

Painel S.A.

Na Folha desde 2023, Stéfanie Rigamonti cobre bastidores de economia e de negócio. Antes, passou pela editoria de Mercado



SEGUIR



FOLHAJUS

'Yellow boots' da Timberland têm proteção de marca reconhecida pela Justiça no Brasil

- Decisão reverte ato do Inpi que negou pedido de registro do calçado
- Marca começou a ser comercializada no Brasil em 1996 por meio de uma parceria com a Alpargatas

SÃO PAULO A [Justiça federal](#) reconheceu que as botas da [Timberland](#), que ficaram famosas pelo nome "yellow boots", têm impressão visual distinta e merecem receber registro de proteção de marca. A decisão reverteu um ato administrativo do [Inpi \(Instituto Nacional da Propriedade Industrial\)](#), que negou pedido de registro do calçado.

A recusa inicial do órgão em conceder o registro aconteceu porque o instituto considerou que a bota tem alto grau de semelhança em relação a outros produtos similares encontrados na [internet](#), não havendo elementos que possibilitassem a individualização do calçado da Timberland.



Botas da Timberland conhecidas como 'yellow boots' que acabam de ter reconhecimento da Justiça para proteção de marca no Brasil - Divulgação

A marca, porém, argumentou que adquiriu distintividade com seus produtos conforme ganhou fama e reputação no mercado ao longo do tempo, o que fez com que os consumidores passassem a identificar a "yellow boot" como um produto da Timberland, e não uma simples bota qualquer.

O Inpi disse que essa alegação de distintividade adquirida pelo uso é um assunto que ainda foge à competência administrativa do instituto, e solicitou que o pedido fosse analisado na esfera judicial.

Em processo protocolado na 13ª Vara Federal do Rio de Janeiro, a juíza Marcia Maria Nunes de Barros considerou que as "yellows boots" merecem registro porque seus elementos, quando analisados em conjunto, formam o que é conhecido no direito comercial como *trade dress*, ou conjunto-imagem do produto.

Além da cor, as botas amarelas da Timberland são únicas por possuírem colarinho acolchoado, solado bicolor, costuras ornamentais e ilhós hexagonais.

"Trata-se da impressão visual geral e da atmosfera comercial que o objeto evoca, composta não por um único elemento isolado, mas pela combinação sinérgica de sua cor característica, silhueta, padrão de costuras, ilhós hexagonais, cadarços bicolores e colarinho acolchoado", diz na sentença.

"É precisamente este conjunto-imagem, consolidado ao longo de décadas de uso e investimento, que logrou adquirir a distintividade secundária (*secondary meaning*) aqui pleiteada", completa a magistrada.

A decisão não impede que outras marcas fabriquem e comercializam botas de trabalho impermeáveis, com solado tratorado ou colarinhos acolchoados, desde que eles tenham design próprio e que não reproduzam o conjunto visual distintivo da Timberland.

Para a advogada Marianna Furtado de Mendonça, sócia do escritório Montauray Pimenta, Machado & Vieira de Mello, que representou a Timberland no caso, a decisão abre um precedente importante para o reconhecimento judicial da distintividade adquirida.

"A decisão lança luz ao entendimento de que a 'marca tridimensional' merece proteção desde que seja um sinal constituído por forma com capacidade distintiva em si mesma e dissociada de qualquer efeito técnico."

Fundada em 1973, a empresa estadunidense Timberland desenvolveu nesse mesmo ano a "yellow boot", o seu produto mais icônico, que consistia em uma bota para trabalho ou caminhada, mas que se popularizou para além desses meios e passou a ser considerada um ícone fashion, sendo vendida em lojas de departamentos e de alto padrão.

Em meados da década de 1980, o modelo passou a ter alcance internacional, com a expansão da marca para a Europa. Seu ingresso no Brasil ocorreu em 1996, por meio de uma parceria com a [Alpargatas](#).

★ ★ ★

LINK PRESENTE: Gostou deste texto? Assinante pode liberar sete acessos gratuitos de qualquer link por dia. Basta clicar no F azul abaixo.

F DÊ UM CONTEÚDO

