identidade e qualidade admitidas para a sua comercialização; IV - com redução de seu valor terapêutico ou de sua atividade; V - de procedência ignorada; VI - adquiridos de estabelecimento sem licença da autoridade sanitária competente. §2º Se o crime é culposo: Pena - detenção, de um a três anos, e multa.”

<sup>76</sup> Lei n. 1.521/1951: “Art. 2º. São crimes desta natureza: [...] III - expor à venda ou vender mercadoria ou produto alimentício, cujo fabrico haja desatendido a determinações oficiais, quanto ao peso e composição; [...] V - misturar gêneros e mercadorias de espécies diferentes, expô-los à venda ou vendê-los, como puros; misturar gêneros e mercadorias de qualidades desiguais para expô-los à venda ou vendê-los por preço marcado para os de mais alto custo; [...] Pena - detenção, de seis meses a dois anos, e multa, de dois mil a cinqüenta mil cruzeiros.”

<sup>77</sup> Lei n. 9.279/1996: “Art. 195. Comete crime de concorrência desleal quem: [...] IX - dá ou promete dinheiro ou outra utilidade a empregado de concorrente, para que o empregado, faltando ao dever do emprego, lhe proporcione vantagem; X - recebe dinheiro ou outra utilidade, ou aceita promessa de paga ou recompensa, para, faltando ao dever de empregado, proporcionar vantagem a concorrente do empregador;”.

vantagem. Na segunda, o empregado recebe dinheiro ou outra utilidade, ou aceita promessa de pagamento ou recompensa, para proporcionar vantagem a um concorrente do empregador. Ambas têm como elementares a cobiça e a obtenção de vantagem em relação ao concorrente.

Em regra, o crime de concorrência desleal é classificado como crime comum, não exigindo qualquer qualidade especial do agente. A exceção encontra-se na conduta tipificada no inciso X do referido artigo, que é crime próprio, pois apenas pode ser praticada por um empregado.

Empregado, conforme a definição expressa no artigo 3º da Consolidação das Leis do Trabalho (Decreto-Lei n. 5.452/1943), é a pessoa física que presta “serviços de natureza não eventual a empregador, sob a dependência deste e mediante salário”.

Celso Delmanto (1975) destacava que, observando as devidas proporções e características singulares, os atos contra as relações de trabalho que configuram o crime de concorrência desleal apresentam semelhanças com os crimes de corrupção ativa e passiva de funcionário público<sup>78</sup>. Nessas infrações, o legislador optou por distinguir as modalidades ativa e passiva, evitando que se tornassem crimes exclusivamente bilaterais. Existe uma clara relação entre ambas as formas, embora não seja uma relação de dependência absoluta, possibilitando a ocorrência de corrupção ativa sem a correspondente corrupção passiva.

Esses crimes são considerados formais. Assim, a corrupção ativa de um empregado consuma-se no momento da oferta ou promessa de dinheiro ou outra utilidade, independentemente da recusa ou aceitação por parte do receptor; enquanto na corrupção passiva, a aceitação da oferta ou promessa pelo empregado é essencial, ou seja, deve existir consenso entre as partes (DELMANTO, 1975).

Mesmo que o empregado corrompido, tendo aceitado a oferta, não cumpra com o esperado, o crime permanece integralmente cometido. Da mesma forma, a efetiva entrega da

---

<sup>78</sup> Código Penal: “Corrupção passiva Art. 317. Solicitar ou receber, para si ou para outrem, direta ou indiretamente, ainda que fora da função ou antes de assumi-la, mas em razão dela, vantagem indevida, ou aceitar promessa de tal vantagem: Pena – reclusão, de dois a doze anos, e multa. §1º A pena é aumentada de um terço, se, em consequência da vantagem ou promessa, o funcionário retarda ou deixa de praticar qualquer ato de ofício ou o pratica infringindo dever funcional. §2º Se o funcionário pratica, deixa de praticar ou retarda ato de ofício, com infração de dever funcional, cedendo a pedido ou influência de outrem: Pena - detenção, de três meses a um ano, ou multa.”; e “Corrupção ativa Art. 333. Oferecer ou prometer vantagem indevida a funcionário público, para determiná-lo a praticar, omitir ou retardar ato de ofício: Pena – reclusão, de dois a doze anos, e multa. Parágrafo único. A pena é aumentada de um terço, se, em razão da vantagem ou promessa, o funcionário retarda ou omite ato de ofício, ou o pratica infringindo dever funcional.”

vantagem prometida pelo corruptor apenas marca o exaurimento do crime, que já se encontrava consumado anteriormente.

José Henrique Pierangeli (2003) ressalta que a vantagem indevida precisa ser direcionada ao benefício de um concorrente do empregador, estando intrinsecamente ligada à quebra de um dever profissional por parte do empregado. O autor destaca diversas formas de vantagem indevida, incluindo a exposição de segredos do negócio, o redirecionamento de encomendas por meio de informações falsas fornecidas pelo empregado corrompido, os atrasos propositais na entrega de produtos, a venda ou a fabricação de mercadorias defeituosas ou de qualidade inferior, a realização de serviços que não atendem às normas estabelecidas, e o fornecimento de listas com dados de clientes.

Em relação aos deveres profissionais, extrai-se do artigo 482 da Consolidação das Leis do Trabalho, a *contrario sensu*, que estão entre os deveres do empregado a boa-fé e a lealdade (alíneas “a”, “b”, “c” e “k”), a diligência (alínea “e”), a confidencialidade (alínea “g”), e a colaboração (alínea “h”)<sup>79</sup>.

Em um episódio, a empresa *Scarlat* descobriu que um bico de sua máquina envazadora industrial, modelo n. 17 da marca WCJ01, havia sido furtado. Este componente foi posteriormente localizado em posse de um funcionário da *Suavetec*, empresa concorrente, que planejava replicá-lo para uso em uma linha de produção de amaciantes, um produto comum entre as duas empresas.

Ficou evidente que o furto contou com a colaboração de um empregado ou de alguém com acesso a informações confidenciais, evidenciando uma conduta de concorrência desleal por parte da *Suavetec*. Além disso, no armário pessoal de funcionários na *Scarlat*, foram encontradas várias fotografias do setor de produção e esquemas detalhados da máquina WCJ01, sem que se pudesse identificar qual empregado teria atuado como partícipe desse esquema de contrafação industrial.

---

<sup>79</sup> Consolidação das Leis do Trabalho: “Art. 482. Constituem justa causa para rescisão do contrato de trabalho pelo empregador: a) ato de improbidade; b) incontinência de conduta ou mau procedimento; c) negociação habitual por conta própria ou alheia sem permissão do empregador, e quando constituir ato de concorrência à empresa para a qual trabalha o empregado, ou for prejudicial ao serviço; [...] e) desídia no desempenho das respectivas funções; [...] g) violação de segredo da empresa; h) ato de indisciplina ou de insubordinação; [...] k) ato lesivo da honra ou da boa fama ou ofensas físicas praticadas contra o empregador e superiores hierárquicos, salvo em caso de legítima defesa, própria ou de outrem; [...]”.

Diante da não identificação do autor da infração, Josenir, um ex-empregado da *Scarlat*, entrou com uma ação contra a empresa, pedindo a reparação de danos morais em razão de ter sido indevidamente associado ao caso criminal em questão.

A justiça, em primeira instância, rejeitou o pedido, sendo a decisão mantida em segunda instância pelo Tribunal de Justiça de São Paulo (TJSP)<sup>80</sup>. No acórdão, o Tribunal destacou que, embora não houvesse provas concretas da participação de Josenir no crime, também não se podia descartar seu possível envolvimento. A dificuldade em identificar o colaborador interno da *Scarlat* que passava informações para a concorrência, junto à falta de justificativa plausível para a posse de materiais típicos de espionagem, reforça a suspeita. Dessa forma, a presença de indícios das práticas dos crimes previstos nos incisos IX e X, do artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial, que criminalizam tanto a ação do empregado que aceita suborno quanto de quem oferece vantagens, em prejuízo ao empregador, justifica a investigação policial, tornando legítimas as ações da empresa *Scarlat*.

Destaque-se que o ato de corromper empregado de outra empresa com o objetivo de obter vantagens indevidas ou informações confidenciais não apenas quebra a confiança na relação empregador-empregado, mas também coloca a empresa em desvantagem competitiva. Esse tipo de corrupção pode levar a decisões de negócios distorcidas, alocação ineficiente de recursos, perdas financeiras significativas e danos à reputação para a empresa vitimada.

Em outras palavras, além de erodir a integridade das relações profissionais, o suborno de empregados alheios mina a competição leal, enfraquecendo o tecido empresarial com consequências duradouras tanto para as empresas envolvidas quanto para o mercado como um todo.

Por fim, ressalte-se que os incisos IX e X do artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial incidem somente nas condutas praticadas durante o período de vigência do contrato de trabalho. Caso praticadas após o término deste, podem enquadrar-se nos incisos XI e XII do mesmo dispositivo legal, a seguir analisados.

---

<sup>80</sup> Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo: “[...]. Responsabilidade civil. Abuso do direito de despedir empregado e exigir investigação criminal. Não caracterização do exercício anormal ou exagerado do empregador que despede o operário suspeito de estar transmitindo segredos industriais ao concorrente, embora a identidade do copartícipe tenha sido mantida em sigilo pelo destinatário da peça furtada e da espionagem que se descobriu. Não provimento.” (Apelação Cível n. 189.589-4/1-00, Relator Desembargador Ênio Zuliani, 4ª Câmara de Direito Privado, data de julgamento: 28.07.2005).

#### 2.3.4. Atos contra o direito ao sigilo

Em âmbito concorrencial, o direito ao sigilo engloba a noção de segredo empresarial relacionado a três figuras jurídicas: *know-how*, segredos de negócio e sigilo dos resultados submetidos para aprovação regulatória. Entender como essas figuras interagem dentro do contexto empresarial e legal é essencial para a gestão estratégica de informações nas empresas, bem como para a proteção legal desses ativos valiosos.

Denis Borges Barbosa (2003) explica que o termo *know-how* se refere ao conhecimento prático, experiência ou técnicas que uma empresa possui, sendo fundamental para a realização de determinadas tarefas, produção ou prestação de serviços. Não é necessariamente secreto, mas é valioso por sua aplicabilidade e eficácia. Pode incluir fórmulas, práticas, processos, desenhos, instrumentos, padrões, métodos e experiências acumuladas. O *know-how* é essencial para a vantagem competitiva de uma empresa e pode ser compartilhado com parceiros sob acordos específicos, como o contrato de franquia empresarial<sup>81</sup>.

Segredos de negócio<sup>82</sup> englobam informações empresariais que não são conhecidas pelo público e que a empresa toma medidas razoáveis para manter em sigilo. Incluem os segredos industriais e os segredos de comércio.

O segredo industrial é um tipo específico de segredo de negócio relacionado diretamente à produção. É a invenção não levada à patente, que, por não ter seus dados revelados publicamente, recebe proteção à informação por tempo indeterminado. Inclui fórmulas, padrões, compilações, programas, dispositivos, métodos, técnicas ou processos. Para ser considerado um segredo industrial, a informação deve trazer um valor econômico significativo para a empresa por não ser conhecida por outros que poderiam obter vantagem econômica com seu uso ou divulgação.

---

<sup>81</sup> Lei n. 13.966/2019: “Art. 2º Para a implantação da franquia, o franqueador deverá fornecer ao interessado Circular de Oferta de Franquia, escrita em língua portuguesa, de forma objetiva e acessível, contendo obrigatoriamente: [...] XV - situação do franqueado, após a expiração do contrato de franquia, em relação a: a) *know-how* da tecnologia de produto, de processo ou de gestão, informações confidenciais e segredos de indústria, comércio, finanças e negócios a que venha a ter acesso em função da franquia; [...]”.

<sup>82</sup> Nos ensinamentos de Elizabeth Fekete (2018): “[...] ‘segredo de negócio’ ou ‘informação confidencial’, representa o gênero agrupante de duas espécies: os segredos industriais, que abrangem, entre muitos outros exemplos possíveis, os processos de fabricação, as fórmulas de produtos, os dados técnicos de P&D e os segredos comerciais, como os projetos de lançamento de novos produtos ou serviços, os estudos de marketing, os resultados de pesquisas de mercado, as listas de clientes ou fornecedores, os métodos internos de trabalho e os estudos financeiros, tais como previsões de lucros, precificação, etc.”

Os segredos de comércio abrangem as informações que trazem vantagem competitiva à empresa e cuja divulgação pode causar danos, como receitas, estratégias de *marketing*, listas de clientes, dados financeiros, ou qualquer informação que não seja de conhecimento público e que seja protegida por medidas de confidencialidade.

O sigilo dos resultados submetidos para aprovação regulatória está vinculado à concessão de autorizações governamentais para a comercialização de novos produtos. Os interessados são obrigados a fornecer aos órgãos regulatórios os resultados dos testes e dados que evidenciem a eficácia e os potenciais efeitos colaterais dos produtos. Ainda que parte dessas informações se torne acessível ao público por meio de publicações científicas, os detalhes, especialmente em campos de alta sensibilidade econômica ou de tecnologia de ponta, derivam do investimento feito pelo solicitante (BARBOSA, 2003).

Conforme estabelecido pelo artigo 39 do *Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPS)<sup>83</sup>, a salvaguarda dos segredos empresariais deve ser realizada sob a ótica da legislação contra a concorrência desleal.

Na Lei de Propriedade Industrial (Lei n. 9.279/1996) os incisos XI, XII e XIV do artigo 195 abordam o crime de concorrência desleal envolvendo atos contra o direito ao sigilo<sup>84</sup>. Tal delito é considerado consumado a partir do momento em que há divulgação, uso ou exploração

---

<sup>83</sup> TRIPS: “Artigo 39.1. Ao assegurar proteção efetiva contra competição desleal, como disposto no ARTIGO 10bis da Convenção de Paris (1967), os Membros protegerão informação confidencial de acordo com o parágrafo 2 abaixo, e informação submetida a Governos ou a Agências Governamentais, de acordo com o parágrafo 3 abaixo. 2. Pessoas físicas e jurídicas terão a possibilidade de evitar que informação legalmente sob seu controle seja divulgada, adquirida ou usada por terceiros, sem seu consentimento, de maneira contrária a práticas comerciais honestas, desde que tal informação: a) seja secreta, no sentido de que não seja conhecida em geral nem facilmente acessível a pessoas de círculos que normalmente lidam com o tipo de informação em questão, seja como um todo, seja na configuração e montagem específicas de seus componentes; b) tenha valor comercial por ser secreta; e c) tenha sido objeto de precauções razoáveis, nas circunstâncias, pela pessoa legalmente em controle da informação, para mantê-la secreta. Os Membros que exijam a apresentação de resultados de testes ou outros dados não divulgados, cuja elaboração envolva esforço considerável, como condição para aprovar a comercialização de produtos farmacêuticos ou de produtos agrícolas químicos que utilizem novas entidades químicas, protegerão esses dados contra seu uso comercial desleal. Ademais, os Membros adotarão providências para impedir que esses dados sejam divulgados, exceto quando necessário para proteger o público, ou quando tenham sido adotadas medidas para assegurar que os dados sejam protegidos contra o uso comercial desleal.”

<sup>84</sup> Lei n. 9.279/1996: “Art. 195. Comete crime de concorrência desleal quem: [...] XI - divulga, explora ou utiliza-se, sem autorização, de conhecimentos, informações ou dados confidenciais, utilizáveis na indústria, comércio ou prestação de serviços, excluídos aqueles que sejam de conhecimento público ou que sejam evidentes para um técnico no assunto, a que teve acesso mediante relação contratual ou empregatícia, mesmo após o término do contrato; XII - divulga, explora ou utiliza-se, sem autorização, de conhecimentos ou informações a que se refere o inciso anterior, obtidos por meios ilícitos ou a que teve acesso mediante fraude; ou [...] XIV - divulga, explora ou utiliza-se, sem autorização, de resultados de testes ou outros dados não divulgados, cuja elaboração envolva esforço considerável e que tenham sido apresentados a entidades governamentais como condição para aprovar a comercialização de produtos.”

de segredos empresariais, desconsiderando-se a obtenção de lucro pelo infrator ou o prejuízo causado ao competidor.

A deslealdade da conduta traduz-se na ilícita divulgação, exploração ou utilização dos segredos empresariais de outrem, sendo necessários pelo menos três requisitos: as informações devem ser sigilosas; ter natureza concorrencial; e inexistir autorização para o ato.

Note-se que o conceito de segredo empresarial transcende a necessidade de registro ou patente, priorizando a natureza sigilosa da informação que o empresário opta por não divulgar, seja por restrições legais ou por escolha própria<sup>85</sup>.

De acordo com o artigo 195, inciso XI, da Lei de Propriedade Industrial, a proteção abrange indivíduos que, por meio de uma relação de confiança estabelecida antes da formação ou transferência do segredo empresarial, têm acesso a conhecimentos, dados ou informações confidenciais.

No contexto de uma relação trabalhista, a confidencialidade é presumida por lei. O segredo empresarial é entendido no artigo 223-D da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT (Decreto-Lei n. 5.452/1943) como um bem juridicamente tutelado inerente à pessoa jurídica, constituindo a sua violação, nos termos de seu artigo 482, alínea “g”, justa causa para rescisão do contrato de trabalho pelo empregador<sup>86</sup>.

---

<sup>85</sup> Superior Tribunal de Justiça: “[...] 3- É considerado crime de concorrência desleal a exploração, sem autorização, de conhecimentos, informações ou dados confidenciais, utilizáveis na indústria, excluídos aqueles que sejam de conhecimento público ou se o acesso ao segredo foi fraudulento ou derivou de relação contratual ou empregatícia. Inteligência do disposto no artigo 195, XI e XII, da Lei nº 9.279/96. 4- O segredo industrial não exige registro para estar protegido no âmbito do direito, sendo, portanto, opção de o criador patentear ou não uma invenção ou modelo de utilidade. 5- O laudo pericial produzido na ação cautelar de produção antecipada de provas concluiu que a máquina PTM COMBO cumpre os requisitos legais do art. 9º da Lei n. 9.279/96 para ser patenteável como modelo de utilidade, estando presente a atividade inventiva suficiente para diferenciar o novo modelo da patente original da PTM, de 1974, que a ERAS se originou da PTM COMBO, bem como que o ex-empregado acima referido teve acesso à respectiva memória técnica, no período compreendido entre setembro de 2004 e junho de 2006. 6- A notificação acostada aos autos da ação cautelar também corrobora a tese autoral de que a PENNOIL, ao término do projeto, se recusou a devolver a SEA toda a documentação que pertencia a Apelada, em violação a cláusula 6.3 do contrato celebrado entre as partes. 7- Ressalte-se, ainda, que restou demonstrado nos autos que as rés formavam um grupo econômico, mormente diante da confissão de que as mesmas contrataram o ex-funcionário da SEA para auxiliar no projeto de desenvolvimento do robô de serviços subaquáticos (ERAS) das Apelantes. 8- Danos materiais configurados, tendo em vista que a parte autora deixou de auferir lucro com utilização indevida de seu segredo industrial, fazendo jus, portanto, ser indenizada, na forma do disposto nos artigos 209 e 210 da Lei 9.729/96, devendo o quantum ser objeto de liquidação de sentença, conforme determinado em sentença. 9- Sentença mantida. Precedentes do TJRJ. Improvimento dos recursos.” (Agravo em Recurso Especial n. 1.875.335, Relatora Ministra Maria Isabel Gallotti, Decisão Monocrática, data de julgamento: 09.05.2022, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 17.05.2022).

<sup>86</sup> Consolidação das Leis do Trabalho: “Art. 223-D. A imagem, a marca, o nome, o segredo empresarial e o sigilo da correspondência são bens juridicamente tutelados inerentes à pessoa jurídica.”; e “Art. 482. Constituem justa causa para rescisão do contrato de trabalho pelo empregador: [...] g) violação de segredo da empresa;”.

Em outras circunstâncias, a confidencialidade pode estar expressa em lei ou explicitada por meio de acordo, com sua validade estendendo-se inclusive após a finalização do contrato. No primeiro caso, podemos exemplificar a obrigação legal dos provedores de *internet* de respeitar o direito de confidencialidade quanto aos segredos empresariais armazenados<sup>87</sup>.

O inciso XII do artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial inclui nessa salvaguarda aqueles que acessaram tais segredos por meios ilícitos ou fraudulentos, isto é, fora de um contexto de confiança. Essa modalidade, assimilada ao crime de estelionato<sup>88</sup>, difere-se por não buscar uma vantagem econômica genérica, mas sim a apropriação de um segredo com valor intrínseco ao ambiente de concorrência (BARBOSA, 2003).

A análise das disposições legais revela um sólido arcabouço normativo destinado a preservar os segredos empresariais e a regulamentar a conduta de administradores e sócios de empresas, especialmente no que concerne à manipulação de informações privilegiadas e à concorrência desleal.

O artigo 155, parágrafos 1º e 4º, da Lei das Sociedades por Ações (Lei n. 6.404/ 1976)<sup>89</sup>, estabelece o dever de sigilo para os administradores de companhias abertas e para qualquer indivíduo com acesso a informações não divulgadas ao mercado, que possam afetar significativamente a cotação de valores mobiliários para obtenção de vantagens pessoais ou para terceiros. Este dispositivo enfatiza a proibição de usar informações ainda não divulgadas ao mercado— prática conhecida como *insider trading* – a fim de prevenir distorções nos mecanismos de mercado e prejuízos a outros investidores que não têm acesso a tais informações.

Por sua vez, o parágrafo 1º do artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial estende a responsabilidade pelas práticas de concorrência desleal previstas nos incisos XI e XII do mesmo

---

<sup>87</sup> Lei n. 12.965/2014: “Art. 10. [...] §4º As medidas e os procedimentos de segurança e de sigilo devem ser informados pelo responsável pela provisão de serviços de forma clara e atender a padrões definidos em regulamento, respeitado seu direito de confidencialidade quanto a segredos empresariais.”

<sup>88</sup> Código Penal: “Art. 171. Obter, para si ou para outrem, vantagem ilícita, em prejuízo alheio, induzindo ou mantendo alguém em erro, mediante artifício, ardil, ou qualquer outro meio fraudulento: Pena - reclusão, de um a cinco anos, e multa, de quinhentos mil réis a dez contos de réis.”

<sup>89</sup> Lei n. 6.404/1976: “Art. 155. [...] §1º Cumpre, ademais, ao administrador de companhia aberta, guardar sigilo sobre qualquer informação que ainda não tenha sido divulgada para conhecimento do mercado, obtida em razão do cargo e capaz de influir de modo ponderável na cotação de valores mobiliários, sendo-lhe vedado valer-se da informação para obter, para si ou para outrem, vantagem mediante compra ou venda de valores mobiliários. [...] §4º É vedada a utilização de informação relevante ainda não divulgada, por qualquer pessoa que a ela tenha tido acesso, com a finalidade de auferir vantagem, para si ou para outrem, no mercado de valores mobiliários.”



artigo aos empregadores, sócios ou administradores da empresa<sup>90</sup>. A inclusão dessas figuras centrais reflete o entendimento de que, devido à sua posição privilegiada e acesso a informações confidenciais, eles têm um potencial maior de causar dano à integridade competitiva e econômica da empresa.

Ao estabelecer regras claras para a conduta dos administradores e sócios de empresas, o legislador busca mitigar o risco de conflitos de interesse e garantir que as decisões corporativas sejam tomadas com base em critérios éticos e legais, preservando assim o valor dos ativos empresariais e a integridade do mercado.

Em um contexto distinto, mas igualmente relevante para a integridade das operações empresariais, a Lei de Recuperação e Falência (Lei n. 11.101/2005), em seu artigo 169, aborda a violação de sigilo empresarial<sup>91</sup>. O legislador destaca a seriedade dessa ação quando contribui para levar o devedor a uma situação de inviabilidade econômica ou financeira, reconhecendo o potencial devastador que a má gestão ou a exploração indevida de informações sigilosas pode ter para a sustentabilidade de uma empresa.

Por outro lado, as violações de segredos não relacionadas aos âmbitos concorrencial ou falimentar estão detalhadas nos artigos 153 a 154-B do Código Penal (Decreto-Lei n. 4.828/1940)<sup>92</sup>. Essas disposições criminalizam as violações da vida privada, do sigilo de

---

<sup>90</sup> Lei n. 9.279/1996: “Art. 195. [...]§1º Inclui-se nas hipóteses a que se referem os incisos XI e XII o empregador, sócio ou administrador da empresa, que incorrer nas tipificações estabelecidas nos mencionados dispositivos.”

<sup>91</sup> Lei 11.101/2005: “Art. 169. Violar, explorar ou divulgar, sem justa causa, sigilo empresarial ou dados confidenciais sobre operações ou serviços, contribuindo para a condução do devedor a estado de inviabilidade econômica ou financeira: Pena – reclusão, de dois a quatro anos, e multa.”

<sup>92</sup> Código Penal: “Divulgação de segredo Art. 153. Divulgar alguém, sem justa causa, conteúdo de documento particular ou de correspondência confidencial, de que é destinatário ou detentor, e cuja divulgação possa produzir dano a outrem: Pena - detenção, de um a seis meses, ou multa, de trezentos mil réis a dois contos de réis.§1º Somente se procede mediante representação. §1º-A. Divulgar, sem justa causa, informações sigilosas ou reservadas, assim definidas em lei, contidas ou não nos sistemas de informações ou banco de dados da Administração Pública: Pena – detenção, de um a quatro anos, e multa. §2º Quando resultar prejuízo para a Administração Pública, a ação penal será incondicionada. Violação do segredo profissional Art. 154. Revelar alguém, sem justa causa, segredo, de que tem ciência em razão de função, ministério, ofício ou profissão, e cuja revelação possa produzir dano a outrem: Pena - detenção, de três meses a um ano, ou multa de um conto a dez contos de réis. Parágrafo único. Somente se procede mediante representação. Invasão de dispositivo informático. Art. 154-A. Invadir dispositivo informático de uso alheio, conectado ou não à rede de computadores, com o fim de obter, adulterar ou destruir dados ou informações sem autorização expressa ou tácita do usuário do dispositivo ou de instalar vulnerabilidades para obter vantagem ilícita: Pena – reclusão, de um a quatro anos, e multa. §1º Na mesma pena incorre quem produz, oferece, distribui, vende ou difunde dispositivo ou programa de computador com o intuito de permitir a prática da conduta definida no caput. §2º Aumenta-se a pena de um terço a dois terços se da invasão resulta prejuízo econômico. §3º Se da invasão resultar a obtenção de conteúdo de comunicações eletrônicas privadas, segredos comerciais ou industriais, informações sigilosas, assim definidas em lei, ou o controle remoto não autorizado do dispositivo invadido: Pena – reclusão, de dois a cinco anos, e multa. §4º Na hipótese do §3º, aumenta-se a pena de um a dois terços se houver divulgação, comercialização ou transmissão a terceiro, a qualquer título, dos dados ou informações obtidos. §5º Aumenta-se a pena de um terço à metade se o crime for praticado contra: I - Presidente da República, governadores e prefeitos; II - Presidente do Supremo

correspondência e dos dados considerados reservados ou sigilosos por lei, independentemente de onde eles se localizem; a revelação de segredos profissionais; e a invasão de dispositivos informáticos para obter, alterar ou destruir dados sem autorização, com penas maiores se houver acesso a segredos empresariais.

Adicionalmente, o artigo 325<sup>93</sup> do mesmo diploma legal aborda a violação de sigilo funcional por funcionários públicos<sup>94</sup>, enfatizando a importância da confiança pública no manejo das informações confidenciais por parte desses agentes.

No ano de 2020, a empresa *Fort Knox* solicitou a abertura de investigação policial e a concessão de medidas cautelares de quebra de sigilo telemático e busca e apreensão contra seus ex-funcionários Paulo, Willians e Mateus, sob acusação de furto qualificado, violação de segredo profissional, concorrência desleal e associação criminosa. A alegação era de que, por terem integrado a área comercial da empresa e possuírem acesso irrestrito a informações confidenciais, incluindo a lista de clientes e o *know-how* desenvolvido nas quase três décadas de atividade, compartilharam dados sigilosos com a *ToWin*, uma empresa concorrente que eles próprios fundaram.

Constam nos autos que Mateus, em razão do cargo que ocupava, subtraiu arquivos confidenciais da *Fort Knox* e os enviou para o endereço eletrônico de Guilherme, sócio na *ToWin*. Ademais, Mateus, Guilherme e Luís, os dois últimos respectivamente filho de Willians e enteado de Paulo, constavam como sócios da *ToWin*.

---

Tribunal Federal; III - Presidente da Câmara dos Deputados, do Senado Federal, de Assembleia Legislativa de Estado, da Câmara Legislativa do Distrito Federal ou de Câmara Municipal; ou IV - dirigente máximo da administração direta e indireta federal, estadual, municipal ou do Distrito Federal. Ação penal Art. 154-B. Nos crimes definidos no art. 154-A, somente se procede mediante representação, salvo se o crime é cometido contra a administração pública direta ou indireta de qualquer dos Poderes da União, Estados, Distrito Federal ou Municípios ou contra empresas concessionárias de serviços públicos.”

<sup>93</sup> Código Penal: “Art. 325. Revelar fato de que tem ciência em razão do cargo e que deva permanecer em segredo, ou facilitar-lhe a revelação: Pena - detenção, de seis meses a dois anos, ou multa, se o fato não constitui crime mais grave. §1º Nas mesmas penas deste artigo incorre quem: I – permite ou facilita, mediante atribuição, fornecimento e empréstimo de senha ou qualquer outra forma, o acesso de pessoas não autorizadas a sistemas de informações ou banco de dados da Administração Pública; II – se utiliza, indevidamente, do acesso restrito. §2º Se da ação ou omissão resulta dano à Administração Pública ou a outrem: Pena – reclusão, de dois a seis anos, e multa.”

<sup>94</sup> Código Penal: “Art. 327. Considera-se funcionário público, para os efeitos penais, quem, embora transitoriamente ou sem remuneração, exerce cargo, emprego ou função pública. §1º Equipara-se a funcionário público quem exerce cargo, emprego ou função em entidade paraestatal, e quem trabalha para empresa prestadora de serviço contratada ou conveniada para a execução de atividade típica da Administração Pública. §2º A pena será aumentada da terça parte quando os autores dos crimes previstos neste Capítulo forem ocupantes de cargos em comissão ou de função de direção ou assessoramento de órgão da administração direta, sociedade de economia mista, empresa pública ou fundação instituída pelo poder público.”

A data de criação do domínio @towinco.com.br, registrado por Willians em nome de Mateus, coincidia com o envio das mensagens eletrônicas de conteúdo sigiloso e com as movimentações de Paulo, Willians e Mateus para se desvincularem da *Fort Knox*.

Diante dos indícios irrefutáveis dos crimes imputados aos investigados, as medidas cautelares foram deferidas. Considerou-se que a *ToWin* realmente parecia ter se aproveitado indevidamente do *know-how* acumulado pela *Fort Knox* ao longo dos anos. Além disso, suspeitava-se que tivessem usado a lista de clientes e informações confidenciais da *Fort Knox* de maneira indevida para estruturar a *ToWin*. O magistrado entendeu que a questão central não era a criação de uma empresa concorrente no mesmo setor, mas a possível apropriação ilícita de dados sigilosos para estabelecer uma concorrente diretamente no mesmo nicho de mercado, potencialmente com clientes originários da *Fort Knox*.

Em razão do decurso do prazo legal sem a formalização da queixa-crime de concorrência desleal contra Paulo, Mateus e Willians, a decadência foi reconhecida, resultando na extinção da punibilidade dos investigados e no indeferimento de vistas das informações sigilosas constantes nos autos pela *Fort Knox*.

Inconformada com essa decisão, a *Fort Knox* impetrou mandado de segurança no Tribunal de Justiça de São Paulo (TJSP), alegando seu direito líquido e certo de ter acesso irrestrito aos autos do inquérito policial em curso, visto que ostentava a condição de vítima dos fatos investigados. A segurança foi concedida<sup>95</sup>.

Os acusados chegaram a pedir o sobrestamento do mandado de segurança até que fosse proferida decisão acerca do pedido de suas extinções de punibilidade no tocante aos crimes previstos nos artigos 154 e 154-A, ambos do Código Penal (Decreto-Lei n. 2.848/1940), por ausência de representação da *Fort Knox*. Mas devido à inexistência de base legal para tal intervenção de terceiros nessa ação, o pedido não foi conhecido pelo Tribunal.

---

<sup>95</sup> Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo: “[...]. Inquérito Policial. Apuração dos crimes de furto de dados mediante abuso de confiança, concorrência desleal, violação de segredo profissional e associação criminosa. Deferida a quebra de sigilo de dados telemáticos e de comunicação dos investigados requerida pelas impetrantes, cujo acesso às provas produzidas foi indeferida em decorrência do sigilo das comunicações, caracterizando cerceamento à legitimidade processual das vítimas. POSSIBILIDADE. A concessão de acesso às impetrantes aos documentos acobertados pelo sigilo das comunicações é adequada e necessária, uma vez que atinge os resultados pretendidos de auxílio nas investigações e requerimento de eventuais diligências complementares ou medidas assecuratórias, sendo certo que não se vislumbram outras medidas que viabilizem tais fins e fossem menos gravosas aos investigados, conforme evidenciado pelos artigos 5º, inciso II, 6º, inciso IV, 14, 242 e 127, todos do CPP. [...]. Segurança concedida.”. (Mandado de Segurança Criminal n. 2.135.868-81.2021.8.26.0000, Relator Desembargador Paulo Rossi, 12ª Câmara de Direito Criminal, data de julgamento: 16.11.2021).

De outra vertente, o artigo 195, inciso XIV, da Lei de Propriedade Industrial define como crime de concorrência desleal a divulgação, a exploração ou a utilização não autorizada de resultados de testes, ou qualquer outro dado não divulgado, que exija um esforço significativo para ser produzido e que tenha sido fornecido a entidades públicas como requisito para a autorização da comercialização de produtos. Este artigo não incide sobre a divulgação feita por órgão governamental competente, caso seja considerada necessária para proteger a coletividade<sup>96</sup>.

Denis Borges Barbosa (2003) critica essa disposição por considerá-la flagrantemente inconstitucional, uma vez que estabeleceu uma proteção exclusiva para tecnologias sem restrições de tempo ou a obrigatoriedade de utilização efetiva. Essas condições são essenciais para que a função social da propriedade e as finalidades da propriedade industrial relacionadas ao interesse social e ao desenvolvimento tecnológico e econômico do Brasil, previstas nos incisos XXIII e XXIX do artigo 5º da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 (CRFB/88), sejam atendidas<sup>97</sup>.

Com efeito, a Lei n. 10.603/2002 estabelece diretrizes para a proteção contra o uso comercial desleal de informações não divulgadas apresentadas às autoridades competentes para a obtenção ou manutenção de registros de comercialização de produtos veterinários, fertilizantes, agrotóxicos e similares. Para serem consideradas não divulgadas, as informações devem ser inacessíveis ao público em geral e terem sido objeto de medidas efetivas para garantir sua confidencialidade até a data de solicitação do registro. Durante o período de proteção estabelecido por lei, esses dados não podem ser divulgados ou utilizados em benefício de terceiros, salvo se necessário para a proteção do público<sup>98</sup>.

---

<sup>96</sup> Lei n. 9.279/1996: “Art. 195. [...] §2º O disposto no inciso XIV não se aplica quanto à divulgação por órgão governamental competente para autorizar a comercialização de produto, quando necessário para proteger o público.”

<sup>97</sup> Constituição da República Federativa do Brasil de 1988: “Art. 5º [...] XXIII - a propriedade atenderá a sua função social; [...] XXIX - a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País;”

<sup>98</sup> Lei n. 10.603/2002: “Art. 2º Consideram-se não divulgadas as informações que, até a data da solicitação do registro: I - não sejam facilmente acessíveis a pessoas que normalmente lidam com o tipo de informação em questão, seja como um todo, seja na configuração e montagem específicas de seus componentes; e II - tenham sido objeto de precauções eficazes para manutenção da sua confidencialidade pela pessoa legalmente responsável pelo seu controle. Parágrafo único. Atendido o disposto nos incisos I e II, presumem-se não divulgadas as informações apresentadas sob declaração de confidencialidade.”; e “Art. 3º A proteção das informações, definidas na forma dos arts. 1º e 2º e pelos prazos do art. 4º, implicará a: I - não-utilização pelas autoridades competentes dos resultados de testes ou outros dados a elas apresentados em favor de terceiros; II - não-divulgação dos resultados de testes ou outros dados apresentados às autoridades competentes, exceto quando necessário para proteger o público. §1º O regulamento disporá sobre as medidas adequadas para a não-divulgação de tais informações por parte das

Essa legislação delimita os prazos de sigilo dessas informações, visando salvaguardar o interesse público, ao mesmo tempo em que determina que o manejo adequado dessas informações pelas autoridades competentes não configura o crime de concorrência desleal disposto no artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial<sup>99</sup>.

Após o término do período de proteção, as informações perdem seu status de confidencialidade, tornando-se acessíveis ao público e podendo ser empregadas para a obtenção de novos registros. Importante destacar que, mesmo após a expiração desse prazo, o acesso e uso dessas informações seguem em conformidade com outras normativas de propriedade intelectual, meio ambiente, saúde pública, proteção ao consumidor e defesa da concorrência.

A lei também protege informações técnicas ou científicas sigilosas fornecidas durante o processo de registro, que devem ser mantidas em confidencialidade, podendo ser utilizadas internamente pelas autoridades para fins de registro. Outro aspecto relevante é que, findo o prazo de vigência de uma patente (vinte anos após a data de depósito), não é permitido impedir que terceiros utilizem a invenção para fins de coleta de informações e dados necessários para registro de comercialização.

Destaque-se que a violação da confidencialidade representa uma forma insidiosa de concorrência desleal que, além de prejudicar gravemente as operações e a integridade de empresas, reduzindo suas vantagens competitivas e potencialmente resultando em perdas financeiras significativas, também pode afetar o equilíbrio do mercado, prejudicando a inovação e a lealdade concorrencial.

---

autoridades às quais foram apresentadas, garantindo, porém, o seu livre acesso ao público em geral após o período de proteção a que se refere o art. 4º. § 2º Após o período de proteção, as autoridades competentes pelo registro deverão, sempre que solicitadas, utilizar as informações disponíveis para registrar produtos de terceiros, ressalvada a possibilidade de exigir outras informações quando tecnicamente necessário.”

<sup>99</sup> Lei n. 10.603/2002: “Art. 4º Os prazos de proteção a que se refere o art. 3º serão: I - para os produtos que utilizem novas entidades químicas ou biológicas, de dez anos contados a partir da concessão do registro ou até a primeira liberação das informações em qualquer país, o que ocorrer primeiro, garantido no mínimo um ano de proteção; II - para os produtos que não utilizem novas entidades químicas ou biológicas, de cinco anos contados a partir da concessão do registro ou até a primeira liberação das informações em qualquer país, o que ocorrer primeiro, garantido no mínimo um ano de proteção; III - para novos dados exigidos após a concessão do registro dos produtos mencionados nos incisos I e II, pelo prazo de proteção remanescente concedido aos dados do registro correspondente ou um ano contado a partir da apresentação dos novos dados, o que ocorrer por último. §1º Para a proteção estabelecida nesta Lei, considera-se nova entidade química ou biológica toda molécula ou organismo ainda não registrados no Brasil, podendo ser análogos ou homólogos a outra molécula ou organismo, independentemente de sua finalidade.”; “Art. 5º Durante os prazos determinados no art. 4º, as informações definidas no art. 1º somente poderão ser utilizadas pela autoridade competente para instruir ou justificar concessão de registro de terceiros mediante prévia autorização do detentor do registro.”; e “Art. 11. A utilização de informações protegidas pelas autoridades competentes, na forma desta Lei, não tipifica crime de concorrência desleal, previsto na Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996.”

Dessa forma, a proteção legal ao direito de sigilo é fundamental para incentivar a inovação e o desenvolvimento econômico nacional, fornecendo ao titular dos segredos empresariais e informações confidenciais a garantia de que seus investimentos em pesquisa e desenvolvimento serão protegidos contra a apropriação, o uso e a divulgação não autorizados.

### 2.3.5. Falsa alegação de direito de exclusiva

Alegar falsamente o direito de exclusiva é uma forma de concorrência desleal tipificada no inciso XIII do artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial (Lei n. 9.279/1996), abrangendo casos em que produtos são vendidos ou promovidos como protegidos por patentes ou registros de desenho industrial inexistentes. Essa prática não só engana os consumidores, mas também prejudica outros negócios ao criar uma falsa percepção de exclusividade e inovação.

Esse comportamento não se limita ao âmbito publicitário, mas estende-se a qualquer tentativa de induzir concorrentes a acreditar na existência de uma proteção legal inexistente sobre um produto. O objetivo por trás dessa conduta é muitas vezes intimidar concorrentes, evitando que utilizem ou desenvolvam produtos semelhantes sob a falsa premissa de que estariam infringindo direitos de propriedade industrial.

Conforme os ensinamentos de Pierangeli (2003), o impacto dessa conduta é vasto, prejudicando não só competidores, ao afetar a leal competição no mercado, mas também consumidores, que podem ser levados a decisões de compra baseadas em informações enganosas sobre a exclusividade e superioridade de um produto.

Casos emblemáticos incluem a intimidação de empresas concorrentes por meio do envio de notificações de cessar e desistir (*cease and desist*) ou de uma litigância simulada (*sham litigation*)<sup>100</sup>, em que se alega indevidamente a violação de patentes. Essas patentes frequentemente possuem escopo mais restrito do que o alegado e não englobam as tecnologias empregadas pelos concorrentes. Diante do risco de enfrentar custos legais elevados, empresas-alvo dessas notificações podem ser forçadas a desistir do mercado ou a acordos de licenciamento não justificados.

---

<sup>100</sup> De acordo com Rogério Correa (2018): “Prática conhecida nos Estados Unidos, a expressão *Sham Litigation* pode ser compreendida como ‘litigância simulada’. Trata-se de ação ou conjunto de ações promovidas junto ao Poder Judiciário, que não possuem embasamento sólido, fundamentado e potencialidade de sucesso, com o objetivo central e disfarçado de prejudicar algum concorrente direto do impetrante, causando-lhe danos e dificuldades de ordem financeira, estrutural e reputacional.”

Outra tática problemática é a promoção enganosa de produtos como "patenteados", sugerindo uma exclusividade e superioridade tecnológica inexistente. Essa situação ocorre quando a patente está, de fato, pendente ou se refere apenas a aspectos periféricos do produto, induzindo consumidores a acreditarem que estão adquirindo algo verdadeiramente pioneiro e único. Nas esferas de negociações comerciais, especialmente durante tratativas de fusões ou aquisições, algumas empresas podem superestimar o alcance de suas patentes, inflacionando artificialmente o valor de sua propriedade intelectual. Isso pode levar a acordos baseados em avaliações distorcidas, prejudicando a parte enganada na negociação.

Por fim, a ameaça de ações judiciais baseadas em patentes que já foram invalidadas ou cuja validade é altamente contestável representa outra estratégia para inibir a concorrência. Tal abordagem pode desencorajar a inovação, coagindo concorrentes a firmarem acordos de licenciamento que lhes são desfavoráveis.

Essas práticas não apenas minam a lealdade e integridade do mercado, mas também prejudicam o desenvolvimento e a disseminação de inovações genuínas, destacando a importância de uma vigilância regulatória e jurídica ativa para coibir tais condutas.

Peter Gøtzsche (2016) relata um caso marcante envolvendo a empresa farmacêutica AstraZeneca e seu medicamento para úlceras, o  *Losec*  (omeprazol).

Em 2001, ao expirar a patente do  *Losec* , a empresa empregou táticas questionáveis para manter concorrentes de versões genéricas à distância. A estratégia incluiu a separação e comercialização da fração mais eficaz do medicamento, o esomeprazol, sob o nome de  *Nexium* , junto à realização de estudos falhos que supostamente provavam a superioridade do  *Nexium*  em relação ao  *Losec* .

Além disso, a empresa forneceu informações falsas para escritórios de patentes e tribunais em diversos países acerca da data de autorização para a comercialização do omeprazol, e alterou formulações para impossibilitar a entrada de fabricantes de medicamentos genéricos no mercado. Essa agressiva estratégia da AstraZeneca contra a ética foi eficaz, sendo sustentada por táticas de  *marketing*  enganosas que envolveram gastos de até meio bilhão de dólares em apenas um ano nos Estados Unidos da América.

Tais ações não apenas refletem a questão da alegação falsa de direitos de exclusiva, mas também exemplificam como práticas desleais podem ser utilizadas para manter artificialmente altos os preços e controlar o mercado.

Além dos danos à concorrência e aos consumidores, a falsa alegação de direitos exclusivos gera questionamentos sérios sobre a ética empresarial e a integridade do sistema de propriedade industrial. Para combater essa prática, é fundamental que haja rigor na aplicação das leis, bem como um compromisso com a transparência e honestidade por parte das empresas. Assim, protege-se não apenas o ambiente competitivo, mas também a confiança dos consumidores e a integridade do mercado.



### **3. DESAFIOS DO SISTEMA PENAL BRASILEIRO NO TRATAMENTO DO DELITO DE CONCORRÊNCIA DESLEAL**

A análise das perspectivas doutrinárias sobre o sistema penal oferece uma visão abrangente que pode ser aplicada ao estudo do delito de concorrência desleal no Brasil. Cada teoria proporciona uma lente diferente por meio da qual podemos avaliar tanto a legislação quanto a sua aplicação, especialmente no que se refere à proteção dos interesses econômicos e dos direitos fundamentais dos indivíduos.

Eugênio Raul Zaffaroni (2011) descreve o sistema penal como um mecanismo de controle social punitivo e institucionalizado, que é frequentemente empregado de forma seletiva e desigual. Esse sistema tende a reprimir as camadas mais vulneráveis da sociedade, permitindo que o poder se mantenha sem enfrentar desafios ao discurso que o legitima. O autor identifica como principais causadores da ilegalidade dentro do próprio sistema: a legislação, que cria um excesso de tipificações criminais; a polícia, cujas práticas podem incluir corrupção e ações arbitrárias; e um Poder Judiciário caracterizado pela morosidade.

No contexto da concorrência desleal, essa perspectiva sugere que o poder de decidir quais casos são perseguidos penalmente pode refletir interesses particulares mais do que o interesse público. A inflação de tipificações pode criar um arcabouço legal que, embora aparentemente neutro, serve principalmente para proteger os interesses de empresas estabelecidas, em vez de promover uma concorrência justa e equitativa.

Luigi Ferrajoli (2006), idealizador do garantismo penal, enfatiza a necessidade de um manejo cuidadoso do poder estatal, especialmente no campo penal, para evitar arbitrariedades e abusos. O autor argumenta que, para as sanções serem democraticamente legítimas, elas devem respeitar os direitos fundamentais e estar apoiadas em uma cultura de igualdade, além de sujeitas à análise crítica de suas motivações, uma vez que o poder estatal deve ser limitado.

No caso do delito de concorrência desleal, isso implica a necessidade de assegurar que as sanções e a aplicação da lei sejam transparentes e justas, o que é vital em um ambiente em que as acusações podem ser motivadas por interesses ocultos, como a eliminação de concorrentes.

A teoria de Claus Roxin (2008) sobre o direito penal como *ultima ratio* reflete um princípio fundamental do pensamento jurídico moderno, enfatizando que a intervenção penal deve ser a última opção a ser considerada na proteção de bens jurídicos fundamentais da

sociedade, como a vida, a liberdade e a propriedade. Esse princípio implica uma abordagem de minimização do direito penal, em que o Estado deve buscar, inicialmente, outros meios menos invasivos de regulação social, como o direito civil, administrativo ou medidas educativas.

A aplicação do direito penal deve seguir o critério de proporcionalidade, em que a gravidade da pena deve corresponder à gravidade do dano causado à sociedade. Isso serve para evitar excessos e injustiças na aplicação das leis penais.

Essa visão levanta questões sobre a adequação da criminalização da concorrência desleal, que muitas vezes poderia permanecer adstrita às regulações administrativas ou civis. A ênfase na proteção de valores elementares à vida humana sugere que a utilização do direito penal em conflitos comerciais pode ser desproporcional e prejudicial à liberdade econômica e inovação.

A aplicação dessas teorias ao delito de concorrência desleal revela uma série de desafios. O primeiro é a questão da proporcionalidade e necessidade da criminalização de tais práticas, que muitas vezes poderiam ser mais eficazmente administradas por meio de sanções civis ou administrativas. Em segundo lugar, a preocupação com a arbitrariedade na aplicação da lei, que pode ser influenciada por fatores econômicos e políticos, ressoa com a advertência de Ferrajoli (2006) sobre o abuso do poder estatal.

A legislação brasileira sobre concorrência desleal, em especial o crime do artigo 195 da Lei da Propriedade Industrial (Lei n. 9.279/1996), embora bem-intencionada em seus objetivos de proteger as práticas comerciais leais, deve ser continuamente avaliada para assegurar que não só serve aos interesses de justiça econômica, mas também adere aos princípios de justiça penal e respeita os direitos fundamentais. Isso requer uma abordagem balanceada que leve em consideração tanto a necessidade de proteger o mercado e o consumidor quanto a importância de garantir que o poder penal não seja usado de forma desproporcional ou injusta.

### 3.1. Conflitos com outros ramos do direito

A intersecção entre o delito de concorrência desleal e outros ramos do Direito evidencia uma complexidade significativa na legislação empresarial contemporânea. Essa interação destaca a tensão entre penalizar condutas prejudiciais ao mercado e incentivar uma competição saudável e justa.

No cenário internacional, o *Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPS) exige que os países signatários prevejam sanções penais para casos específicos de contrafação intencional de marcas e pirataria em larga escala, deixando a critério de cada um estendê-las para outras violações aos direitos de propriedade intelectual<sup>101</sup>.

No Brasil, o legislador incluiu a concorrência desleal como delito autônomo no artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial (Lei n. 9.279/1996), de forma subsidiária aos crimes previstos nessa lei.

Celso Delmanto (1975) alertou para a diferença fundamental entre competição desleal e propriedade industrial, conceitos que não devem ser confundidos. José de Oliveira Ascensão (2009) complementou essa visão, enfatizando que não há uma ligação obrigatória entre a violação de direitos industriais e a concorrência desleal.

Portanto, a concorrência desleal deve ser entendida dentro de um sistema mais amplo de práticas comerciais injustas, visando proteger os interesses de todos os participantes do mercado. Esse sistema atua como mecanismo de regulação e controle das condutas no mercado, promovendo uma competição íntegra e honesta.

Outras disposições legais, além da Lei de Propriedade Industrial, são essenciais para estruturar esse sistema, como as inseridas no Código Penal (Decreto-Lei n. 2.848/1940)<sup>102</sup>, no Código de Defesa do Consumidor (Lei n. 8.078/1990) e na Lei dos Crimes contra a Ordem Tributária, Econômica e contra as Relações de Consumo (Lei n. 8.137/1990).

O Código de Defesa do Consumidor destaca a repressão à concorrência desleal como um dos princípios da Política Nacional das Relações de Consumo<sup>103</sup>. Isso protege o consumidor

---

<sup>101</sup> TRIPS: “artigo 61. Os Membros proverão a aplicação de procedimentos penais e penalidades pelo menos nos casos de contrafação voluntária de marcas e pirataria em escala comercial. Os remédios disponíveis incluirão prisão e/ou multas monetárias suficientes para constituir um fator de dissuasão, de forma compatível com o nível de penalidades aplicadas a crimes de gravidade correspondente. Em casos apropriados, os remédios disponíveis também incluirão a apreensão, perda e destruição dos bens que violem direitos de propriedade intelectual e de quaisquer materiais e implementos cujo uso predominante tenha sido na consecução do delito. Os Membros podem prover a aplicação de procedimentos penais e penalidades em outros casos de violação de direitos de propriedade intelectual, em especial quando eles forem cometidos voluntariamente e em escala comercial.”

<sup>102</sup> O Código Penal prevê diversos crimes relacionados à lealdade das práticas comerciais, dentre eles: a violação de correspondência comercial (art. 152), a violação do segredo profissional (art. 154), a obtenção de segredos comerciais ou industriais por meio de invasão de dispositivo informático (art. 154-A, §§ 3º e 4º), a fraude no comércio (art. 175), a falsificação, corrupção, adulteração ou alteração de produto alimentícios (art. 272) ou destinado a fins terapêuticos ou medicinais (art. 273), o invólucro ou recipiente com falsa indicação (art. 275) e a alteração, falsificação ou utilização indevida de marcas, logotipos, siglas ou quaisquer outros símbolos utilizados ou identificadores de órgãos ou entidades da Administração Pública (art. 296 §1º, III).

<sup>103</sup> Lei n. 8.078/1990: “Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo,

individualmente e reforça a integridade do sistema econômico, incentivando práticas comerciais éticas e equitativas. Empresas são encorajadas a aprimorar a qualidade de seus produtos e serviços, competindo de forma justa para conquistar e manter clientes, evitando táticas enganosas ou predatórias. Tal abordagem promove um mercado mais dinâmico e inovador, no qual a excelência e a eficiência são valorizadas.

Alguns doutrinadores argumentam que, devido às frequentes disputas de questões concorrenciais no ambiente empresarial, a ênfase deveria ser nas regulamentações administrativas e sanções civis, em vez de penalidades criminais<sup>104</sup>. Essa perspectiva requer uma análise detalhada para entender suas implicações práticas e teóricas.

Questões de concorrência usualmente envolvem análises técnicas, como avaliações de mercados, práticas de preços, efeitos sobre consumidores e outras variáveis econômicas complexas. No contexto penal, em que a culpabilidade deve ser estabelecida além da dúvida razoável, e as sanções podem incluir prisão, as exigências probatórias são elevadas. Isto pode criar desafios para a comprovação e hesitação em perseguir casos que poderiam beneficiar o mercado e os consumidores se tratados de maneira menos severa.

O Relatório dos Pares da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE, 2005) apontou que a Lei n. 8.137/1990 classificava como crimes contra a ordem econômica um número excessivo de condutas. Considerando essa crítica e a regra da razão, que exige avaliação do contexto econômico para determinar o potencial anticompetitivo de uma conduta, a Lei de Defesa da Concorrência (Lei n. 12.529/2011) revogou muitas dessas condutas criminais, redefinindo-as como infrações administrativas<sup>105</sup>.

---

atendidos os seguintes princípios: [...] VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;”

<sup>104</sup> Evaristo Mendes (2005) alerta que entre o direito da concorrência desleal e o direito da concorrência existem vários pontos de tensão e conflito, pois a tutela do investimento, da liberdade de organização empresarial, das marcas de alta reputação, favorecem o desenvolvimento da iniciativa privada concorrencial e inovatória, mas podem contribuir também para fortalecimento de posições de poder no mercado e de barreiras à entrada nos mercados, ou seja, uma concepção demasiado garantística do direito da concorrência desleal pode prejudicar em maior ou menor medida a realização do direito da concorrência.

<sup>105</sup> Lei n. 12.529/2011: “Art. 36. Constituem infração da ordem econômica, independentemente de culpa, os atos sob qualquer forma manifestados, que tenham por objeto ou possam produzir os seguintes efeitos, ainda que não sejam alcançados: I - limitar, falsear ou de qualquer forma prejudicar a livre concorrência ou a livre iniciativa; II - dominar mercado relevante de bens ou serviços; III - aumentar arbitrariamente os lucros; e IV - exercer de forma abusiva posição dominante. §1º A conquista de mercado resultante de processo natural fundado na maior eficiência de agente econômico em relação a seus competidores não caracteriza o ilícito previsto no inciso II do caput deste artigo. §2º Presume-se posição dominante sempre que uma empresa ou grupo de empresas for capaz de alterar unilateral ou coordenadamente as condições de mercado ou quando controlar 20% ou mais do mercado relevante, podendo este percentual ser alterado pelo Cade para setores específicos da economia. §3º As seguintes condutas,

Regulamentações administrativas e sanções civis oferecem vantagens substanciais em relação ao sistema penal. Elas permitem uma abordagem mais técnica e matizada, em que as nuances dos mercados e práticas podem ser avaliadas por especialistas. Penalidades podem ser escalonadas conforme o nível da infração, incluindo multas, sanções comerciais ou ordens de cessação, que são mais apropriadas e eficazes para corrigir comportamentos sem prejudicar indevidamente as empresas e seus funcionários.

Além disso, processos administrativos e civis geralmente são mais rápidos e menos onerosos do que litígios penais. Isso beneficia a justiça econômica, garantindo resolução oportuna das questões, e reduz o fardo no sistema judiciário. Agências reguladoras equipadas com a expertise necessária também podem tomar decisões mais informadas e orientadas.

---

além de outras, na medida em que configurem hipótese prevista no caput deste artigo e seus incisos, caracterizam infração da ordem econômica: I - acordar, combinar, manipular ou ajustar com concorrente, sob qualquer forma: a) os preços de bens ou serviços ofertados individualmente; b) a produção ou a comercialização de uma quantidade restrita ou limitada de bens ou a prestação de um número, volume ou frequência restrita ou limitada de serviços; c) a divisão de partes ou segmentos de um mercado atual ou potencial de bens ou serviços, mediante, dentre outros, a distribuição de clientes, fornecedores, regiões ou períodos; d) preços, condições, vantagens ou abstenção em licitação pública; II - promover, obter ou influenciar a adoção de conduta comercial uniforme ou concertada entre concorrentes; III - limitar ou impedir o acesso de novas empresas ao mercado; IV - criar dificuldades à constituição, ao funcionamento ou ao desenvolvimento de empresa concorrente ou de fornecedor, adquirente ou financiador de bens ou serviços; V - impedir o acesso de concorrente às fontes de insumo, matérias-primas, equipamentos ou tecnologia, bem como aos canais de distribuição; VI - exigir ou conceder exclusividade para divulgação de publicidade nos meios de comunicação de massa; VII - utilizar meios enganosos para provocar a oscilação de preços de terceiros; VIII - regular mercados de bens ou serviços, estabelecendo acordos para limitar ou controlar a pesquisa e o desenvolvimento tecnológico, a produção de bens ou prestação de serviços, ou para dificultar investimentos destinados à produção de bens ou serviços ou à sua distribuição; IX - impor, no comércio de bens ou serviços, a distribuidores, varejistas e representantes preços de revenda, descontos, condições de pagamento, quantidades mínimas ou máximas, margem de lucro ou quaisquer outras condições de comercialização relativos a negócios destes com terceiros; X - discriminar adquirentes ou fornecedores de bens ou serviços por meio da fixação diferenciada de preços, ou de condições operacionais de venda ou prestação de serviços; XI - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, dentro das condições de pagamento normais aos usos e costumes comerciais; XII - dificultar ou romper a continuidade ou desenvolvimento de relações comerciais de prazo indeterminado em razão de recusa da outra parte em submeter-se a cláusulas e condições comerciais injustificáveis ou anticoncorrenciais; XIII - destruir, inutilizar ou açambarcar matérias-primas, produtos intermediários ou acabados, assim como destruir, inutilizar ou dificultar a operação de equipamentos destinados a produzi-los, distribuí-los ou transportá-los; XIV - açambarcar ou impedir a exploração de direitos de propriedade industrial ou intelectual ou de tecnologia; XV - vender mercadoria ou prestar serviços injustificadamente abaixo do preço de custo; XVI - reter bens de produção ou de consumo, exceto para garantir a cobertura dos custos de produção; XVII - cessar parcial ou totalmente as atividades da empresa sem justa causa comprovada; XVIII - subordinar a venda de um bem à aquisição de outro ou à utilização de um serviço, ou subordinar a prestação de um serviço à utilização de outro ou à aquisição de um bem; e XIX - exercer ou explorar abusivamente direitos de propriedade industrial, intelectual, tecnologia ou marca. [...] Art. 116. O art. 4º da Lei n. 8.137, de 27 de dezembro de 1990, passa a vigorar com a seguinte redação: "Art. 4º Constitui crime contra a ordem econômica: I - abusar do poder econômico, dominando o mercado ou eliminando, total ou parcialmente, a concorrência mediante qualquer forma de ajuste ou acordo de empresas; a) (revogada); b) (revogada); c) (revogada); d) (revogada); e) (revogada); f) (revogada); II - formar acordo, convênio, ajuste ou aliança entre ofertantes, visando: a) à fixação artificial de preços ou quantidades vendidas ou produzidas; b) ao controle regionalizado do mercado por empresa ou grupo de empresas; c) ao controle, em detrimento da concorrência, de rede de distribuição ou de fornecedores. Pena - reclusão, de dois a cinco anos e multa. III - (revogado); IV - (revogado); V - (revogado); VI - (revogado); VII - (revogado)." (NR)".

A aplicação de penalidades criminais em casos de concorrência desleal pode ter um efeito dissuasório extremo. Embora isso possa parecer benéfico à primeira vista, em termos de prevenir comportamentos anticoncorrenciais, também pode desencorajar práticas competitivas legítimas, prejudicando a inovação e o dinamismo econômico.

Ademais, o estigma associado a condenações penais pode prejudicar a reputação corporativa de forma desproporcional e irreversível.

Considerando todos esses fatores, a argumentação para focar em regulamentações administrativas e sanções civis no contexto de concorrência desleal e direito antitruste é robusta. Essa abordagem não apenas se alinha melhor com a natureza técnica e densa das questões envolvidas, mas também serve aos objetivos de eficiência, justiça proporcional e fomento de um ambiente de negócios saudável e competitivo.

Revisar estratégias legais para favorecer intervenções regulatórias e civis pode representar um passo positivo para o direito concorrencial contemporâneo.

### 3.2. Ambiguidade e subjetividade na tipificação

O rápido avanço tecnológico e as mudanças nas práticas comerciais criam um ambiente empresarial volátil, tornando difícil para as autoridades regularem eficientemente práticas de concorrência desleal.

Pedro Marcos Nunes Barbosa (2022) observa que, ao tentar definir concorrência desleal, a doutrina muitas vezes cai em subjetivismos excessivos ou aceita que se trata de um conceito jurídico indeterminado e confuso. O apelo a analogias lúdicas prevalece sobre a precisão técnica, dificultando a formulação de uma definição clara. Esse cenário complica consideravelmente o trabalho de profissionais como peritos, árbitros ou juízes, que precisam resolver conflitos de interesses com critérios pouco objetivos.

O autor (2022) também reconhece que, devido à fluidez do conceito de lealdade, um ato pode ser considerado leal em um momento e desleal em outro. Há uma erosão gradual dos padrões de comportamentos outrora considerados normais e leais. Essa transformação é constante nos mercados, mesmo que ocorra de forma sutil, muitas vezes despercebida por concorrentes ou outros agentes do setor.

Na esfera penal, a ausência de um conceito legal de concorrência desleal é agravada pela ambiguidade e subjetividade dos termos utilizados na legislação. No artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial (Lei n. 9.279/1996), diversas condutas são delineadas de maneira genérica e vaga, empregando uma linguagem propícia a interpretações amplas e divergentes. Expressões como "meios fraudulentos", "capazes de criar confusão" ou "faltando ao dever de emprego" dificultam a determinação precisa dos atos ilícitos, complicando a compreensão das obrigações legais pelas empresas e gerando incertezas quanto à sua conformidade com a lei. Isso pode resultar em litígios judiciais prolongados e aplicabilidade inconsistente, e até mesmo injusta, da lei.

Ao atribuir ao magistrado a responsabilidade de determinar a extensão desses termos abertos em situações concretas, vislumbram-se desfechos variados para casos similares, com decisões judiciais discrepantes. Essa variabilidade mina a previsibilidade e a segurança jurídica, essenciais para um ambiente de negócios saudável, ao mesmo tempo que cria uma percepção de arbitrariedade e falta de equidade no sistema jurídico.

Esse cenário representa um desafio significativo para a eficácia do direito penal concorrencial. Por um lado, a falta de uniformidade na aplicação da lei abre brechas legais que dificultam a responsabilização dos infratores. Por outro lado, uma aplicação rigorosa da lei pode gerar um ambiente de negócios excessivamente cauteloso, o que pode inibir a inovação e a competitividade.

Para indivíduos e empresas acusados de concorrência desleal, a incerteza dos termos legais pode resultar em dificuldades para montar uma defesa eficaz. Sem uma compreensão clara do que constitui uma violação, as partes acusadas podem ter dificuldade em prever acusações ou em se defender adequadamente. Isso é especialmente problemático em um sistema que deveria se basear no princípio da legalidade, no qual ninguém deveria ser punido por um ato que não esteja claramente definido em lei como criminoso.

Para remediar esses problemas, seria benéfico ao sistema legal brasileiro revisar e especificar melhor as definições de concorrência desleal. Isso incluiria a elaboração de diretrizes mais claras sobre o que constitui "fraude", "imitação" ou "uso indevido de segredos comerciais", com exemplos específicos ou critérios mais estritos. Ainda, a consolidação da jurisprudência sobre essas questões poderia garantir uma aplicação mais uniforme da lei.

A ambiguidade e subjetividade na tipificação das condutas criminais sobre concorrência desleal, portanto, não é apenas uma questão técnica, mas um problema central que afeta a integridade e a eficácia do sistema penal econômico-concorrencial no Brasil.

Uma abordagem mais rigorosa e definida não apenas fortaleceria a lei, mas também estabeleceria uma base mais equitativa para sua aplicação, o que por sua vez beneficiaria a economia e a sociedade em geral.

### 3.3. Eficácia e eficiência das medidas legais

Eficácia é a característica do que produz os efeitos esperados<sup>106</sup>. Eficiência é a capacidade de realizar ou desenvolver alguma coisa demonstrando eficácia<sup>107</sup>.

Indaga-se, portanto, quais são os efeitos esperados da criminalização dos atos de concorrência desleal? As disposições legais – penais e processuais penais – vigentes são capazes de atingir esses efeitos?

No Brasil, a teoria legitimadora da pena é denominada mista, tendo em vista exercer dupla função: retributiva e preventiva<sup>108</sup>. Isso significa que o legislador, ao alçar os atos de concorrência desleal à esfera penal, teve por finalidade atribuir a eles o caráter punitivo e dissuasivo característico do direito penal.

Celso Delmanto (1975), ainda na vigência do Código da Propriedade Industrial (Decreto-Lei n. 7.903/1945), comparava as consequências legais e práticas decorrentes dos crimes de concorrência desleal e roubo, pois, mesmo este último causando muito menos prejuízo do que, por exemplo, a divulgação de uma falsa informação sobre um concorrente, ele seria punido de forma muito mais severa<sup>109</sup>.

---

<sup>106</sup> Definição extraída do site <https://www.dicio.com.br/eficacia/> Acesso em: 19 abr. 2024.

<sup>107</sup> Definição extraída do site <https://www.dicio.com.br/eficiencia/> Acesso em: 19 abr. 2024

<sup>108</sup> Código Penal: “Art. 59. O juiz, atendendo à culpabilidade, aos antecedentes, à conduta social, à personalidade do agente, aos motivos, às circunstâncias e consequências do crime, bem como ao comportamento da vítima, estabelecerá, conforme seja necessário e suficiente para reprovação e prevenção do crime: I - as penas aplicáveis dentre as cominadas; II - a quantidade de pena aplicável, dentro dos limites previstos; III - o regime inicial de cumprimento da pena privativa de liberdade; IV - a substituição da pena privativa da liberdade aplicada, por outra espécie de pena, se cabível.”; e o Artigo 61 do TRIPS (vide nota 101).

<sup>109</sup> “Há um assalto contra certa grande indústria e o ladrão, armado de revólver, dela rouba cinquenta mil cruzeiros. Soam as sirenes, correm os carros policiais e o fato vai para o noticiário dos jornais e rádios. Preso o autor do roubo, ainda que ele não tenha causado o menor ferimento a qualquer pessoa – tão só essa perda em dinheiro à empresa – sofrerá a pena mínima de quatro anos de reclusão ou máxima de dez. Mas no dia seguinte, aquela



A histórica leniência legislativa das disposições penais previstas para a repressão dos atos de concorrência desleal foi repetida na Lei de Propriedade Industrial (Lei n. 9.279/1996). A análise crítica dessas disposições aponta para uma proteção penal limitada para o crime de concorrência desleal, destacando-se a opção pela multa como alternativa à prisão<sup>110</sup> e a ausência de causas de aumento de pena.

Note-se ainda que o preceito secundário expresso no artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial – detenção, de três meses a um ano – insere a concorrência desleal na categoria de crime de menor potencial ofensivo<sup>111</sup>. Ademais, o artigo 199 estabelece que a ação penal seja privada<sup>112</sup>.

Essas condições impõem várias restrições processuais, como a necessidade de requerimento da vítima para a instauração de inquérito policial ou lavratura do termo circunstanciado, no caso de flagrante delito<sup>113</sup>, além da necessidade de uma queixa-crime para dar início ao processo penal.

---

industrial poderá vir a ser vítima de outro tipo de crime, que lhe será muito mais prejudicial. Um sua concorrente mentirosamente faz divulgar que os automóveis que ela fábrica apresentam defeitos graves de construção, ou que irão ser retirados das linhas de montagem para o lançamento de modelo bem mais moderno. Ou, ainda, caso aquela fábrica seja de alimentos e não de veículos, o competidor desonesto fará correr o falso rumo de quem um menino morreu logo após comer o chocolate que ela produz. A empresa terá, nestes exemplos, um prejuízo que chegará a ser centenas de vezes superior ao do roubo: seus carros ficarão abandonados nos pátios, sem compradores durante meses, ainda que ela tente desmentir a notícia; seus chocolates não serão procurados pelos pais de crianças, ou até, proibidos aos filhos, por muito tempo. E o concorrente que divulgou a asserção mentirosa conseguirá um lucro correspondente – muitas vezes maior que o do assalto – pois o público consumidor, deixando que adquirir os automóveis ou os doces daquela indústria, irá, em boa parte, buscar os produtos desse desonesto rival. Para este, a punição será leve: algumas pessoas nem saberão ou recordarão que o que ele fez é crime: não há a corrida da polícia, nem o fato delituoso vira noticiário nas páginas da imprensa.”

<sup>110</sup> Lei n. 9.279/1996: “Art. 195 [...] Pena - detenção, de três meses a um ano, ou multa.”

<sup>111</sup> Lei n. 9.099/1995: “Art. 61. Consideram-se infrações penais de menor potencial ofensivo, para os efeitos desta Lei, as contravenções penais e os crimes a que a lei comine pena máxima não superior a dois anos, cumulada ou não com multa.”

<sup>112</sup> Lei n. 9.279/1996: “Art. 199. Nos crimes previstos neste Título somente se procede mediante queixa, salvo quanto ao crime do art. 191, em que a ação penal será pública.”

<sup>113</sup> Lei n. 9.099/1995: “Art. 69. A autoridade policial que tomar conhecimento da ocorrência lavrará termo circunstanciado e o encaminhará imediatamente ao Juizado, com o autor do fato e a vítima, providenciando-se as requisições dos exames periciais necessários. Parágrafo único. Ao autor do fato que, após a lavratura do termo, for imediatamente encaminhado ao juizado ou assumir o compromisso de a ele comparecer, não se imporá prisão em flagrante, nem se exigirá fiança. Em caso de violência doméstica, o juiz poderá determinar, como medida de cautela, seu afastamento do lar, domicílio ou local de convivência com a vítima.”

No âmbito judicial, a composição civil dos danos homologada judicialmente acarreta a renúncia ao direito de queixa<sup>114</sup>. Ainda, há possibilidade de manejo dos institutos da transação penal<sup>115</sup> e da suspensão condicional do processo<sup>116</sup>.

---

<sup>114</sup> Lei n. 9.099/1995: “Art. 74. A composição dos danos civis será reduzida a escrito e, homologada pelo Juiz mediante sentença irrecorrível, terá eficácia de título a ser executado no juízo civil competente. Parágrafo único. Tratando-se de ação penal de iniciativa privada ou de ação penal pública condicionada à representação, o acordo homologado acarreta a renúncia ao direito de queixa ou representação.”

<sup>115</sup> Lei n. 9.099/1995: “Art. 89. Nos crimes em que a pena mínima cominada for igual ou inferior a um ano, abrangidas ou não por esta Lei, o Ministério Público, ao oferecer a denúncia, poderá propor a suspensão do processo, por dois a quatro anos, desde que o acusado não esteja sendo processado ou não tenha sido condenado por outro crime, presentes os demais requisitos que autorizariam a suspensão condicional da pena (art. 77 do Código Penal). §1º Aceita a proposta pelo acusado e seu defensor, na presença do Juiz, este, recebendo a denúncia, poderá suspender o processo, submetendo o acusado a período de prova, sob as seguintes condições: I - reparação do dano, salvo impossibilidade de fazê-lo; II - proibição de frequentar determinados lugares; III - proibição de ausentar-se da comarca onde reside, sem autorização do Juiz; IV - comparecimento pessoal e obrigatório a juízo, mensalmente, para informar e justificar suas atividades. §2º O Juiz poderá especificar outras condições a que fica subordinada a suspensão, desde que adequadas ao fato e à situação pessoal do acusado. §3º A suspensão será revogada se, no curso do prazo, o beneficiário vier a ser processado por outro crime ou não efetuar, sem motivo justificado, a reparação do dano. §4º A suspensão poderá ser revogada se o acusado vier a ser processado, no curso do prazo, por contravenção, ou descumprir qualquer outra condição imposta. §5º Expirado o prazo sem revogação, o Juiz declarará extinta a punibilidade. §6º Não correrá a prescrição durante o prazo de suspensão do processo. §7º Se o acusado não aceitar a proposta prevista neste artigo, o processo prosseguirá em seus ulteriores termos.”

<sup>116</sup> Lei n. 9.099/1995: “Art. 76. Havendo representação ou tratando-se de crime de ação penal pública incondicionada, não sendo caso de arquivamento, o Ministério Público poderá propor a aplicação imediata de pena restritiva de direitos ou multas, a ser especificada na proposta. §1º Nas hipóteses de ser a pena de multa a única aplicável, o Juiz poderá reduzi-la até a metade. §2º Não se admitirá a proposta se ficar comprovado: I - ter sido o autor da infração condenado, pela prática de crime, à pena privativa de liberdade, por sentença definitiva; II - ter sido o agente beneficiado anteriormente, no prazo de cinco anos, pela aplicação de pena restritiva ou multa, nos termos deste artigo; III - não indicarem os antecedentes, a conduta social e a personalidade do agente, bem como os motivos e as circunstâncias, ser necessária e suficiente a adoção da medida. §3º Aceita a proposta pelo autor da infração e seu defensor, será submetida à apreciação do Juiz. §4º Acolhendo a proposta do Ministério Público aceita pelo autor da infração, o Juiz aplicará a pena restritiva de direitos ou multa, que não importará em reincidência, sendo registrada apenas para impedir novamente o mesmo benefício no prazo de cinco anos. §5º Da sentença prevista no parágrafo anterior caberá a apelação referida no art. 82 desta Lei. §6º A imposição da sanção de que trata o §4º deste artigo não constará de certidão de antecedentes criminais, salvo para os fins previstos no mesmo dispositivo, e não terá efeitos civis, cabendo aos interessados propor ação cabível no juízo cível.”

<sup>116</sup> Lei n. 9.099/1995: “Art. 89. Nos crimes em que a pena mínima cominada for igual ou inferior a um ano, abrangidas ou não por esta Lei, o Ministério Público, ao oferecer a denúncia, poderá propor a suspensão do processo, por dois a quatro anos, desde que o acusado não esteja sendo processado ou não tenha sido condenado por outro crime, presentes os demais requisitos que autorizariam a suspensão condicional da pena (art. 77 do Código Penal). §1º Aceita a proposta pelo acusado e seu defensor, na presença do Juiz, este, recebendo a denúncia, poderá suspender o processo, submetendo o acusado a período de prova, sob as seguintes condições: I - reparação do dano, salvo impossibilidade de fazê-lo; II - proibição de frequentar determinados lugares; III - proibição de ausentar-se da comarca onde reside, sem autorização do Juiz; IV - comparecimento pessoal e obrigatório a juízo, mensalmente, para informar e justificar suas atividades. §2º O Juiz poderá especificar outras condições a que fica subordinada a suspensão, desde que adequadas ao fato e à situação pessoal do acusado. §3º A suspensão será revogada se, no curso do prazo, o beneficiário vier a ser processado por outro crime ou não efetuar, sem motivo justificado, a reparação do dano. §4º A suspensão poderá ser revogada se o acusado vier a ser processado, no curso do prazo, por contravenção, ou descumprir qualquer outra condição imposta. §5º Expirado o prazo sem revogação, o Juiz declarará extinta a punibilidade. §6º Não correrá a prescrição durante o prazo de suspensão do processo. §7º Se o acusado não aceitar a proposta prevista neste artigo, o processo prosseguirá em seus ulteriores termos.”

Na ausência dessas resoluções, uma queixa oral pode ser apresentada, cabendo ao juiz decidir sobre a complexidade do caso e o possível encaminhamento para o juízo comum<sup>117</sup>, seguindo então os procedimentos expressos nos artigos 524 a 530 do Código de Processo Penal (Decreto-Lei n. 3.689/1941)<sup>118</sup>.

Esses mecanismos, embora úteis para desafogar o Judiciário, podem minar as finalidades da criminalização dos atos de concorrência desleal, uma vez que os obstáculos processuais para se chegar a uma condenação e a falta de punição efetivado criminoso parecem mais incentivar do que reprimir a prática delitiva.

A ineficiência do sistema penal de repressão à concorrência desleal pode ser atribuída a múltiplos fatores: dificuldade probatória, inconsistências nos julgamentos, recursos limitados, baixa conscientização dos meios legais disponíveis, altos custos e tempo envolvidos, subnotificação de casos, interesses comerciais e a priorização de outras infrações mais graves, como crimes financeiros ou contra o consumidor.

Esses fatores resultam em uma aplicação desproporcional da lei, com grandes empresas muitas vezes utilizando-se do direito penal como instrumento de pressão contra concorrentes menores. A aplicação muito estrita das normas de concorrência desleal pode desincentivar a inovação e a competitividade, pois o medo de potenciais litígios penais poderia desencorajar empresas a adotarem estratégias legítimas de diferenciação e melhoria de seus produtos e serviços.

---

<sup>117</sup> Lei n. 9.099/1995: “Art. 77 [...] §3º Na ação penal de iniciativa do ofendido poderá ser oferecida queixa oral, cabendo ao Juiz verificar se a complexidade e as circunstâncias do caso determinam a adoção das providências previstas no parágrafo único do art. 66 desta Lei.”

<sup>118</sup> Código de Processo Penal: “Art. 524. No processo e julgamento dos crimes contra a propriedade imaterial, observar-se-á o disposto nos Capítulos I e III do Título I deste Livro, com as modificações constantes dos artigos seguintes. Art. 525. No caso de haver o crime deixado vestígio, a queixa ou a denúncia não será recebida se não for instruída com o exame pericial dos objetos que constituam o corpo de delito. Art. 526. Sem a prova de direito à ação, não será recebida a queixa, nem ordenada qualquer diligência preliminarmente requerida pelo ofendido. Art. 527. A diligência de busca ou de apreensão será realizada por dois peritos nomeados pelo juiz, que verificarão a existência de fundamento para a apreensão, e quer esta se realize, quer não, o laudo pericial será apresentado dentro de três dias após o encerramento da diligência. Parágrafo único. O requerente da diligência poderá impugnar o laudo contrário à apreensão, e o juiz ordenará que esta se efetue, se reconhecer a improcedência das razões aduzidas pelos peritos. Art. 528. Encerradas as diligências, os autos serão conclusos ao juiz para homologação do laudo. Art. 529. Nos crimes de ação privativa do ofendido, não será admitida queixa com fundamento em apreensão e em perícia, se decorrido o prazo de 30 dias, após a homologação do laudo. Parágrafo único. Será dada vista ao Ministério Público dos autos de busca e apreensão requeridas pelo ofendido, se o crime for de ação pública e não tiver sido oferecida queixa no prazo fixado neste artigo. Art. 530. Se ocorrer prisão em flagrante e o réu não for posto em liberdade, o prazo a que se refere o artigo anterior será de oito dias. Art. 530-A. O disposto nos arts. 524 a 530 será aplicável aos crimes em que se proceda mediante queixa.”

Dessa forma, enquanto o direito material prevê a expansão dos atos caracterizadores do crime de concorrência desleal, a esfera processual penal enfrenta um cenário de impunidade, exacerbado pelas penas fixadas pelo legislador, que autorizam a aplicação de vários benefícios em substituição à pena privativa de liberdade. Além disso, as dificuldades decorrentes da falta de uniformização quanto ao procedimento a ser adotado fazem com que os titulares destes direitos busquem exclusivamente o amparo da tutela civil.

Feitas essas singelas observações sobre as esferas de direito material e de direito processual penal do crime de concorrência desleal, conclui-se que a tutela penal oferecida pelo ordenamento jurídico não é adequada diante da gravidade e das consequências decorrentes das condutas reconhecidas como típicas pelo próprio legislador.

### 3.4. Necessidade de reforma legislativa

Ao criminalizar atos de concorrência desleal, o legislador transmite um sinal claro de que tais comportamentos são inaceitáveis e serão punidos de forma severa, reforçando assim a importância da ética nos negócios e a proteção da integridade do mercado.

No entanto, surge a indagação sobre se todos os comportamentos previstos no crime de concorrência desleal são intrinsecamente graves a ponto de justificar uma intervenção penal, ou se sua criminalização está mais relacionada ao aspecto simbólico do direito penal.

Essas considerações têm impulsionado um crescente consenso sobre a necessidade de reformar as disposições penais relacionadas à repressão da concorrência desleal, tornando-as mais objetivas e alinhadas com os princípios do direito penal moderno e as políticas de concorrência.

Para garantir a efetividade de uma atualização legislativa nesse campo, é fundamental identificar os principais pontos que necessitam de atenção e possíveis medidas de aprimoramento. Isso inclui uma definição mais precisa de concorrência desleal, a ampliação das sanções penais, o fortalecimento dos mecanismos de fiscalização e punição, e o incentivo à prevenção e resolução extrajudicial de conflitos.

Uma abordagem fundamentada na regra da razão sugere que nenhuma conduta deve ser condenada *per se*, mas sim avaliada à luz de seus potenciais efeitos negativos e positivos. É importante considerar que a criminalização de condutas relacionadas à concorrência desleal

deve ser reservada para aquelas que representam uma ameaça genuína à competição justa e ao bem-estar econômico, evitando a punição de práticas apenas para enviar uma mensagem sobre os valores e normas da sociedade. Além disso, a evolução do sistema legal tende a dissociar a concorrência desleal da sua falaciosa integração na Lei de Propriedade Industrial como “mera garantia da propriedade industrial”.

Celso Delmanto (1975) advertia que a culpa do equívoco em se considerar a competição desleal e a propriedade industrial como coisas iguais ou semelhantes cabia, em parte, ao próprio legislador, quando, erroneamente, e sem razão técnica, ao passar os delitos contra a propriedade industrial, que estavam no Código Penal (Decreto-Lei n. 2.848/1940), para a lei especial industrial, acabou para ela trasladando também o capítulo dos crimes concorrenciais<sup>119</sup>.

Parece-nos pacífico afirmar que o delito de concorrência desleal só se encontra na Lei de Propriedade Industrial (Lei n. 9.279/1996) por razões históricas, não havendo nenhum laço necessário entre ele e a violação da propriedade industrial.

A legislação atualmente em vigor não aborda todas as formas modernas de concorrência desleal, especialmente aquelas relacionadas à *internet* e ao comércio eletrônico. A adoção de um novo modelo, concentrando-se na parte especial do Código Penal todos os tipos que garantem a higidez da liberdade concorrencial, poderia ampliar a definição de práticas desleais para incluir novas formas de violação, como a violação da propriedade intelectual *online*, o uso indevido de dados do consumidor e as táticas agressivas de marketing digital.

É essencial que as sanções penais para quem pratica concorrência desleal sejam proporcionais ao prejuízo causado. As penas atualmente previstas para o crime de concorrência desleal não são dissuasivas o suficiente para desencorajar esses comportamentos. Uma reforma poderia introduzir penas mais severas, como multas mais altas e penas privativas de liberdade em casos graves, para garantir que os infratores sejam devidamente responsabilizados pelo dano causado.

Os órgãos responsáveis pela fiscalização e aplicação da lei precisam de mais recursos e capacitação para investigar e processar casos de concorrência desleal de forma eficaz. Uma reforma poderia incluir investimentos em treinamento para os agentes da lei, bem como a

---

<sup>119</sup> Celso Delmanto (1975 apud PONTES DE MIRANDA, 1971) compartilha deste ponto de vista ao afirmar “forremo-nos a toda assimilação dos atos de ofensa aos direitos sobre bens incorpóreos (direitos autorais, direitos oriundos de invenções, modelos de utilidade e desenhos e modelos industriais, direitos oriundos de sinais distintivos) a atos de concorrência desleal. As pretensões e ações que os protegem são independentes de qualquer elemento de concorrência desleal [...]”.

criação de unidades especializadas dedicadas exclusivamente ao combate à concorrência desleal.

Além de punir os infratores, é fundamental facilitar a resolução rápida e eficiente de disputas relacionadas à concorrência desleal. As peculiaridades do direito material já não justificam a adoção de um procedimento especial para os crimes contra a propriedade intelectual, sobretudo quando este procedimento, por si só, representa mais um obstáculo do que uma solução para a efetiva punição de criminosos.

Por fim, é importante promover a conscientização sobre os princípios da concorrência justa e os danos causados pela concorrência desleal. Uma reforma poderia incluir campanhas educativas dirigidas tanto a empresários quanto a consumidores, destacando a importância da ética nos negócios e os benefícios de uma competição justa.

Essas críticas sugerem a necessidade de uma revisão cuidadosa e possivelmente uma reformulação das abordagens legais penais à concorrência desleal no Brasil, equilibrando a proteção contra práticas comerciais injustas e a promoção de um ambiente de negócios dinâmico e inovador.

#### 4. CONCLUSÃO

A necessidade de aprimoramento do sistema penal no contexto de concorrência desleal é evidente e urgente, dada a complexidade crescente do ambiente de negócios moderno e a dinâmica rápida de mercados globais.

À medida que as práticas comerciais evoluem, a legislação que regula e pune condutas anticompetitivas também deve evoluir, para proteger a integridade e a saúde dos mercados. Para atingir esse objetivo, é essencial focar em atualização tecnológica, revisão de penalidades, coerência processual, colaboração internacional e educação. Esses passos são vitais para garantir que o sistema não apenas puna, mas também oriente o mercado em direção a práticas competitivas saudáveis e justas, fomentando um ambiente de negócios robusto e equitativo.

A necessidade de adaptação às novas tecnologias é um ponto-chave, uma vez que surgiram novas formas de concorrência desleal que os sistemas legais tradicionais não estão totalmente equipados para regular ou sancionar eficazmente. Isso inclui práticas como o uso indevido de dados, a manipulação de algoritmos para prejudicar concorrentes e outras formas de abuso de posição dominante. O sistema penal deve ser atualizado para refletir essas novas realidades, garantindo que seja capaz de lidar com violações complexas e tecnologicamente avançadas.

No tocante ao equilíbrio entre punição e promoção da concorrência, é importante considerar a eficácia de sanções alternativas, como multas administrativas e medidas de cessação, que podem ser mais adequadas para corrigir comportamentos sem desencorajar a tomada de riscos legítima e inovação. A proporcionalidade e adequação das penalidades impostas devem ser revistas, garantindo que elas sejam dissuasivas, mas não excessivamente punitivas.

Adicionalmente, é crucial que o sistema penal seja coerente e justo, tratando casos de concorrência desleal de maneira consistente. A discrepância nas decisões e nas penalidades pode levar a uma percepção de injustiça e arbitrariedade, minando a confiança no sistema jurídico. A padronização de processos e a clareza nas definições legais ajudarão a garantir que todos os agentes do mercado sejam tratados igualmente.

Em um mercado global, muitas práticas de concorrência desleal transcendem fronteiras nacionais, exigindo uma cooperação internacional efetiva. Essa colaboração permitirá o

enfrentamento de violações em múltiplas jurisdições, garantindo uma abordagem coordenada e eficaz.

Além de reformas legais, é necessário um investimento em educação e conscientização sobre as leis de concorrência. Informar as empresas sobre o que constitui concorrência desleal e as consequências de tais práticas pode prevenir violações antes que elas ocorram.

Conclui-se, assim, que enfrentar a evolução da concorrência desleal requer uma abordagem multifacetada e proativa, que envolva a análise contínua das tendências emergentes, o fortalecimento do arcabouço legislativo-regulatório e o engajamento de todas os agentes interessados na promoção de uma competição justa e transparente no mercado.

Diante da carência de trabalhos científicos e doutrinários nesta seara, é vital que especialistas se debruçem sobre o tema para que a tutela penal de repressão à concorrência desleal seja efetiva, garantindo-se não apenas a proteção patrimonial dos titulares dos direitos envolvidos, mas que se alcance o desenvolvimento tecnológico e econômico do país tal como preconizado no artigo 5º, inciso XXIX, da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 (CRFB/88).



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDREOLI, Taís Pasquotto; LIMA, Váldeon Amaro; PREARO, Leandro Campi. **A (in) eficácia dos selos verdes sobre o comportamento dos consumidores: um estudo experimental.** Revista Eletrônica de Ciência Administrativa – RECADM, Curitiba; v. 16, n. 1, p. 62-79, jan./abr. 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.21529/RECADM.2017003>. Acesso em: 18 mar. 2024.

ANTUNES, José Pinto. **Da concorrência desleal na legislação brasileira.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 1940.

ARAÚJO, Rubia Maria Ferrão de; BRAGUIM, Guilherme Cunha. **Novas formas de concorrência desleal em face dos avanços tecnológicos.** Revista de Direito Empresarial, vol. 11, ano 3, p. 407-415. São Paulo: Revista dos Tribunais, set./out. 2015.

ASCENSÃO, José de Oliveira. **Concorrência desleal.** Lisboa: Almedina, 2002.

\_\_\_\_\_. **Concorrência desleal: as grandes opções.** Direito Industrial/Associação Portuguesa de Direito Intelectual, vol. VII, p. 83-102. Coimbra: Almedina, 2009.

ATALANIO, Manuella Perdigão. **Greenwashing: a propaganda verde enganosa na ordem jurídica brasileira.** Edição do Kindle. São Paulo: Dialética, 2022.

BARBOSA, Denis Borges. **Uma introdução à propriedade intelectual.** 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003.

\_\_\_\_\_. **Da tecnologia à cultura: ensaios e estudos de Propriedade Intelectual.** Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2011. Disponível em: [https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/tecnologia\\_a\\_cultura.pdf](https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/tecnologia_a_cultura.pdf). Acesso em: 06 fev. 2024

\_\_\_\_\_. **A concorrência desleal e sua vertente parasitária.** Revista da Associação Brasileira da Propriedade Intelectual, n. 116, p. 19-34, jan./fev. 2012. Disponível em: [https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/concorrenca\\_desleal\\_vertente\\_parasitaria.pdf](https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/concorrenca_desleal_vertente_parasitaria.pdf). Acesso em: 10 maio 2023.

BARBOSA, Pedro Marcos Nunes. **Curso de concorrência desleal.** Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2022.

BARRETO FILHO, Oscar. **Teoria do estabelecimento comercial: fundo do comércio ou fazenda mercantil.** 2.ed. São Paulo: Saraiva, 1988.

BITTAR, Carlos Alberto. **Teoria e prática da concorrência desleal**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Agravo em Recurso Especial n. 1.875.335**, Relatora Ministra Maria Isabel Gallotti, Decisão Monocrática, data de julgamento: 09.05.2022, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 17.05.2022. Disponível em: [https://processo.stj.jus.br/processo/monocraticas/decisooes/?num\\_registro=202101090063&dt\\_publicacao=17/05/2022](https://processo.stj.jus.br/processo/monocraticas/decisooes/?num_registro=202101090063&dt_publicacao=17/05/2022). Acesso em: 08 abr. 2024.

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. **Agravo Interno no Agravo em Recurso Especial n. 1.396.421**, Relator Ministro Paulo de Tarso Sanseverino, Terceira Turma, data de julgamento: 08.03.2021, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 10.03.2021. Disponível em: [https://processo.stj.jus.br/processo/pesquisa/?src=1.1.3&aplicacao=processos.ea&tipoPesquisa=tipoPesquisaGenerica&num\\_registro=201802960079](https://processo.stj.jus.br/processo/pesquisa/?src=1.1.3&aplicacao=processos.ea&tipoPesquisa=tipoPesquisaGenerica&num_registro=201802960079). Acesso em: 09 fev. 2024.

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. **Agravo Interno no Agravo em Recurso Especial n. 1.402.894**, Relatora Ministra Maria Isabel Gallotti, Quarta Turma, data de julgamento: 23.08.2021, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 25.08.2021. Disponível em: [https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num\\_registro=201803075795&dt\\_publicacao=25/08/2021](https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=201803075795&dt_publicacao=25/08/2021). Acesso em: 17 fev. 2024.

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. **Agravo Interno no Recurso Especial n. 1.645.776**, Relator Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva, Terceira Turma, data de julgamento: 30.09.2019, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 04.10.2019. Disponível em: [https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num\\_registro=201603047706&dt\\_publicacao=04/10/2019](https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=201603047706&dt_publicacao=04/10/2019). Acesso em: 03 mar. 2024

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso em Habeas Corpus n. 3.831**, Relator Ministro Luiz Vicente Cernicchiaro, Sexta Turma, data de julgamento: 13.09.1994, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 28.11.1994. Disponível em: [https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num\\_registro=199400240040&dt\\_publicacao=28/11/1994](https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=199400240040&dt_publicacao=28/11/1994). Acesso em: 02 mar. 2024.

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial n. 1.237.752**, Relator Ministro Luís Felipe Salomão, Quarta Turma, data de julgamento: 05.03.2015, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 27.05.2015. Disponível em: [https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num\\_registro=201100345664&dt\\_publicacao=27/05/2015](https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=201100345664&dt_publicacao=27/05/2015). Acesso em: 11 maio 2023

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial n. 1.284.971**, Relator Ministro Massami Uyeda, Terceira Turma, data de julgamento: 20.11.2012, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 04.02.2013. Disponível em: [https://processo.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=MON&sequencial=21533350&num\\_registro=201102237693&data=20120419](https://processo.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=MON&sequencial=21533350&num_registro=201102237693&data=20120419). Acesso em: 13 fev. 2024.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial n. 1.353.451**, Relator Ministro Marco Aurélio Bellizze, Terceira Turma, data de julgamento: 19.09.2017, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 28.09.2017. Disponível em: [https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num\\_registro=201202395552&dt\\_publicacao=28/09/2017](https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=201202395552&dt_publicacao=28/09/2017). Acesso em: 06 fev. 2024.

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial n. 1.433.019**, Relator Ministro Marco Aurélio Bellizze, Terceira Turma, data de julgamento: 07.04.2016, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 20.04.2016. Disponível em: [https://processo.stj.jus.br/processo/monocraticas/decisoaes/?num\\_registro=201303798324&dt\\_publicacao=20/04/2016](https://processo.stj.jus.br/processo/monocraticas/decisoaes/?num_registro=201303798324&dt_publicacao=20/04/2016). Acesso em: 21 fev. 2024.

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial n. 1.527.232**, Relator Ministro Luis Felipe Salomão, Segunda Seção, data de julgamento: 13/07/2017, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 05/02/2018. Tema Repetitivo 950. Disponível em: [https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num\\_registro=201500535587&dt\\_publicacao=05/02/2018](https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=201500535587&dt_publicacao=05/02/2018). Acesso em: 06 fev. 2024.

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial n. 1.606.781**, Relator Ministro Moura Ribeiro, Terceira Turma, data de julgamento: 13.09.2016, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 10.10.2016. Disponível em: [https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num\\_registro=201501807865&dt\\_publicacao=10/10/2016](https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=201501807865&dt_publicacao=10/10/2016). Acesso em: 13 fev. 2024.

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial n. 1.668.550**, Relatora Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, data de julgamento: 23.05.2017, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 26.05.2017. Disponível em: [https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num\\_registro=201401063470&dt\\_publicacao=26/05/2017](https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=201401063470&dt_publicacao=26/05/2017). Acesso em: 17 fev. 2024

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial n. 1.677.787**, Relatora Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, data de julgamento: 26.09.2017, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 02.10.2017. Disponível em: [https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num\\_registro=201502797049&dt\\_publicacao=02/10/2017](https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=201502797049&dt_publicacao=02/10/2017). Acesso em: 03 mar. 2024.

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial n. 1.726.804**, Relator Ministro Moura Ribeiro, Terceira Turma, data de julgamento: 27.09.2022, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 29.09.2022. Disponível em: [https://processo.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num\\_registro=201800186878&dt\\_publicacao=29/09/2022](https://processo.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=201800186878&dt_publicacao=29/09/2022). Acesso em: 10 out. 2023.

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial n. 1.759.745**, Relator Ministro Marco Buzzi, Quarta Turma, data de julgamento: 28.02.2023, publicado no Diário da Justiça

Eletrônico em: 29.03.2023. Disponível em:  
[https://processo.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num\\_registro=201800017630&dt\\_publicacao=29/03/2023](https://processo.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=201800017630&dt_publicacao=29/03/2023). Acesso em: 04 maio 2023.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial n. 1.843.339**, Relatora Ministra Nancy Andrichi, Terceira Turma, data de julgamento: 03.12.2019, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 05.12.2019. Disponível em:  
[https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num\\_registro=201903093178&dt\\_publicacao=05/12/2019](https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=201903093178&dt_publicacao=05/12/2019). Acesso em: 09 fev. 2024.

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial n. 2.012.895**. Relatora Ministra Nancy Andrichi. Terceira Turma, data de julgamento: 08.08.2023, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 15.08.2023. Disponível em:  
[https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num\\_registro=202202101214&dt\\_publicacao=15/08/2023](https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=202202101214&dt_publicacao=15/08/2023). Acesso em: 03 mar. 2024.

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial n. 2.032.932**, Relator Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva, Terceira Turma, data de julgamento: 08.08.2023, publicado no Diário da Justiça Eletrônico em: 24.08.2023. Disponível em:  
[https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num\\_registro=202203255619&dt\\_publicacao=24/08/2023](https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=202203255619&dt_publicacao=24/08/2023). Acesso em: 13 fev. 2024.

\_\_\_\_\_. Supremo Tribunal Federal. **Mandado de Injunção n. 4766**, Relator Ministro Gilmar Mendes, Decisão Monocrática, data de julgamento: 04.03.2013, publicado no Diário da Justiça eletrônico em: 07.03.2013. Disponível em:  
<https://portal.stf.jus.br/processos/downloadPeca.asp?id=127025226&ext=.pdf>. Acesso em 12 fev. 2024.

CAPEZ, Fernando. **Curso de Direito Penal**. Parte Geral. vol. 1. 11. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2007.

CERQUEIRA, João da Gama. **Tratado da propriedade industrial**. vol. II, t. II. Rio de Janeiro: Revista Forense, 1956.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito comercial**. 23 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA. **Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitaria**. Disponível em:  
<http://www.conar.org.br/codigo/codigo.php>. Acesso em: 12 fev. 2024.

COMPARATO, Fábio Konder. **Concorrência desleal**. Revista dos Tribunais, São Paulo; v. 56, n. 375, p. 29-35, jan. 1967.

COMPARATO, Fábio Konder. **Textos clássicos**. Revista de Direito Mercantil. n. 104, out./dez. 1996, p. 109-126. Revista dos Tribunais. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5111319/mod\\_resource/content/1/Aula%202%20-%20ASQUINI%20-%20Perfis%20da%20empresa.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5111319/mod_resource/content/1/Aula%202%20-%20ASQUINI%20-%20Perfis%20da%20empresa.pdf). Acesso em: 12 fev. 2024.

CORREA, Rogério. **Você sabe o que é sham litigation?** Sollicita Portal, jun. 2018. Disponível em: [https://sollicita.com.br/Noticia/?p\\_idNoticia=13665&n=voc%C3%AA-sabe-o-que-%C3%A9-sham-litigation](https://sollicita.com.br/Noticia/?p_idNoticia=13665&n=voc%C3%AA-sabe-o-que-%C3%A9-sham-litigation). Acesso em 11 maio 2024.

DELMANTO, Celso. **Crimes de concorrência desleal**. São Paulo: Bushatsky; EDUSP, 1975.

DUVAL, Hermano. **Concorrência desleal**. São Paulo: Saraiva, 1976.

ESPALHE. **Case de Guerrilha para Klabin Segall (astroturfing)**. Slideshare, fev. 2009. Disponível em: <https://pt.slideshare.net/marketingdeguerrilha/case-de-guerrilha-para-klabin-segall-astroturfing?type=powerpoint>. Acesso em: 15 mar. 2024.

FEKETE, Elisabeth Kasnar. **Perfil do segredo de indústria e comércio no direito brasileiro: identificação e análise crítica**. 1999. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1999.

\_\_\_\_\_. **O regime jurídico do segredo de indústria e comércio no direito brasileiro**. 1. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2003.

\_\_\_\_\_. **Segredo de empresa**. Enciclopédia Jurídica da PUCSP, t. IV: direito comercial. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2018. Disponível em: [https://enciclopediajuridica.pucsp.br/pdfs/segredo-de-empresa\\_5b47faa6718c8.pdf](https://enciclopediajuridica.pucsp.br/pdfs/segredo-de-empresa_5b47faa6718c8.pdf). Acesso em: 11 maio 2024.

FERRAJOLI, L. **Direito e razão: teoria do garantismo penal**. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

FILHO, Sérgio Cavalieri. **Programa de direito do consumidor**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

FILOMENO, José Geraldo Brito e outros. **Código brasileiro de defesa do consumidor comentado**. Rio de Janeiro: Forense, 2000.

FORGIONI, Paula A. **Direito concorrencial e restrições verticais**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007.

FUNVERDE. **Empresas acusadas de *greenwashing***. out. 2022. Disponível em: <https://www.funverde.org.br/blog/empresas-acusadas-de-greenwashing/>. Acesso em: 12 fev. 2024.

GOMES, Mariângela Gama de Magalhães. **Teoria geral da parte especial do direito penal**. São Paulo: Atlas, 2014.

GONÇALVES, Luís M. Couto. **Direito de marcas**. 2. ed. Coimbra: Almedina, 2003.

\_\_\_\_\_. **Manual de direito industrial**. 4. ed. Coimbra: Almedina, 2013.

GONÇALVES NETO, Alfredo de Assis. **Direito de empresa**. Comentários aos artigos 966 a 1195 do Código Civil. 4.ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.

GØTZSCHE. Peter C. **Medicamentos mortais e crime organizado**: Como a Indústria Farmacêutica Corrompeu a Assistência Médica. 1.ed. Traduzido por Ananyr Porto Fajardo. Porto Alegre: Bookman, 2016.

GRAU, Eros Roberto. **A ordem econômica na Constituição de 1988**. 14. ed. rev. e atual. São Paulo: Malheiros Editores, 2010.

GRECO, Rogério. **Curso de Direito Penal**. Parte Geral. 17 ed. Rio de Janeiro: Impetus, 2015.

HOGGAN, James; LITTLEMORE, Richard. **Climate Cover-Up: The Crusade to Deny Global Warming**. Vancouver: Greystone Books, 2009.

HUNGRIA, Nélon. **Comentários ao Código Penal**, vol. VII. 1.ed. Rio de Janeiro: Revista Forense, 1955.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Mentira verde**. De olho nas marcas. [S.l.], atual. 27 nov. 2019. Disponível em <https://idec.org.br/greenwashing/de-olho-nas-marcas> Acesso em: 12 fev. 2024.

JABUR, Wilson Pinheiro. **Pressupostos do ato de concorrência desleal**. Propriedade Intelectual, v. I. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

LEITÃO, Adelaide Menezes. **Imitação servil, concorrência parasitária e concorrência desleal**. Direito industrial / APDI - Associação Portuguesa de Direito Intelectual, v. 1, p. 119-155. Coimbra: Almedina, 2001.

LEVIN, Myron. *Smoker group's thick wallet raises questions*. Los Angeles Times. 29 mar. 1998. Disponível em <http://articles.latimes.com/1998/mar/29/news/mn-34044>. Acesso em: 15 mar. 2024

MANARA, Cecília. ADOLFO, Luiz Gonzaga Silva; MORAES, Rodrigo. **Propriedade intelectual em perspectiva**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008.

MENDES, Evaristo. Nótula sobre a concorrência desleal. Artigo publicado no *Jornal de Negócios* em nov./dez. 2005. Disponível em: [https://www.evaristomendes.eu/p\\_02\\_03.html](https://www.evaristomendes.eu/p_02_03.html) Acesso em: 13 fev. 2024.

MENENDEZ, Aurélio. **La competência desleal**. Madrid: Sividias, 1988.

MORAN, Chris; O'NEILL, Claire. *Here are the 7 sins of greenwashing*. University College Cork. Environmental Research Institute. [S.l.], 24 nov. 2022. Disponível em: <https://www.ucc.ie/en/eri/news/here-are-the-7-sins-of-greenwashing.html>. Acesso em 12 fev. 2024.

MORO, Maite Cecília Fabbri. **Direito de marcas**: abordagem das marcas notórias na lei 9.279/1996 e nos acordos internacionais. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003.

NEGRÃO, Ricardo. **Manual de direito comercial & de empresa**. Teoria geral da empresa e direito societário. 9. ed. v. 1. São Paulo: Saraiva, 2012.

OECD. *Competition Law and Policy in Brazil: A Peer Review* 2005. Disponível em: [www.oecd.org/competition](http://www.oecd.org/competition) Acesso em: 15abr2024.

OKEDIJI, Ruth L. *The international relations of intellectual property: narratives of developing country participation in the global intellectual property system*. *Singapore Journal of International & Comparative Law*, n. 7, p. 315-385, 2003.

OLAVO, Carlos. **Propriedade industrial**: sinais distintivos do comércio, concorrência desleal, Coimbra: Almedina, 1997.

\_\_\_\_\_. **Propriedade Industrial**, vol. I, 2 ed. Coimbra: Almedina, 2005.

OLIVEIRA NETO, Geraldo Honório de. **Manual de direito das marcas**: aquisição da propriedade, posse, direito de precedência ao registro e proteção contra a fraude e a concorrência desleal. São Paulo: Pilares, 2007.

PEREIRA, Marco Antonio M. **Concorrência desleal por meio da publicidade**. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2001.

\_\_\_\_\_. **Publicidade comparativa**. São Paulo: Atlas, 2014.

PIERANGELI, José Henrique. **Crimes contra a propriedade industrial e crimes de concorrência desleal**. São Paulo: RT, 2003.

PONTES DE MIRANDA, Francisco Cavalcanti. **Tratado de Direito Privado**. Direito das Coisas: propriedade mobiliária (bens incorpóreos). Propriedade Industrial (sinais distintivos). T. XVII. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

PRADO, Luiz Regis. **Direito penal econômico**. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

REALE JUNIOR, Miguel. **Desvio de clientela e violação de segredo**. Revista Brasileira de Ciências Criminais. RBCCrim; v. 1, n. 112. jan./mar. 1993.

REQUIÃO, Rubens. **Curso de direito comercial**. vol. 1. 23. ed. São Paulo: Saraiva, 1998.

ROXIN, Claus. **Estudos de direito penal**. Tradução Luís Greco. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

SALOMÃO FILHO, Calixto. **Direito concorrencial**: as estruturas. São Paulo: Malheiros, 1998

SÃO PAULO. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Agravo n. 1005219-56.2009.8.26.0100**, Relator Desembargador Beretta da Silveira, 3ª Câmara de Direito Privado, data de julgamento: 04.11.2009. Disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br/cpopg/show.do?localPesquisa.cdLocal=100&processo.codigo=2SZX87VWW0001&processo.foro=100>. Acesso em: 13 fev. 2024

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Apelação n. 0161279-40.2010.8.26.0100**, Relator Desembargador James Alberto Siano, 5ª Câmara de Direito Privado, data de julgamento: 13.02.2019. Disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/getArquivo.do?cdAcordao=12247760&cdForo=0>. Acesso em: 09 fev. 2024.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Apelação n. 0006405-72.2014.8.26.0063**, Relator Desembargador Hamid Bdine, 1ª Câmara Reservada de Direito Empresarial, data do julgamento: 08.02.2017. Disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/getArquivo.do?cdAcordao=10161084&cdForo=0> Acesso em: 17 fev. 2024



SÃO PAULO. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Apelação Cível n. 0020617-36.2004.8.26.0100**, Relator Desembargador Francisco Loureiro, 6ª Câmara de Direito Privado, data do julgamento: 22.03.2012. Disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/getArquivo.do?cdAcordao=5775831&cdForo=0>. Acesso em: 21 fev. 2024

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Apelação Cível n. 0191736-89.2009.8.26.0100**, Relator Desembargador Beretta da Silveira, 3ª Câmara de Direito Privado, data de julgamento: 07.12.2010. Disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/getArquivo.do?cdAcordao=4893703&cdForo=0>. Acesso em: 13 fev. 2024.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Apelação Cível n. 0191861-57.2009.8.26.0100**, Relator Desembargador Francisco Loureiro, 6ª Câmara de Direito Privado, data de julgamento: 07.03.2013. Disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/getArquivo.do?cdAcordao=6610011&cdForo=0>. Acesso em: 13 fev. 2024.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Apelação Cível n. 1005645-95.2019.8.26.0010**, Relator Desembargador J. B. Franco de Godoi, 1ª Câmara Reservada de Direito Empresarial, data de julgamento: 25.08.2021. Disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/getArquivo.do?cdAcordao=14962115&cdForo=0>. Acesso em: 13 fev. 2024.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Apelação Cível n. 189.589-4/1-00**, Relator Desembargador Ênio Zuliani, 4ª Câmara de Direito Privado, data de julgamento: 28.07.2005. Disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/getArquivo.do?cdAcordao=1678428&cdForo=0>. Acesso em: 05 abr. 2024.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Embargos Infringentes n. 0191861-57.2009.8.26.0100/50001**, Relatora Desembargadora Ana Lucia Romanhole Martucci, 6ª Câmara de Direito Privado, data de julgamento: 28.11.2013. Disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/getArquivo.do?cdAcordao=6610011&cdForo=0>. Acesso em 13 fev. 2024.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Mandado de Segurança Criminal n. 2135868-81.2021.8.26.0000**, Relator Desembargador Paulo Rossi, 12ª Câmara de Direito Criminal, data de julgamento: 16.11.2021. Disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/getArquivo.do?cdAcordao=15191435&cdForo=0>. Acesso em: 05 abr. 2024.

SCHMIDT, Lélío Denícoli. **A publicidade comparativa à luz da Lei de Propriedade Industrial**. Revista da ABPI – Associação Brasileira da Propriedade Intelectual, n. 52, p. 03-17, maio/jun. 2001.

SILVA, Daniel Reis. *Astroturfing*: lógicas e dinâmicas de manifestações de públicos simulados. Belo Horizonte: PPGCOM/UFMG, 2015. Disponível em: <https://seloppgcomufmg.com.br/publicacao/astroturfing>. Acesso em: 17 mar. 2024.

SILVA, Alberto Luís Camelier da. **Concorrência desleal**: atos de confusão. São Paulo: Saraiva, 2013.

SILVA, Pedro Sousa e. **O princípio da especialidade das marcas**. A regra e a exceção: as marcas de grande prestígio. Revista da Ordem dos Advogados de Portugal, ano 58, v. I, jan. 1998. Disponível em: <https://portal.oa.pt/upl/%7B5d0bca51-ddfd-4788-8fbc-0e18b2a0c897%7D.pdf>. Acesso em: 10 maio 2023.

SILVA, Nuno Sousa e. **Quando o segredo é a “alma do negócio”**: definição de um conceito. Rio de Janeiro: Revista da Associação Brasileira de Propriedade Intelectual, n. 126, set./out. 2013.

SILVEIRA, Newton. **Propriedade intelectual**: propriedade industrial, direito do autor, *software*, cultivares, nome empresarial, abuso de patentes. São Paulo: Manole, 2014.

SILVEIRA, Newton; SANTOS JUNIOR, Walter Godoy dos. **Sinais distintivos**. São Paulo: Quartier Latin, 2021.

SOARES, José Carlos Tinoco. **Concorrência desleal vs “trade dress” e/ou conjunto imagem**. São Paulo: Tinoco Soares, 2004.

STAUBER, John; RAMPTON, Sheldon. *SMOKING! How the american tobacco industry employs pr scum to continue its murderous assault on human lives*. Tucson Weekly, 22 nov. 1995. Disponível em: <https://www.tucsonweekly.com/tw/11-22-95/cover.htm>. Acesso em 12 fev. 2024.

VEJA. **Falcão e os insetos**: guerrilha digital envenena o twitter. São Paulo: Editora Abril, 12 maio 2012. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/brasil/falcao-e-os-insetos-guerrilha-digital-envenena-o-twitter>. Acesso em: 17 mar. 2024.

ZAFFARONI, Eugenio Raúl. **Manual de Direito Penal Brasileiro**. 9.ed., rev. e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

ZIMMERMANN, Amanda. **Uso da marca alheia nos links patrocinados**: entendimento jurisprudencial brasileiro sobre marcas, concorrência desleal e anúncios da internet. Rio de Janeiro: Lúmen Juris, 2021.