

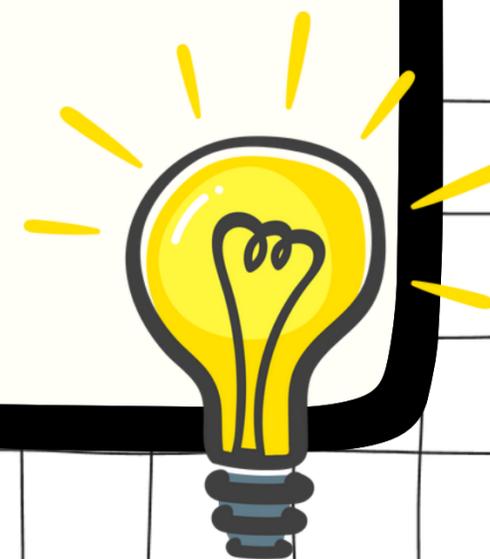


## **DCO0220 - Propriedade Intelectual e Acesso ao Conhecimento**

I - Ensaio sobre a marca de alto  
renome

II - Direito de autor no desenho  
industrial

III - Questões atuais na proteção dos  
direitos industriais



# I - Ensaio sobre a marca de alto renome, Mauricio Lopes de Oliveira

**01**

Introdução

**02**

O valor da marca  
de alto renome

**03**

A necessidade de  
proteção especial  
à marca de alto  
renome

**04**

Conclusão

## INTRODUÇÃO MARCA DE ALTO RENOME

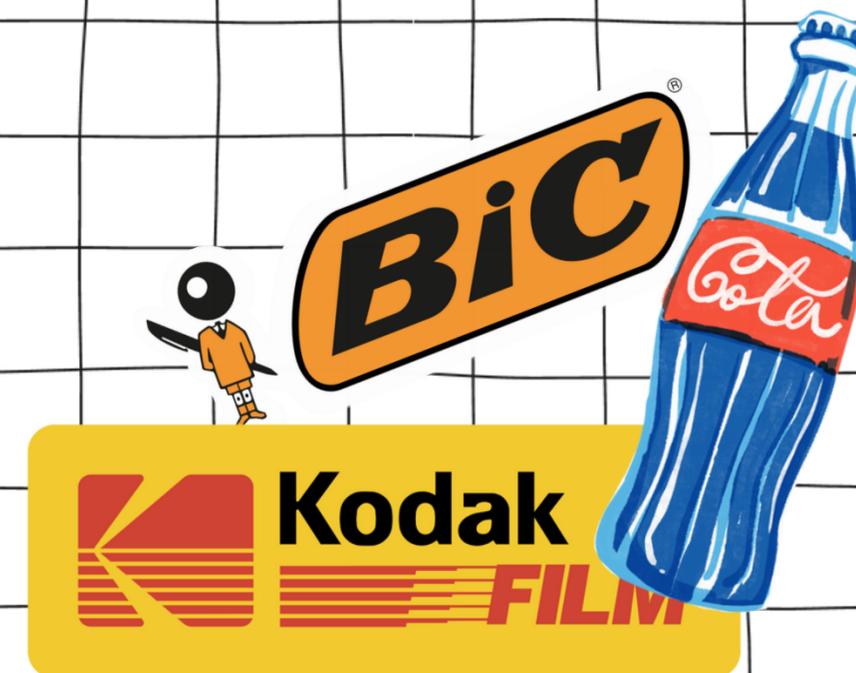
- Couto Gonçalves: a marca passa a ser de alto renome quando atinge uma função distintiva superior a certos serviços ou produtos. Assim, a marca torna-se parte da qualidade do próprio produto.
  - A marca que, por seu elevado grau de distintividade, possui maior grau de proteção, a qual abrange todos os ramos da atividade, ou seja, a marca de alto renome possui proteção ante terceiro que busque registrar essa marca, mesmo que em atividade diferente. Lei 9.279/76, em seu art. 125.
  - Exemplo: Coca-Cola; Barbie; Nike; Rolex.
  - Valor da marca é associado à função distintiva e à função publicitária, simultaneamente
    - a marca por si só tem valor, mas o tem pois remete ao produto original
    - divergência com alguns autores que consideram a marca célebre como um valor em si
- International Law Association: originalidade, caráter exclusivo e uso prolongado - através desses pontos, a marca identifica a empresa simbolizando sua atividade comercial

# INTRODUÇÃO MARCA DE ALTO RENOME

- Luiz Leonardos: a marca deve atender à sua imagem feita pelos consumidores.
  - “marca que tenha penetrado no espírito do consumidor”
  - Não se trata de quantidade de reconhecimento, mas sim de qualidade em sua reputação ante ao consumidor
- Originalidade e singularidade são facilitadores para o surgimento
  - Thomas D. Drescher: a singularidade auxilia a marca a tornar-se “myth-mark”, que, posteriormente, atinge o estado de alto renome, ao criar, no mercado, um ambiente de atração ao seu símbolo.
- Frederick W. Mostert ressalva que é uma questão de fato a marca ser conhecida ou não, por isso, deveriam ser adotados critérios para analisar caso a caso, tendo em vista a importância do reconhecimento para proteção de marcas de alto renome.
- Mesmo não havendo critérios legais, os parâmetros de Mostert auxiliam uma determinação menos subjetiva, apesar de não ser necessário provar o alto renome, pois “sente-se sua presença”
  - ressalta-se a força que o reconhecimento da marca ante a sociedade possui para a constatação do alto renome

## O Valor da Marca de Renome

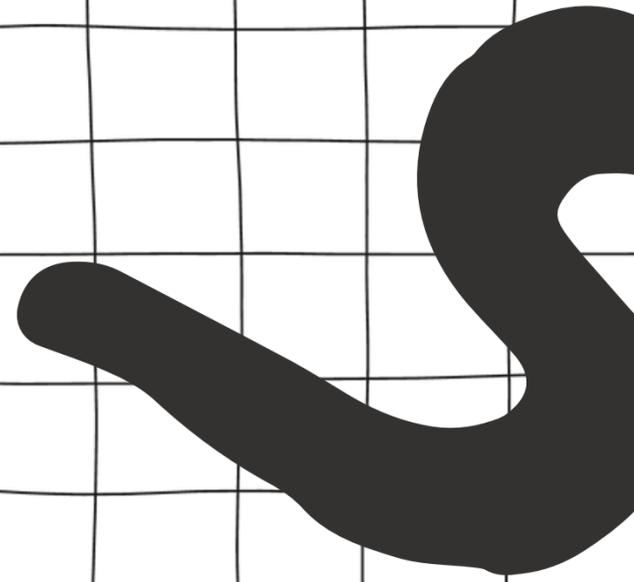
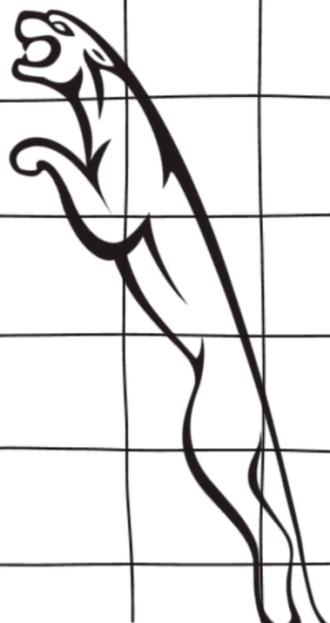
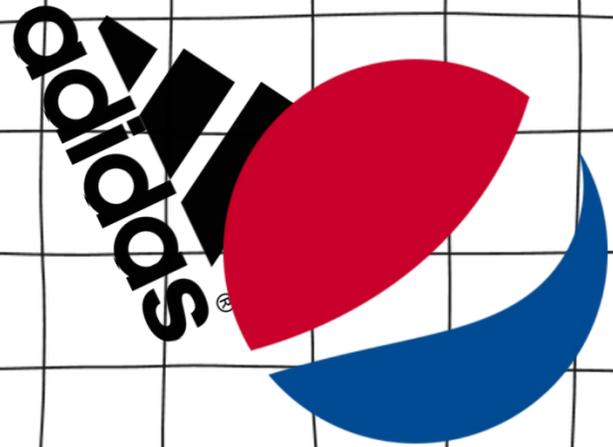
- Uma marca de alto renome inspira **CONFIANÇA** (que funciona como valor atrativo ao influenciar o consumidor no momento de sua escolha);
- A marca de renome tem um **FUNÇÃO DETERMINANTE NA VENDA DO PRODUTO**;
- Krayenbhl - snobisme: "o consumidor adquire um signo de renome para ser ostentado, utilizando-o para compor uma imagem supostamente superior;
- **A MARCA DE ALTO RENOME TEM UM VALOR SUPERIOR EM RAZÃO DA SUA FORÇA ATRATIVA**;
- **SEU VALOR É INCALCULÁVEL - IDENTIFICA A REPUTAÇÃO QUE A EMPRESA CRIOU**



**EM FUNÇÃO DO SEU VALOR  
A MARCA DE ALTO RENOME  
MERECE PROTEÇÃO  
ESPECIAL**

## A Necessidade da proteção especial à marca de Alto Renome

- Uma proteção mais ampla sobre as marcas de alto renome é uma necessidade reconhecida – Proteção legal diferenciada;
- O princípio da especialidade é excepcionado pela **NECESSÁRIA AMPLITUDE DA PROTEÇÃO À MARCA DE ALTO RENOME;**
- Artigo 125 da Lei 9.279/96:  
**Art. 125. À marca registrada no Brasil considerada de alto renome será assegurada proteção especial, em todos os ramos de atividade.**



## A NECESSIDADE DA PROTEÇÃO ESPECIAL À MARCA DE ALTO RENOME

## A USURPAÇÃO DA MARCA DE ALTO RENOME

- Risco de confusão sobre a origem dos produtos
- Diluição de seu poder atrativo

## A confusão sobre a origem

- Consumidor pode tomar um produto por outro quando uma mesma marca identifica artigos similares => com marca de alto renome, imagina-se que os artigos têm a mesma procedência
- Richard Branson: tendência de construção de marcas em torno de reputações, não mais produtos
- Quando marca de alto renome é reproduzida indevidamente, o público julgará encontrar no signo falso o respaldo do verdadeiro
- Jurisprudência, na maioria dos casos, descarta a regra da especialidade ao lidar com marcas de alto renome

## O risco de diluição

- O uso de uma marca célebre na identificação de produto distinto não causa prejuízo comercial imediato => o prejuízo se faz na diluição da marca através deste uso indesejado pelo legítimo titular do registro
- Redintegração: toda a lembrança particular, que reaparece na consciência, traz consigo o conjunto de lembrança de que faz parte
  - Inevitável associação pode gerar consequências nefastas para titular => diluição do valor publicitário, diminuição de seu poder de atração e lucro fácil para quem se aproveita deste signo

# CONCLUSÕES

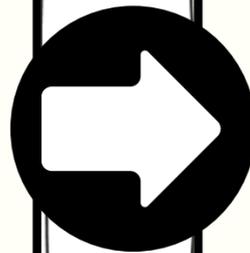
- Por via de regra, a exclusividade sobre a marca não é absoluta.
- O direito de propriedade é limitado;
- **PRINCÍPIO DA ESPECIALIDADE**

- **MARCA DE ALTO RENOME REPRESENTA EXCEÇÃO;**
- Merece atenção especial

Toda marca, para não colidir em todo ou em parte com marca de alto renome deve, necessariamente, ser absolutamente nova, independentemente dos produtos ou serviços que identifica.

# **Código da Propriedade Industrial**

Lei 5.772 de 1971



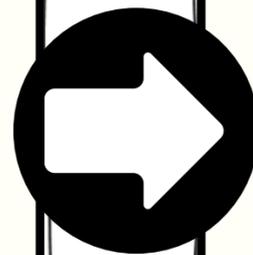
**A Lei da Propriedade Industrial** desempenha papel fundamental no que se refere à proteção e regulamentação da propriedade intelectual. Vejamos:

**Proteção de Inovações; Marcas;  
Desenhos Industriais.**

# **Código da Propriedade Industrial**

Lei 5.772 de 1971

•••



**Ainda, estimula a criatividade, bem como promove a proteção de investimentos, garantindo, assim, a propriedade de criações.**

**Inobstante, promove o fomento à Inovação e à Competição: ao fornecer proteção e incentivos legais para a criação e inovação, a Lei da Propriedade Industrial fomenta a concorrência e o desenvolvimento de novas tecnologias e produtos.**

**Texto Newton Silveira**

## **II - A FUSÃO DA ARTE E A INDÚSTRIA**



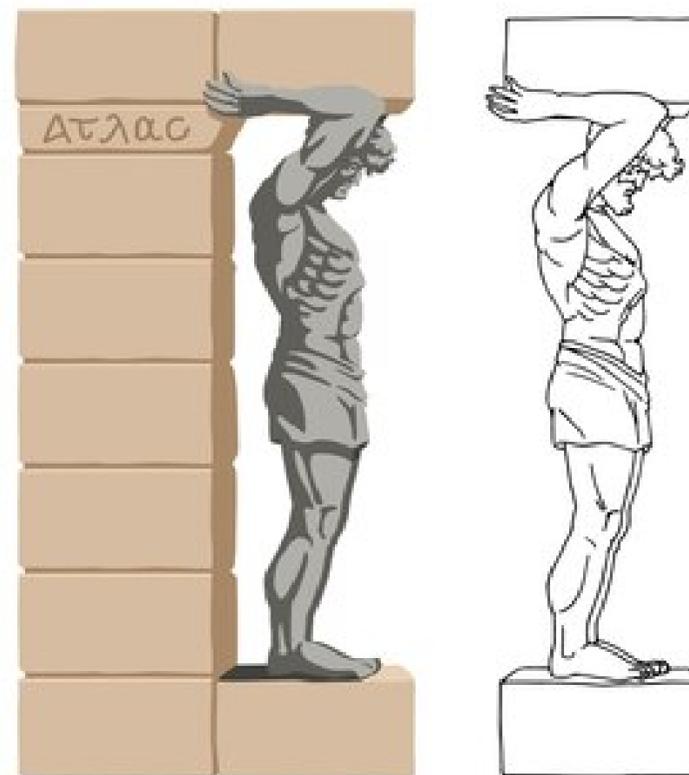
### **ARTE**

BELAS ARTES (ARTE)

ARTES DECORATIVAS (ARTESANATO)

ARTE EXPRESSIVA (DESIGN) - PRODUÇÃO EM SÉRIE

arte x trabalho (Marx)



## ARTE

A revolução industrial trouxe ao arquiteto a preocupação de restabelecer a harmonia entre arquitetura e indústria, devido a transição entre artesanato e fabricação em série.

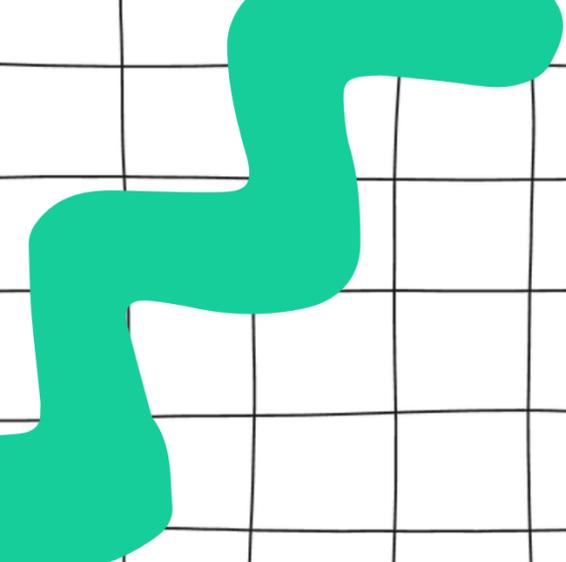
A arte competindo e não competindo com o ritmo industrial --> Mudança de pensamento, como, por exemplo, a percepção da possibilidade de atribuir valor estético aos objetos de uso diário, produzidos em série, além de experiências no campo gráfico-visual.

As inúmeras possibilidades de gerar e reproduzir diferentes padrões, surgiu uma notável facilidade em se reproduzir os padrões criados, o que ocasionou um problema que hoje popularmente se chama pirataria.

“O arquiteto é em primeiro lugar um coordenador, um homem de visão e competência profissional, com a tarefa de solucionar harmonicamente os vários problemas sociais, técnicos, econômicos e artísticos que surgem em conexão com a construção. O arquiteto deve conhecer a influência da industrialização, bem como pesquisar e explorar as novas relações ditadas pelo desenvolvimento social e científico.”





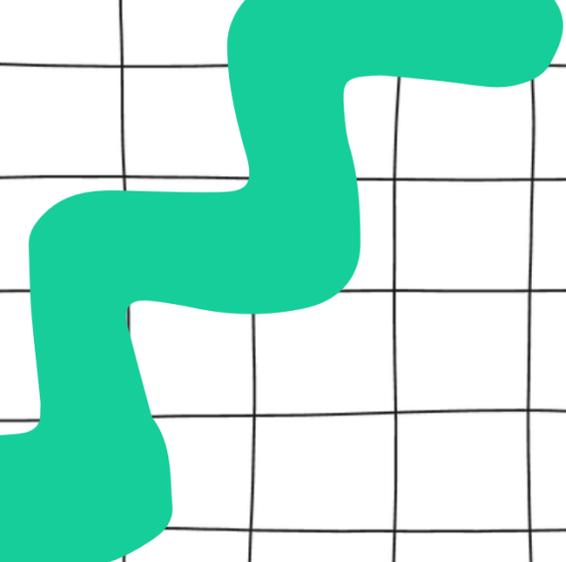


## Texto Newton Silveira

### III - FUNCIONALIDADE E ESTÉTICA

#### Considerações gerais

- O design industrial contemporâneo une funcionalidade e estética, superando a antiga separação entre esses conceitos.
- A Bauhaus desempenhou um papel crucial ao quebrar as barreiras entre arte e indústria, tornando a arte um aspecto público e prático da vida.
- A Exposição Universal de Londres em 1851 marcou o início da exploração das possibilidades estéticas e funcionais da produção em série.
- O reconhecimento da importância da estética no design industrial remonta ao século XIX, destacando a necessidade de proteger os desenhos industriais.
- As exposições de 1889 e 1902 revelaram o esforço da indústria em direção a uma beleza funcional, transformando a apreciação das artes úteis.
- A busca por funcionalidade eficiente e estética está presente na arquitetura e no mobiliário, unindo arte, ciência e técnica em uma única realidade e desafiando a separação legislativa.

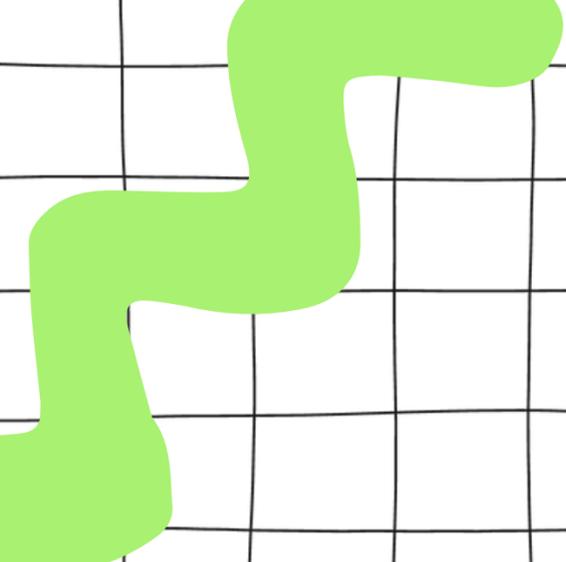


## Texto Newton Silveira

### IV - ESTÍMULO AO DESENHO INDUSTRIAL BRASILEIRO

#### Considerações gerais

- Dependência da indústria brasileira em relação a criações de artistas estrangeiros
  - Campanha de Defesa do Artista Nacional em 1972
- Surgimento da profissão de “Designer”
- Falta de Desenho Autóctone e Incentivo
- Desafios Legais e Limitações na Legislação
  - Falta de uma legislação abrangente e eficiente
- Crítica ao Sistema de Patentes
  - Alto custo, demora no processo e discussões de cessões em casos de vínculos empregatícios
- Criação do Núcleo de Desenho Industrial (NDI)

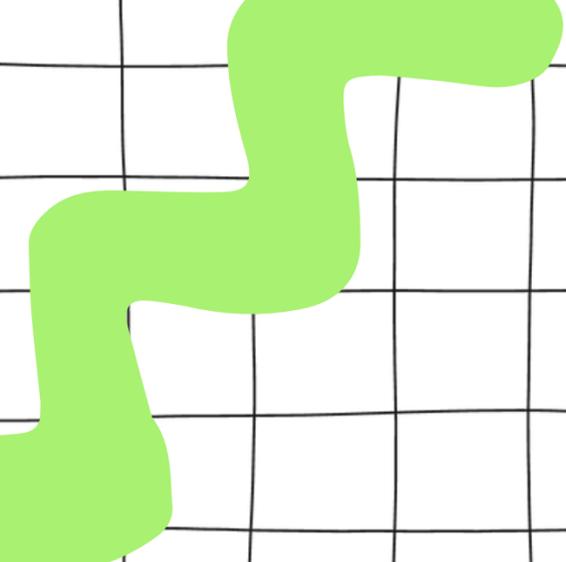


● ● ●

**Texto Gabriel Di Blasi**

**QUESTÕES ATUAIS NA  
PROTEÇÃO DOS  
DESENHOS  
INDUSTRIAIS**

- Desenho Industrial é um tipo de criação intelectual que se relaciona com o design do produto, tornando-o ímpar
- Há diferentes definições dos Desenhos Industriais, bem como diferenças nos prazos e no escopo de proteção --> com a globalização tornou-se claro a ausência de padrões coerentes para a proteção dos DI.
- Grande importância dessa espécie de proteção da propriedade intelectual, pela crescente tendência de proteção de imagens de computadores (ícones, fontes, interfaces gráficas) --> leva a necessidade de harmonização das leis nos diferentes países a fim de reduzir as incertezas



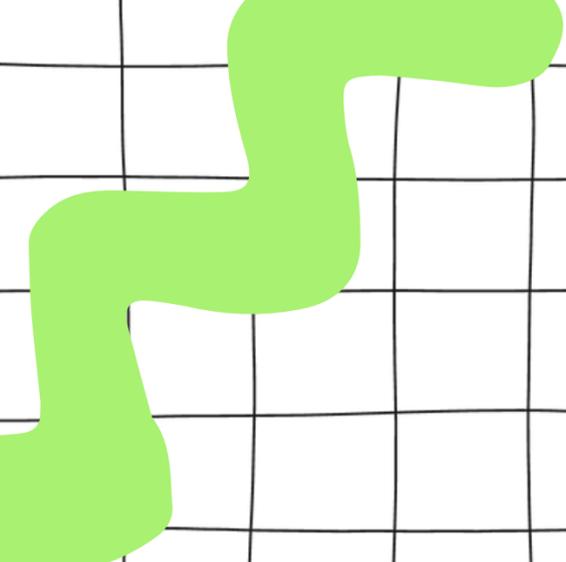
● ● ●

**Texto Gabriel Di Blasi**

**QUESTÕES ATUAIS NA  
PROTEÇÃO DOS  
DESENHOS  
INDUSTRIAIS**

Regimes de proteção e exame substantivo

- Direito autoral, direito *sui genesis* de registro de desenho, direito *sui genesis* de direitos não registrados e leis nacionais
- Brasil, Argentina e Itália: sem exame substantivo
- Japão e Canadá: com exame substantivo
- Constatam com sistema de desenho não registrados (responsabilidade e repressão da concorrência desleal) - parecido com autoral (RU)
- Algumas leis nacionais olhar anterioridade (EUA, Japão, Canadá)
- No Brasil sistema de registro, mas não necessariamente com exame (pela lei 9279/96 só é obrigatório o exame antes de audiência judicial)
- Na Austrália qualquer pessoa pode pedir que seja feito o exame pós-registro.

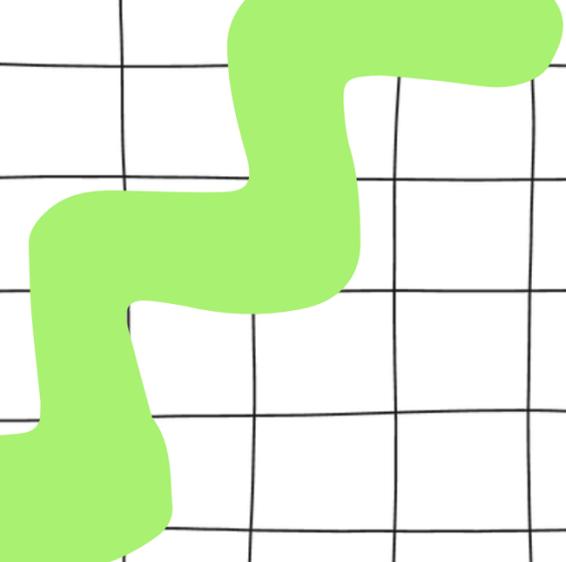


**Texto Gabriel Di Blasi**

**QUESTÕES ATUAIS NA  
PROTEÇÃO DOS  
DESENHOS  
INDUSTRIAIS**

Prazo

- Varia de 10 a 25 anos no sistema de proteção
- Japão: 15 anos da data do registro
- Austrália: 10 anos
- Reino Unido: 5 anos, com renovação de mais 5 anos, limite de 25 anos.
- Brasil: art.106 Lei 9279/96, prazo de 10 anos, renováveis por mais 5, limite de 25 anos.
- EUA: 14 anos a partir da concessão
- Tendência: 10 com renovação de 5, máximo de 25 anos.



**Texto Gabriel Di Blasi**

**QUESTÕES ATUAIS NA  
PROTEÇÃO DOS  
DESENHOS  
INDUSTRIAIS**

Variações do Desenho Industrial

- Leis nacionais
- RU: variação conjunta
- Canadá: variação livre
- EUA: “variantes óbvias” (mesmo conceito)
- Brasil: até 20 variantes
- Acordo de Haia: múltiplos dispositivos (Classificação de Locarno)

# QUESTÕES ATUAIS NA PROTEÇÃO DOS DESENHOS INDUSTRIAIS



No Brasil, o depositante poderá requerer o sigilo por um período de 180 dias

Algumas legislações reconhecem o DI para produtos artesanais. No Brasil, o artesanato é protegido apenas por direito autoral

## A proteção dos desenhos industriais

*Art. 95. LPI Considera-se desenho industrial a **forma plástica ornamental de um objeto ou o conjunto ornamental de linhas e cores** que possa ser aplicado a um produto, proporcionando **resultado visual novo e original** na sua **configuração externa** e que possa servir de tipo de **fabricação industrial**.*

- Legislação brasileira restringe a proteção ao resultado visual externo resultante da combinação de linhas, cores, formas, que confere ao produto resultado novo e original.
- Há diferentes definições conforme cada país, bem como diferentes requisitos para depósito --> falta harmonização

## Requisitos para depósito e publicação

- Considerando o fim de harmonizar os padrões, a solução preferível seria que os depositantes apresentassem apenas uma clara representação do desenho, mostrando suas características relevantes e uma declaração de novidade, na qual o depositante especifica o que deseja proteger

## QUESTÕES ATUAIS NA PROTEÇÃO DOS DESENHOS INDUSTRIAIS

# Proteção cumulativa

- Dupla proteção: obra de arte e aplicação industrial;
- Brasil: possibilidade de proteger o desenho industrial pelo direito autoral, regime sui generis de proteção para os desenhos industriais e proteção por marcas;
- Proteção nos EUA, Suíça e UK;

## Escopo de proteção

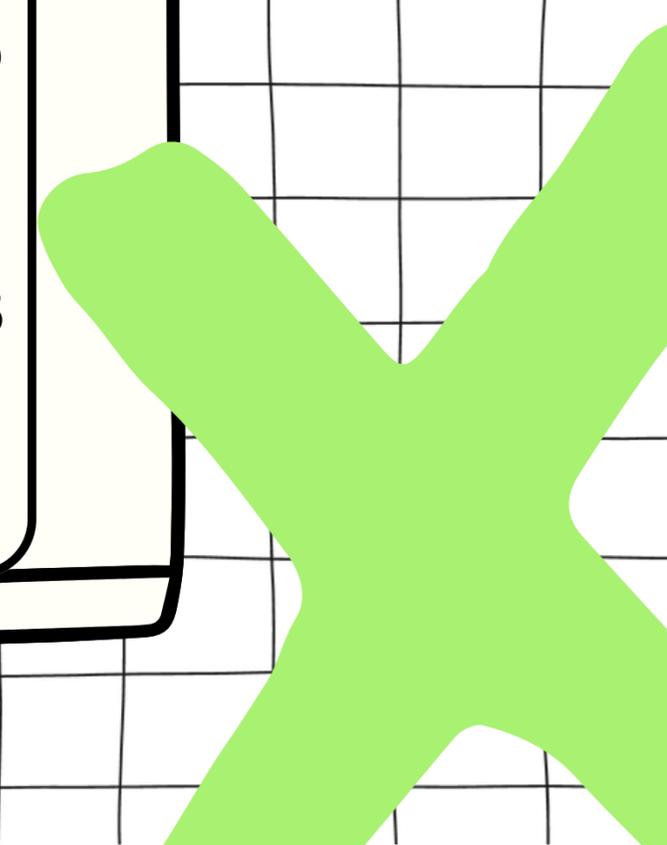
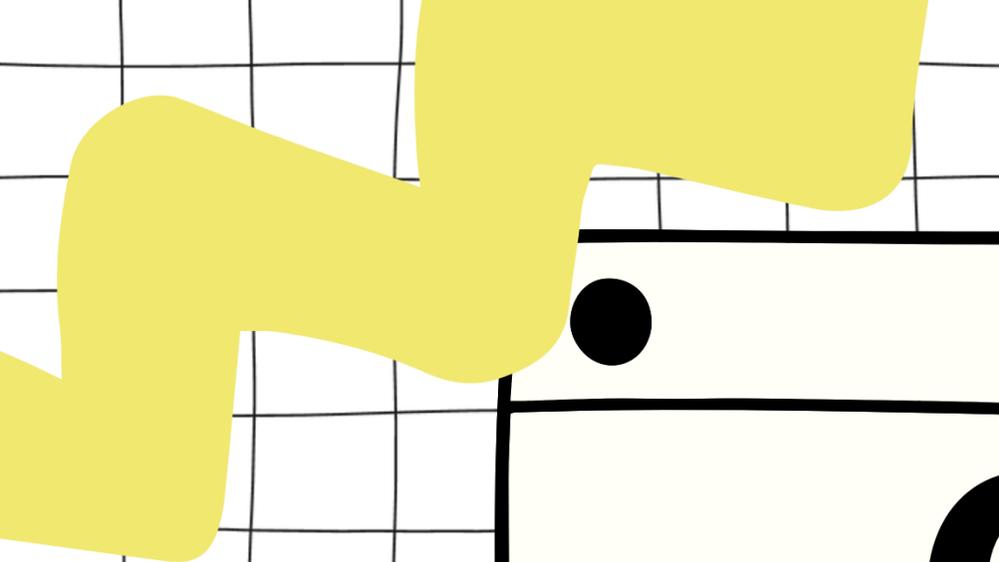


- *O escopo de proteção conferido pelo desenho varia de acordo com a legislação do país;*
- *Diretiva europeia: Desde que "não produza no usuário informado uma impressão global diferente";*
- *Japão: Direitos ao desenho e aos desenhos semelhantes;*
- *Brasil: Relacionado aos desenhos definidos no respectivo registro de desenho industrial, direitos iguais aos da patente.*

## Novas tecnologias



- *Brasil: a tendência recente é no sentido de estender a proteção do desenho industrial para as novas tecnologias, tais como web designs (ícones, fontes tipográficas e interfaces gráficas);*
- *Europa: a proteção dos símbolos gráficos e fontes tipográficas são permitidas, mas estão excluídos os programas de computador dessa proteção;*



# Obrigado

## Grupo 9:

Bruna L. Gerola - 11283803  
Fernando A. Teixeira - 7604034  
Gabriel F. Silva - 11817206  
Giulia S. Pereira - 13639365  
Gustavo Cunha 11884327

Kai Fugiwara Yang - 13639070  
Marco A. G. e Amaral - 136392155  
Raíssa A. S. Martins 13639351  
Osvaldo A. M. Aguiar - 13859493  
Paula Yuri M. Bulgarelli - 4843363  
Michel Reis - 13729601