



**Centro Universitário de Brasília  
Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais**

**NATHALIA MÜHLETHALER VIDIGAL**

**A CONTRAFAÇÃO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL E SEUS  
REFLEXOS NO MERCADO DE LUXO: REPERCUSSÃO JURÍDICA E  
POLÍTICAS DE COMBATE**

**Brasília**

**2014**

**NATHALIA MÜHLETHALER VIDIGAL**

**A CONTRAFAÇÃO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL E SEUS  
REFLEXOS NO MERCADO DE LUXO: REPERCUSSÃO JURÍDICA E  
POLÍTICAS DE COMBATE**

**Monografia apresentada como  
requisito para conclusão do curso de  
Bacharelado em Direito pela Faculdade  
de Ciências Jurídicas e Sociais do  
Centro Universitário de Brasília –  
UniCEUB.**

**Orientador: Prof. André Pires Gontijo**

**Brasília  
2014**

**NATHALIA MÜHLETHALER VIDIGAL**

**A CONTRAFAÇÃO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL E SEUS  
REFLEXOS NO MERCADO DE LUXO: REPERCUSSÃO JURÍDICA E  
POLÍTICAS DE COMBATE**

**Monografia apresentada como  
requisito para conclusão do curso de  
Bacharelado em Direito pela Faculdade  
de Ciências Jurídicas e Sociais do  
Centro Universitário de Brasília –  
UniCEUB.**

**Orientador: Prof. André Pires Gontijo**

**BRASÍLIA, ABRIL DE 2014**

**BANCA EXAMINADORA**

---

**Prof<sup>a</sup>. Alice Rocha da Silva**

---

**Prof. André Pires Gontijo**

---

**Prof. José Rossini Campos do Couto Corrêa**

*A todos aqueles que foram indispensáveis  
à minha formação e conclusão do  
presente trabalho, em especial meus pais,  
Alexandre e Simone Vidigal.*

## RESUMO

O presente trabalho visa abordar o tema da contrafação de grandes marcas, sobretudo daquelas que se inserem no exclusivo mercado de luxo. Para isso, inicia com uma abordagem geral da Propriedade Intelectual, objeto violado pela prática da contrafação, diferenciando e explicando os termos *Direito Autoral* e *Propriedade Industrial*, bem como os termos *pirataria* e *contrafação*. Neste contexto, faz uma análise do mercado de luxo e de seus consumidores, como se motivam a comprar os produtos das marcas de luxo e por que optam pela compra de produtos contrafeitos. Demonstra que essa prática traz diversos efeitos nocivos em diferentes áreas da sociedade, como a social, econômica e política. Com uma breve exposição de diferentes abordagens do tema, analisa a repercussão jurídica no combate à contrafação, elucidando as leis no âmbito civil, penal, nacional ou internacional que asseguram às marcas o direito de propriedade sobre seus produtos, e punindo assim os responsáveis pela contrafação. Ao final, conclui que ainda há muito a se fazer sobre o tema, visto que as políticas que existem atualmente para reduzir e eliminar essa prática não são, todavia, ainda suficientes para um combate efetivo.

Palavras-chave: Propriedade Intelectual. Contração. Mercado de luxo.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	7
<b>1 A PROPRIEDADE INTELECTUAL</b> .....	10
1.1 PREMISSAS TEÓRICAS .....	10
1.2 ARCABOUÇO HISTÓRICO – BREVES CONSIDERAÇÕES.....	12
1.3 ELUCIDAÇÃO TEMÁTICA .....	18
1.3.1 <i>Direito Autoral</i> .....	19
1.3.2 <i>Propriedade Industrial</i> .....	21
1.4 A VIOLAÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL .....	27
1.4.1 <i>Pirataria</i> .....	28
1.4.2 <i>Contrafação</i> .....	29
<b>2 GRANDES MARCAS E CONTRAFAÇÃO</b> .....	32
2.1 A IMPORTÂNCIA DA MARCA .....	34
2.2 O MERCADO DE LUXO.....	38
2.3 A ESCOLHA DO CONSUMIDOR.....	40
2.4 EFEITOS NOCIVOS DA CONTRAFAÇÃO .....	42
2.4.1 <i>Dimensão Social</i> .....	42
2.4.2 <i>Dimensão Econômica</i> .....	45
2.4.3 <i>Dimensão Política</i> .....	47
<b>3 REPERCUSSÃO JURÍDICA E POLÍTICAS DE COMBATE À CONTRAFAÇÃO</b> .	49
3.1 ILÍCITO CÍVEL .....	49
3.2 ILÍCITO PENAL.....	52
3.3 NORMAS PROTETIVAS .....	57
3.3.1 <i>Internacionais</i> .....	58
3.3.2 <i>Nacionais</i> .....	62
3.4 A AÇÃO DO ESTADO.....	64
<b>CONCLUSÃO</b> .....	70
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	71

## INTRODUÇÃO

As frequentes e cada vez mais diversificadas demandas de consumo nas últimas décadas resultaram em um grande e concomitante desenvolvimento da multiplicidade de produtos, com acentuado implemento da atividade comercial, dos processos de produção e das relações de consumo.

No amplo e imensurável processo de desenvolvimento econômico da sociedade, a concorrência passou a ser um elemento de permanente e quase inafastável presença nas relações comerciais. Para se enfrentar a disputa do mercado de consumo, e se criar uma relação de seletividade e confiança com o consumidor, passou-se a agregar aos produtos alguns elementos diferenciadores dos demais, de regra associados à qualidade do bem e ao público a que se destina, e disso resultando uma relação de credibilidade traduzida pela marca do produto, e que é a sua imagem projetada na relação de consumo.

Como as relações na sociedade não circundam apenas no ambiente das relações lícitas, éticas e honestas, a concorrência de mercado também sofre com a deslealdade dos atores deste cenário, e que buscam, com fins econômicos, reproduzir certos produtos que já têm uma imagem de credibilidade no mercado, e associados a uma marca, mas sem que o façam nem mesmo com os mínimos critérios considerados para associar determinado produto a certa marca.

Muito comum neste desvirtuamento comercial é a prática da falsificação de produtos de marca de luxo. Por seus elevados valores, de aquisição reservada a uma clientela muito reduzida na sociedade, mas objeto de desejo de muitos que não podem adquiri-los, esses produtos tornam-se alvo fácil da reprodução desautorizada e falsificada, colocando em risco a imagem que a marca tem no mercado associada a ideias de seletividade, credibilidade e qualidade.

E é exatamente sob este aspecto da falsificação de marcas de luxo, e as consequências que esta prática acarreta na sociedade, sob o ângulo econômico, social e político que a presente monografia se desenvolverá.

A abordagem do tema desta monografia vincula-se de modo específico no âmbito da tecnicamente denominada “contrafação”, que está atrelada à ideia do falso da propriedade industrial, sendo que esta propriedade industrial, juntamente

com o direito autoral, formam o tema mais amplo da propriedade intelectual, e que visa à proteção aos direitos pessoais e patrimoniais de criação, ou seja, “reflete a ideia de que se protegem os direitos do pensamento, sendo uma concepção mais humanista”<sup>1</sup>, mas que também “ênfatiza a ideia de monopólio, sendo entendido como um direito exclusivo”<sup>2</sup>.

A escolha do tema deu-se em razão do interesse por questões de relações de consumo, tanto por sua abordagem no campo do direito empresarial e econômico, como do direito do consumidor, e de alcance nacional e internacional. Assim, traduz-se como destacada matéria do interesse coletivo, a revelar, em consequência, tratar-se de tema bastante atual, e daí a oportunidade do seu estudo no ambiente acadêmico.

Aspecto importante quanto ao tema é a constatação de que, de regra, a contrafação resulta de todo um sistema que transita pela clandestinidade, em um conjunto de ações notadamente ilícitas, a alcançarem violações jurídicas no campo civil, laboral, comercial, do consumidor, tributário e criminal, e que bem revela seu amplo espectro de uma atividade que se desenvolve às margens da sociedade organizada.

No contexto, cabe indagar: Existe a contrafação de propriedade intelectual no mercado luxo? Quais seriam os seus reflexos? Existe amparo legal no intuito de combater a prática?

Observa-se assim, na leitura a seguir, que estas questões podem ser respondidas de forma positiva, com a demonstração dos reflexos da contrafação no mercado de luxo, bem como de ampla legislação em diferentes áreas do direito que se envolvem com o tema.

Desta forma, o primeiro capítulo discorre sobre o conceito de propriedade intelectual, seus diferentes ramos e também suas formas de violação. Importante advertir, já neste início, que tem sido comum a utilização tanto do termo “contrafação” como do termo “pirataria” para identificar a mesma ideia de falso. Na

---

<sup>1</sup> MARINHO, Maria Edelvacy Pinto. A propriedade intelectual na OMC. *Revista do programa de mestrado em Direito do UniCEUB*, Brasília, v. 2, n. 2, p.136-153, jul./dez. 2005.

<sup>2</sup> *Ibidem*.

verdade, tais termos não se confundem, sendo a “pirataria” e a “contrafação” ocorrências distintas, cada qual com peculiaridades próprias conforme mais adiante será explicitado nesse trabalho.

Já no segundo capítulo, a abordagem da contrafação se volta especificamente para o mercado de luxo, mostrando o comportamento de seus consumidores e os efeitos nocivos que a prática pode trazer à sociedade.

Por fim, o terceiro capítulo elucida as normas legais que amparam a propriedade intelectual, tanto no âmbito nacional quanto no âmbito internacional, além das políticas que o Estado promove para alcançar o seu combate.

Com essa breve apresentação fica o convite para a leitura deste trabalho, e que busca oferecer alguma contribuição sobre o tema, principalmente para esclarecer alguns de seus institutos que ainda muito se confundem.

## 1 A PROPRIEDADE INTELECTUAL

O presente trabalho gira em torno da contrafação de Propriedade Intelectual e especificamente os efeitos que gera no mercado de luxo. Para uma melhor compreensão do tema apresentado é importante diferenciar termos técnicos essenciais, como a distinção entre Propriedade Intelectual, Propriedade Industrial e Direito Autoral. Desta forma, faz-se necessário primeiramente traçar um quadro geral sobre os principais aspectos a serem analisados, bem como uma breve abordagem histórica, para que assim seja possível compreender os seus reflexos e como se situa o tema na atualidade.

### 1.1 PREMISSAS TEÓRICAS

A Propriedade Intelectual é definida pela Organização Mundial da Propriedade Intelectual - OMPI - como

a união dos direitos das obras literárias, artísticas e científicas, interpretações e execuções dos artistas, fonogramas, emissões de radiofusão, toda e qualquer invenção da atividade humana, descobertas científicas, desenhos e modelos industriais, marcas industriais, comerciais e de serviço, firmas e denominações comerciais, proteção contra a concorrência desleal, bem como todos os direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico<sup>3</sup>.

Conforme explica Sherwood, a Propriedade Intelectual alcança tanto o campo das ideias, expressões criativas e invenções como o campo da vontade de conferir propriedade a esses produtos da mente, além de abranger a proteção a ela conferida<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. *Convention Establishing the World Intellectual Property Organization*, 1967. Disponível em: <[http://www.wipo.int/treaties/en/convention/trtdocs\\_wo029.html](http://www.wipo.int/treaties/en/convention/trtdocs_wo029.html)> Acesso em: 06 set. 2013.

<sup>4</sup> SHERWOOD. Robert M. *Propriedade intelectual e desenvolvimento econômico*. São Paulo : Editora da Universidade de São Paulo, 1992. p. 21 e 22.

Assim, entende-se a Propriedade Intelectual como um direito, devendo obter um amparo legal conferido às ideias e invenções criativas e que geram obras que devem ser resguardadas pela própria propriedade intelectual<sup>5</sup>.

Em referência ao momento em que se cria, João da Gama Cerqueira elucida que:

O autor de trabalhos literários ou de obras de arte, o compositor de peças musicais, o sábio que escreve sobre assuntos científicos ou se entrega a investigações da mesma natureza, o inventor de novos produtos ou novos processos e aplicações industriais, o artífice que cria novas formas para o embelezamento dos produtos da indústria, assim como o escritor, o professor, o jornalista, o orador, o pregador, os que exercem profissões liberais, todos enfim, que se dedicam a qualquer atividade intelectual, adquirem direito exclusivo sobre suas produções, independentemente do maior ou menor valor artístico, científico ou industrial que apresentem ou do modo de sua produção<sup>6</sup>.

Di Biasi, Mario Garcia e Paulo Parente conceituam a propriedade intelectual como “o direito de uma pessoa sobre um bem imaterial”, que é estabelecido por regras que regem a propriedade intelectual sob certos parâmetros<sup>7</sup>.

O campo da Propriedade Intelectual é delimitado por De Plácido e Silva conforme assinalado no trecho a seguir:

Genericamente, a qualificação intelectual se refere a toda espécie de propriedade, que se origina ou provenha de qualquer concepção ou produto da inteligência, para exprimir o conjunto de direitos, que competem ao intelectual (escritor, artista ou inventor) como autor da obra imaginada, elaborada ou inventada. Assim, não se designa como propriedade intelectual somente a que se tem sobre a obra literária, científica, filosófica ou artística, mas toda concepção produzida pelo cérebro humano, da qual possa resultar uma exploração comercial ou uma vantagem econômica, tal como as invenções<sup>8</sup>.

---

<sup>5</sup> SHERWOOD, Robert M. *Propriedade intelectual e desenvolvimento econômico*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1992. p. 21 e 22.

<sup>6</sup> CERQUEIRA, João da Gama. *Tratado de propriedade industrial*. 2.ed. São Paulo : Revista dos Tribunais, 1982. v.1, p. 49.

<sup>7</sup> DI BIASI, Gabriel; GARCIA, Mauro S.; MENDES, Paulo Parente M. *A propriedade industrial*. Rio de Janeiro: Forense, 1998. p. 16.

<sup>8</sup> SILVA, De Plácido e. *Vocabulário jurídico*. Ed. Universitária. Rio de Janeiro: Forense, 1987.p. 479.

Em razão disso, observa-se que não só das obras advindas das ideias trata a proteção da Propriedade Intelectual, como também daqueles produtos que resultem do pensamento humano que possam ser explorados comercialmente com o intuito de se obter vantagem econômica, como é o caso das mercadorias inseridas no mercado de luxo, objeto do presente trabalho.

Quanto à tutela estatal da Propriedade Intelectual, cabe mencionar a teoria do *market failure*, e que explica que a intervenção do Estado, ao conferir a proteção às obras literárias, não fere o princípio do Estado Liberal da livre concorrência, pois neste caso o que se faz é garantir o equilíbrio do mercado, na medida em que, caso não houvesse essa proteção, seria possível copiar livremente. Assim, essa proteção é uma garantia da exclusividade coibindo o abuso de práticas como a contrafação<sup>9</sup>.

## 1.2 ARCABOUÇO HISTÓRICO – BREVES CONSIDERAÇÕES

Na antiguidade, era desnecessária a preocupação com a proteção da Propriedade Intelectual, pois à época não havia meios tecnológicos suficientes que permitissem a reprodução de cópias de obras intelectuais originais<sup>10</sup>.

Como explicam Di Biasi, Garcia e Mendes “Os artistas, principalmente os escritores, não possuíam qualquer tipo de privilégio ou proteção para suas obras, podendo estas ser livremente copiadas ou reproduzidas sem a autorização do autor”<sup>11</sup>.

Na tentativa de explicação da evolução histórica da proteção da produção inventiva, Robert Sherwood aponta para formas pré-estatais e antigas de atribuição de status de propriedade a esses produtos<sup>12</sup>.

---

<sup>9</sup> BARBOSA, Denis Borges. Propriedade intelectual: da Convenção de Paris ao patamar do novo milênio. *Revista ABPI*, n 52, mai./jun. 2001. p. 40.

<sup>10</sup> VIANNA, Túlio Lima. *A ideologia da propriedade intelectual: a inconstitucionalidade da tutela penal dos direitos patrimoniais de autor*, 2006. Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/8932>>. Acesso em: 09 set. 2013.

<sup>11</sup> DI BIASI, Gabriel; GARCIA, Mauro S.; MENDES, Paulo Parente M. *op. cit.* p. 3.

<sup>12</sup> SHERWOOD, Robert M. *Propriedade intelectual e desenvolvimento econômico*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1992. p. 26.

O autor cita o exemplo dos ceramistas e talhadores de pedra que, já há séculos atrás, distinguiam suas obras nas comunidades com marcas individuais. Lembra também que durante o período medieval europeu as corporações de ofício defendiam, contra todos, os seus métodos de trabalho<sup>13</sup>.

Entretanto, a primeira forma de proteção à propriedade se deu com o surgimento da imprensa, já ao final do século XV, pois, a partir de então, surgiu a possibilidade de reprodução de cópias. Nessa época é que surge a proteção legal também às marcas, como um meio de garantir aos produtores originais que não fossem usadas por outros as marcas que a eles pertenciam<sup>14</sup>.

Com a Revolução Industrial o problema se agravou, em razão da possibilidade da reprodução em série dos produtos criados. Explica Goyanes:

Mais recentemente, a Revolução Industrial, iniciada na Inglaterra na segunda metade do século XVIII, implicou a passagem da forma de produção artesanal para industrial, com a utilização das máquinas, o que fez aparecer a possibilidade de enriquecimento através da reprodução em larga escala dos exemplares criados. A tecnologia passou a permitir a reprodução em série, e a economia atentou para a necessidade de elaboração de direitos exclusivos sobre a materialização das ideias de produção e reprodução de bens, com o fim imediato de incentivar o criador, protegendo-o de forma adequada e, conseqüentemente, expandindo o desenvolvimento do país em todos os aspectos<sup>15</sup>.

Em razão do crescimento do comércio internacional, muitos países se viram obrigados a se reunir para elaborar normas que tivessem vigência em todo o mundo. Assim, em 1883, foi editada a Convenção da União de Paris<sup>16</sup>.

Tal Convenção dispôs como princípio o de que os cidadãos de todos os países membros da União teriam seus direitos de propriedade assegurados no restante dos países membros, independente do setor a ser empregado, bem como o fato de que uma pessoa que detivesse os direitos de uma determinada marca em

---

<sup>13</sup> SHERWOOD, *op. cit.* p. 27.

<sup>14</sup> *Ibidem*.

<sup>15</sup> GOYANES, Marcelo. *Tópicos em propriedade intelectual: marcas, direitos autorais, designs e pirataria*. Rio de Janeiro: Renovar, 2008. p. 4.

<sup>16</sup> *Ibidem*.

seu país teria prioridade no registro da mesma nos demais países membros da Convenção<sup>17</sup>.

Na mesma linha, teve lugar a Convenção da União de Berna, em 1886, com o intuito de estabelecer a proteção de obras artísticas e literárias, também de abrangência internacional, baseando-se nos mesmos princípios da Convenção de Paris<sup>18</sup>.

Originada das Convenções de Paris e de Berna, encontra-se a Organização Mundial de Propriedade Intelectual – OMPI, estabelecida na Convenção de Estocolmo no ano de 1967, e que entrou em vigor apenas em 1970. Como objetivo principal, a OMPI visa “promover a proteção da propriedade intelectual no mundo através da cooperação entre os Estados, estimulando e induzindo a criação de novos tratados internacionais e a modernização das legislações internas”<sup>19</sup>.

Já em 1982, foi apresentada pelos Estados Unidos uma proposta para usar o Acordo Geral de Tarifas e Comércio (General Agreement on Tariffs and Trade – GATT) como um instrumento de combate à contrafação por meio da uniformização do tratamento alfandegário a respeito dos produtos contrafeitos. Tempos depois as negociações sobre o tema resultaram no acordo Agreement on Trade – Related Aspects of Intellectual Property Rights, o TRIPS, que consolidou a negociação da Propriedade Intelectual na OMC<sup>20</sup>, promulgado no Brasil pelo Decreto 1.355/94 e cujos objetivos e efeitos serão abordados mais adiante<sup>21</sup>.

No Brasil, a história da Propriedade Industrial se deu logo com o seu surgimento como país. Em seus primórdios, já havia um incentivo à indústria nacional, livrando-a de certa forma da dependência portuguesa, com o

---

<sup>17</sup> SHERWOOD, Robert M. *op. cit.* p. 28.

<sup>18</sup> SHERWOOD, Robert M. *op. cit.* p. 33.

<sup>19</sup> SANTOS, Onélio Luis S. *Considerações sobre a propriedade intelectual no processo de globalização mundial e integração regional com uma sucinta abordagem sobre sua proteção no Mercosul e no Brasil, 2007.* Disponível em: <<http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/22271-22272-1-PB.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2013.

<sup>20</sup> MARINHO, Maria Edelvacy Pinto; VARELLA, Marcelo Dias. A propriedade intelectual na OMC. *Revista do programa de mestrado em Direito do UniCEUB*, Brasília, v. 2, n. 2, p.136-153, jul./dez. 2005.

<sup>21</sup> BARBOSA, Denis Borges. *Propriedade intelectual: a aplicação do acordo TRIPS*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003. p. 1 e 4.

estabelecimento de medidas como o “primeiro sistema de patentes de invenção – só para as indústrias estabelecidas no País – preferências nas compras do Estado, subvenção direta ao setor têxtil e isenção de tarifa para bens importados para produção industrial local”, como explica Denis Barbosa<sup>22</sup>.

Assim, o Brasil foi um dos pioneiros na elaboração de uma lei de proteção da Propriedade Industrial<sup>23</sup>, com a edição da lei de patentes, no ano de 1809, sendo este o primeiro Plano de Desenvolvimento Econômico do país<sup>24</sup>.

Com a chegada da Corte ao Brasil, o desenvolvimento industrial passou a ser um objetivo, e por esta razão foi traçado um Plano que se fundou primeiramente na eliminação de impostos incidentes sobre a importação de certos insumos, e que também teve como base o controle das compras estatais que, por fim, resultou em diversas formas de incentivar o desenvolvimento tecnológico por meio de patentes industriais, objetivando a vinda de novas indústrias ao Brasil<sup>25</sup>.

No entanto, apesar da elaboração de medidas protetivas, foi somente com o advento da Constituição de 1824 que essa proteção passou a se dar de fato. A Carta Maior, à época, elucidava que “os inventores terão a propriedade de suas descobertas ou das suas produções. A lei lhes assegurará um privilégio exclusivo temporário ou lhes remunerará em ressarcimento da perda que hajam de sofrer pela vulgarização”<sup>26</sup>. Observa-se, portanto, neste trecho da lei, que já se falava em uma proteção concreta à Propriedade Industrial, evitando que os detentores da propriedade fossem possíveis vítimas de violações das suas descobertas e produções<sup>27</sup>.

Ainda nesse sentido, visando a efetivação dessa proteção descrita, foi promulgada a Lei de 28 de agosto de 1830, inserida no contexto da Constituição acima referida, e que objetivava garantir ao descobridor ou inventor de uma indústria

---

<sup>22</sup> BARBOSA, Denis Borges. *Tratado da propriedade intelectual*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2013. p. 11.

<sup>23</sup> Antes do Brasil, apenas a Itália (em 1474), a Inglaterra (em 1623), os Estados Unidos (em 1790) e a França (em 1791) haviam legislado sobre a matéria. GOYANES, Marcelo. *op. cit.* p. 28.

<sup>24</sup> BARBOSA, Denis Borges. *op. cit.* p. 12.

<sup>25</sup> BARBOSA, Denis Borges. *op. cit.* p. 12 e 13.

<sup>26</sup> BRASIL. *Constituição política do império do Brasil, de 25 de março de 1824*. Artigo 79, nº 26. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao24.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao24.htm)>. Acesso em: 29 nov. 2013.

<sup>27</sup> BARBOSA, Denis Borges. *op. cit.* p. 21.

útil a propriedade e o uso exclusivo de sua descoberta ou invenção”<sup>28</sup>. Assim, passaram a ser concedidas as patentes gratuitamente que eram garantidas em um período de 5 a 25 anos<sup>29</sup>.

Nesse contexto, aquele que violasse a propriedade garantida a outrem estava sujeito a pena de pagamento de multa correspondente a um décimo do valor dos produtos fabricados, a devolução desses mesmos produtos como também de todo o material utilizado na fabricação e o ressarcimento por danos devidos ao detentor da propriedade<sup>30</sup>.

As garantias acima descritas, porém, aplicavam-se somente às invenções e descobertas realizadas, sem a garantia de proteção às marcas industriais. Quanto a estas, passaram a ser protegidas apenas com a promulgação da Lei de Marcas (Lei 2.682, de 23 de outubro de 1875), que garantiu o direito de distinção dos produtos fabricados ou comercializados por símbolos que representavam as marcas correspondentes a cada produtor ou comerciante e que deveriam ser registradas no Tribunal do Comércio<sup>31</sup>.

Esta Lei, além do elucidado acima, determinava também a repressão da violação à propriedade, com a punição da contrafação e a determinação do pagamento por perdas e danos aos seus legítimos detentores<sup>32</sup>.

Havia nesse texto, uma diferenciação entre os termos “contrafação” e “reprodução”, como explica Goyanes:

[...] *contrafação* correspondia ao que fora páginas atrás conceituado como *reprodução*<sup>33</sup>. Além disso, é curioso notar que essa norma pioneira exigia que, para caracterização do crime de aplicação de marcas pertencentes a outros nos produtos de sua manufatura ou

---

<sup>28</sup> BRASIL. *Lei de 28 de agosto de 1830*. Artigo 1º. Disponível em: <[http://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei\\_sn/1824-1899/lei-37976-28-agosto-1830-565630-publicacaooriginal-89383-pl.html](http://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei_sn/1824-1899/lei-37976-28-agosto-1830-565630-publicacaooriginal-89383-pl.html)>. Acesso em: 13 ago. 2013.

<sup>29</sup> BARBOSA, Denis Borges. *op. cit.* p. p.21.

<sup>30</sup> *Ibidem*.

<sup>31</sup> BARBOSA, Denis Borges. *op. cit.* p. 22.

<sup>32</sup> *Ibidem*.

<sup>33</sup> Para GOYANES, Marcelo. (*Tópicos em propriedade intelectual: marcas, direitos autorais, designs e pirataria*. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.) a reprodução é “a cópia fiel, idêntica, da marca original registrada.” p. 22.

nos objetos de seu comércio, fosse comprovada a conduta dolosa do agente, a intenção de violar direito de terceiro<sup>34</sup>.

No ano de 1887, entrou em vigor uma nova Lei<sup>35</sup>, sob influência dos princípios e doutrinas mais recentes e atualizados em correspondência com a realidade da época, que “regulava marcas de fábrica e de comércio, continha disposição sobre nome comercial e dispunha sobre criação do depósito central das marcas estrangeiras e dos registrados nas províncias, dispositivos sobre transferência de marcas, busca e apreensão e sobre direito dos estrangeiros” e previa também a pena de prisão em razão da contrafação<sup>36</sup>.

A regulamentação conferida pela Lei de 1887 permaneceu presente na Constituição de 1891<sup>37</sup>, com a adição da proteção das marcas de fábrica, como disposto no seu artigo 72, §27. Quanto à violação da Propriedade Industrial, o Código Penal vigente à época aboliu a pena de prisão anteriormente prevista para os crimes de violação à Propriedade Intelectual<sup>38</sup>.

No entanto, no ano de 1904, foi promulgada a Lei 1.236, que voltou a impor a pena de prisão para os crimes relativos a infrações ao direito de propriedade, contendo dispositivos muito semelhantes aos elencados pela Lei de 1887<sup>39</sup>.

Somente no ano de 1925, foi promulgado o Regulamento da Propriedade Industrial<sup>40</sup> que passou a disciplinar os serviços de patentes de invenção, marcas de indústria e comércio e exercia um exame prévio das invenções. No entanto, nos anos que se seguiram foram implementadas apenas normas que

---

<sup>34</sup> GOYANES, Marcelo. *op. cit.* p. 28 e 29.

<sup>35</sup> BRASIL. *Decreto nº 3.346, de 14 de outubro de 1887*. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1824-1899/decreto-3346-14-outubro-1887-542988-publicacaooriginal-52676-pl.html>>. Acesso em: 28 nov. 2013.

<sup>36</sup> GOYANES, Marcelo. *Tópicos em propriedade intelectual: marcas, direitos autorais, designs e pirataria*. Rio de Janeiro: Renovar, 2008. p. 24.

<sup>37</sup> BRASIL. *Constituição da República dos Estados Unidos do Brasil, de 24 de fevereiro de 1891*. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao91.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao91.htm)>. Acesso em 13 ago. 2013.

<sup>38</sup> BARBOSA, Denis Borges. *op. cit.* p. 24.

<sup>39</sup> BARBOSA, Denis Borges. *op. cit.* p. 25.

<sup>40</sup> BRASIL. *Lei nº 4.932, de 10 de junho de 1925*. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1920-1929/decreto-4932-10-junho-1925-564818-publicacaooriginal-88738-pl.html>>. Acesso em: 12 fev. 2014.

traziam novas regulamentações, dentre elas, a criação do Conselho de Recurso da Propriedade Industrial<sup>41</sup>.

Passadas muitas décadas sem mudanças significativas quanto à regulamentação da Propriedade Industrial, apenas em 1970 foi fundado o Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI<sup>42</sup>, a fim de regular as normas nesse campo, visando às funções sociais, econômicas, jurídicas e técnicas<sup>43</sup>.

Por fim, deu-se a promulgação da Lei 9.279, de 1996, instituindo o Código da Propriedade Industrial, o qual será analisado nos próximos capítulos<sup>44</sup>.

### 1.3 ELUCIDAÇÃO TEMÁTICA

Antes da criação da Organização Mundial da Propriedade Intelectual – OMPI, no ano de 1967, que definiu a Propriedade Intelectual como mostrado anteriormente, o termo era mais aplicado aos direitos autorais especificamente<sup>45</sup>.

Foi com o advento da OMPI que se passou a considerar a Propriedade Intelectual abrangendo não só os direitos autorais como também a Propriedade Industrial, bem como outros direitos<sup>46</sup>.

Neste sentido, Denis Barbosa comenta que:

a noção de Propriedade Intelectual como a de um capítulo de Direito, altissimamente internacionalizado, compreendendo o campo da Propriedade Industrial, os direitos autorais e outros direitos sobre bens imateriais de vários gêneros<sup>47</sup>.

Sobre o tema também elucida Patrícia del Nero:

O regime jurídico da propriedade intelectual envolve, pois, tanto os direitos referentes ao autor e sua obra (direitos autorais) quanto os direitos e as obrigações referentes ao inventor e sua criação

---

<sup>41</sup> BARBOSA, *op. cit.* p. 26.

<sup>42</sup> BRASIL. *Lei nº 5.648, de 11 de dezembro de 1970.* <Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L5648.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5648.htm)>. Acesso em: 12 fev. 2014.

<sup>43</sup> BARBOSA, Denis Borges. *op. cit.* p. 27 e 28.

<sup>44</sup> BARBOSA, Denis Borges. *op. cit.* p. 32.

<sup>45</sup> BARBOSA, Denis Borges. *op. cit.* p. 7.

<sup>46</sup> *Ibidem.*

<sup>47</sup> *Ibidem.*

(concessão de privilégios por intermédio de patentes às invenções)<sup>48</sup>.

Não obstante tal compreensão, a definição de Propriedade Intelectual trazida pela OMPI abrange todas as suas espécies, mas não as distingue. Assim, faz-se necessário delimitar a definição de Direito Autoral e Propriedade Industrial, ramos da Propriedade Intelectual, elucidando a aplicação de cada termo aos casos concretos.

### 1.3.1 *Direito Autoral*

O Direito Autoral, no Brasil, é regulamentado pela Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998 – Lei Autoral<sup>49</sup>. Nela se inserem como obras protegidas pelo direito de autor aquelas elencadas em seu artigo 7º, dentre elas os textos e obras literárias, artísticas e científicas, as obras dramáticas e dramático-musicais, as composições musicais, as obras audiovisuais e fotográficas, os programas de computador, como também outras elencadas no mesmo artigo<sup>50</sup>.

---

<sup>48</sup> DEL NERO, Patrícia Aurélio. *Propriedade intelectual: a tutela jurídica da biotecnologia*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1998, p. 43.

<sup>49</sup> BRASIL. *Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998*. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9610.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm)>. Acesso em: 13 dez. 2012.

<sup>50</sup> Art. 7º São obras intelectuais protegidas as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro, tais como:

- I - os textos de obras literárias, artísticas ou científicas;
- II - as conferências, alocações, sermões e outras obras da mesma natureza;
- III - as obras dramáticas e dramático-musicais;
- IV - as obras coreográficas e pantomímicas, cuja execução cênica se fixe por escrito ou por outra qualquer forma;
- V - as composições musicais, tenham ou não letra;
- VI - as obras audiovisuais, sonorizadas ou não, inclusive as cinematográficas;
- VII - as obras fotográficas e as produzidas por qualquer processo análogo ao da fotografia;
- VIII - as obras de desenho, pintura, gravura, escultura, litografia e arte cinética;
- IX - as ilustrações, cartas geográficas e outras obras da mesma natureza;
- X - os projetos, esboços e obras plásticas concernentes à geografia, engenharia, topografia, arquitetura, paisagismo, cenografia e ciência;
- XI - as adaptações, traduções e outras transformações de obras originais, apresentadas como criação intelectual nova;
- XII - os programas de computador;
- XIII - as coletâneas ou compilações, antologias, enciclopédias, dicionários, bases de dados e outras obras, que, por sua seleção, organização ou disposição de seu conteúdo, constituam uma criação intelectual.

§ 1º Os programas de computador são objeto de legislação específica, observadas as disposições desta Lei que lhes sejam aplicáveis.

Sobre os Direitos Autorais, Carlos Alberto Bittar elucida que:

São direitos de cunho intelectual, que realizam a defesa dos vínculos, tanto pessoais, quanto patrimoniais, do autor com sua obra, de índole especial, própria, ou *sui generis*, a justificar a regência específica que recebem nos ordenamentos jurídicos do mundo atual<sup>51</sup>.

E também destaca que:

O Direito de autor consiste, de um lado, em defesa dos liames pessoais que resultam do próprio ato criativo (chamados direitos morais) e dos liames pecuniários (denominados direitos patrimoniais), advindos da utilização econômica da obra, para cuja consecução prática asseguram ao autor exclusividade para a exploração, pelos prazos definidos em lei<sup>52</sup>.

O Direito Autoral, portanto, pode ser considerado como a defesa daquilo que advém da mente, das ideias, da criatividade, protegendo a criação, independentemente do meio no qual se perpetua<sup>53</sup>.

Assim, a composição de uma música, a redação de um livro, a autoria de uma peça de teatro correspondem ao Direito Autoral, pois é a própria criação, a ideia, que está sendo tutelada.

Quanto à sua defesa, o único meio eficiente que a possibilita é a autorização dada pelo próprio autor, sob a garantia de ser sua a autoria, para que assim se possa aplicar o direito de proteção a esta<sup>54</sup>. Neste sentido, a legislação referente aos direitos de autor dá-se conforme a explicação feita por Henrique Gandelman:

As legislações de direito autoral têm se dividido no tratamento da titularidade dos direitos no que se refere à obra sob encomenda e

---

§ 2º A proteção concedida no inciso XIII não abarca os dados ou materiais em si mesmos e se entende sem prejuízo de quaisquer direitos autorais que subsistam a respeito dos dados ou materiais contidos nas obras.

§ 3º No domínio das ciências, a proteção recairá sobre a forma literária ou artística, não abrangendo o seu conteúdo científico ou técnico, sem prejuízo dos direitos que protegem os demais campos da propriedade imaterial.

<sup>51</sup> BITTAR, Carlos Alberto. *Direito do autor*. 3ª ed., rev. ampl. e atual., conforme a Lei 9.610, de 19 de fevereiro de 1998 por Eduardo C. B. Bittar. Rio de Janeiro: Forense Universitário, 2001. p. 11.

<sup>52</sup> BITTAR, *opcit*, p. 04.

<sup>53</sup> GANDELMAN, Henrique. *De Gutemberg à internet: Direitos Autorais na Era Digital*. 4. ed. Rio de Janeiro : Record, 2001, p. 38.

<sup>54</sup> SANTIAGO, Oswaldo. *Aquarela do direito autoral: História – Legislação – Comentários*. Rio de Janeiro: Gráfico Mangione, 1946. p. 15.

produzida por trabalhador assalariado. Algumas conferem a titularidade ao encomendante ou empregador, outras ao criador, e finalmente algumas estabelecem um regime de co-titularidade às vezes de contorno indefinido, como acontecia com a Lei 5.988/73. A matéria ficou omissa na Lei 9.610/98, mas o exame desta questão foge ao escopo deste trabalho. Por outro lado, nossa legislação da propriedade industrial confere a titularidade ao encomendante ou empregador<sup>55</sup>.

Por sua vez, Nehemias Gueiros Junior adverte:

A lei autoral federal brasileira – 9.610/98 – carece de ampla regulamentação, discussão e complementação. Promulgada há quatro anos, ainda ostenta vetos e omissões inexplicáveis se confrontada com seu escopo original de proteger as criações intelectuais e o Direito de Autor, de cuja Convenção Internacional de Berna o Brasil é signatário desde 1922<sup>56</sup>;

Como se vê, apesar de o Brasil dispor de uma legislação específica quanto à proteção ao Direito Autoral, ainda assim observa-se certa limitação normativa no tema.

### 1.3.2 Propriedade Industrial

A origem da Propriedade Industrial deu-se antes mesmo da elaboração de qualquer sistema jurídico conhecido, pois ela parte da criação, que existe desde a origem do homem, visto que a partir de então este já tinha a capacidade de criar. Neste sentido explica, Furtado<sup>57</sup>:

A capacidade criadora do homem é concomitante ao próprio aparecimento da espécie sobre o globo. Os primeiros instrumentos encontrados já demonstravam a aplicação de ornamentos sem destinação utilitária e o limiar de uma estética primitiva, a par das construções destinadas à veneração dos deuses, onde a criação artística e arquitetônica mostra-se evidente. O homem já tinha, então, noção do seu poder de criação<sup>58</sup>.

---

<sup>55</sup> SANTOS, Manoel J. Pereira dos. *A nova lei do software: aspectos controvertidos da proteção Autoral*, 1997. Disponível em <<http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/27654-27664-PB.html>>. Acesso em 02 out. 2013.

<sup>56</sup> GUEIROS JUNIOR, Nehemias. Saiba os motivos para numerar as obras intelectuais. *Revista Consultor Jurídico*. São Paulo: 03 jul. 2002.

<sup>57</sup> FURTADO, Lucas Rocha. *Sistema da propriedade industrial no Direito Brasileiro*. Brasília: Brasília Jurídica, 1996. p. 15.

<sup>58</sup> FURTADO, Lucas Rocha. *Sistema da propriedade industrial no Direito Brasileiro*. Brasília: Brasília Jurídica, 1996. p. 15.

No entanto, a relevância da propriedade da produção industrial, somente passou a fazer sentido com o advento da possibilidade da reprodução em larga escala desses produtos advindos das ideias<sup>59</sup>.

Pela Convenção de Paris, de 1883, tem-se a seguinte definição para Propriedade Industrial:

Conjunto de direitos compreendendo as patentes de invenção, modelos de utilidade, desenhos ou modelos industriais, marcas de fábrica ou comércio, marcas de serviço, nome comercial e indicações de proveniência ou denominações de origem, bem como a repressão da concorrência desleal<sup>60</sup>.

Também traz a definição de Propriedade Industrial a Lei 9.279/96, e que em seu artigo 2º dispõe:

A proteção dos direitos relativos à propriedade industrial, considerando o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País, se efetua 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.<sup>61</sup>

No entanto, existem também outros objetos que são protegidos pela Propriedade Industrial e que não foram elencados no Código da Propriedade Industrial, mas que estão assegurados por outras leis do Direito brasileiro<sup>62</sup>.

Em trecho de sua obra, Di Biasi, Garcia e Mendes elucidam que “a Propriedade Industrial é um episódio da Propriedade Intelectual que trata dos bens imateriais aplicáveis nas indústrias”<sup>63</sup>.

---

<sup>59</sup> RIBEIRO, Bruno Servello. Propriedade Industrial: o contrato de licença compulsória de uso de patentes e seus sucedâneos. *Revista Âmbito jurídico*, Rio Grande, v. 13, n. 76, maio 2010. Disponível em: <[http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=7792#\\_ftn1](http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=7792#_ftn1)>. Acesso em: 03 out. 2013.

<sup>60</sup> FRANÇA. *Convenção de Paris, de 20 de março de 1883*. Artigo 1º, §2º. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/1990-1994/anexo/and1263-94.pdf](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/anexo/and1263-94.pdf)>. Acesso em: 14 nov. 2013.

<sup>61</sup> BRASIL. *Lei nº 9.279 de 15 de maio de 1996*. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9279.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm)>. Acesso em: 12 ago. 2013.

<sup>62</sup> Como por exemplo a Lei 11.484/07 (Proteção às topografias de semicondutores), Lei 9.456/97 (Cultivares), Lei 9.609/98 (Programas de computador) e Lei 10.603/02 (Dados confidenciais apresentados às autoridades para autorização e comercialização de agrotóxicos e outros produtos).

A Propriedade Industrial pode ser vista também como um meio pelo qual se rege a liberdade de concorrência a partir da atribuição de modos pelos quais podem ser utilizadas algumas realidades imateriais, como também pela determinação de regulamentações a respeito do modo pelo qual os sujeitos econômicos devem se comportar no mercado<sup>64</sup>.

Na concepção de Fábio Ulhoa Coelho o direito industrial define-se como “a divisão do direito comercial que protege os interesses dos inventores, designers e empresários em relação às invenções, modelo de utilidade, desenho industrial e marcas”<sup>65</sup>.

Ribeiro<sup>66</sup> comenta que a natureza jurídica da Propriedade Industrial se relaciona ao direito das criações individuais e da propriedade, pois tem como base o disposto no caput do artigo 1.228 do Código Civil<sup>67</sup>, o qual estabelece os direitos de propriedade.

As espécies da Propriedade Industrial, elencadas no artigo 2º da Lei de Propriedade Intelectual - LPI<sup>68</sup>, como demonstrado anteriormente, são, portanto, a patente, o desenho industrial, a marca, a repressão às falsas indicações geográficas

<sup>63</sup> DI BIASI, Gabriel; GARCIA, Mauro S.; MENDES, Paulo Parente M. *op. cit.* p. 17.

<sup>64</sup> OLAVO, Carlos. *Propriedade industrial*. Coimbra: Livraria Almedina, 1997. p. 11.

<sup>65</sup> COELHO, Fábio Ulhoa. *Curso de Direito comercial – direito de empresa*. v. 1. 15 ed. São Paulo: Saraiva, 2011. p. 153.

<sup>66</sup> RIBEIRO, Bruno Servello. Propriedade industrial: o contrato de licença compulsória de uso de patentes e seus sucedâneos. *Revista Âmbito jurídico*, Rio Grande, v. 13, n. 76, maio 2010. Disponível em: <[http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=7792#\\_ftn1](http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=7792#_ftn1)>. Acesso em: 03 out. 2013.

<sup>67</sup> Art. 1.228. O proprietário tem a faculdade de usar, gozar e dispor da coisa, e o direito de reavê-la do poder de quem quer que injustamente a possua ou detenha.

§ 1º O direito de propriedade deve ser exercido em consonância com as suas finalidades econômicas e sociais e de modo que sejam preservados, de conformidade com o estabelecido em lei especial, a flora, a fauna, as belezas naturais, o equilíbrio ecológico e o patrimônio histórico e artístico, bem como evitada a poluição do ar e das águas.

§ 2º São defesos os atos que não trazem ao proprietário qualquer comodidade, ou utilidade, e sejam animados pela intenção de prejudicar outrem.

§ 3º O proprietário pode ser privado da coisa, nos casos de desapropriação, por necessidade ou utilidade pública ou interesse social, bem como no de requisição, em caso de perigo público iminente.

§ 4º O proprietário também pode ser privado da coisa se o imóvel reivindicado consistir em extensa área, na posse ininterrupta e de boa-fé, por mais de cinco anos, de considerável número de pessoas, e estas nela houverem realizado, em conjunto ou separadamente, obras e serviços considerados pelo juiz de interesse social e econômico relevante.

§ 5º No caso do parágrafo antecedente, o juiz fixará a justa indenização devida ao proprietário; pago o preço, valerá a sentença como título para o registro do imóvel em nome dos possuidores.

<sup>68</sup> BRASIL. *Lei nº 9.279 de 15 de maio de 1996*. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9279.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm)>. Acesso em: 12 ago. 2013.

e a repressão à concorrência desleal<sup>69</sup>. Para uma melhor compreensão do enquadramento do mercado de luxo nesse contexto faz-se necessário um breve apontamento sobre cada uma dessas espécies.

Primeiramente, quanto à patente, consiste no título de propriedade que o Estado confere ao autor de invenção<sup>70</sup> ou modelo de utilidade conforme disposto no artigo 6º da Lei 9.279<sup>71</sup>. Garante-se assim, a exclusividade para utilização desse invento ou descoberta, impedindo sua utilização por terceiros sem a autorização do detentor da patente.

A invenção pode ser observada na análise de Di Biasi, Garcia e Mendes.

[...] como o bem imaterial, resultado de atividade inventiva, o qual define algo, enquadrado nos diversos campos da técnica, anteriormente não conhecido e utilizado [...] Trata-se de um conjunto de regras de procedimento, estabelecidas por uma pessoa especial, as quais, utilizando-se dos meios ou elementos fornecidos pela ciência, possibilitam a obtenção de bem material que venha a proporcionar um avanço em relação ao estado da técnica”<sup>72</sup>.

Para que o invento ou descoberta seja mais útil para a sociedade esse título é concedido apenas por um tempo determinado, conferido por lei, conforme prevê o artigo 40 da Lei 9.279<sup>73</sup>, permitindo assim, que decorrido esse período, o

---

<sup>69</sup> Artigo 2º da Lei 9.279 de 15 de maio de 1996 – Código da Propriedade Industrial.

<sup>70</sup> Nas palavras de Di Biasi, Garcia e Mendes, invenções bem como os modelos de utilidade e os desenhos industriais são “criações suscetíveis de serem convertidas em bens materiais industrializáveis.” *in* DIBIASI, Gabriel. GARCIA, Mauro S. e MENDES, Paulo Parente M. *op. cit.* p. 17.

<sup>71</sup> Art. 6º Ao autor de invenção ou modelo de utilidade será assegurado o direito de obter a patente que lhe garanta a propriedade, nas condições estabelecidas nesta Lei.

§ 1º Salvo prova em contrário, presume-se o requerente legitimado a obter a patente.

§ 2º A patente poderá ser requerida em nome próprio, pelos herdeiros ou sucessores do autor, pelo cessionário ou por aquele a quem a lei ou o contrato de trabalho ou de prestação de serviços determinar que pertença a titularidade.

§ 3º Quando se tratar de invenção ou de modelo de utilidade realizado conjuntamente por duas ou mais pessoas, a patente poderá ser requerida por todas ou qualquer delas, mediante nomeação e qualificação das demais, para ressalva dos respectivos direitos.

§ 4º O inventor será nomeado e qualificado, podendo requerer a não divulgação de sua nomeação.

<sup>72</sup> DI BIASI, Gabriel; GARCIA, Mauro S.; MENDES, Paulo Parente M. *op. cit.* p. 19.

<sup>73</sup> Art. 40. A patente de invenção vigorará pelo prazo de 20 (vinte) anos e a de modelo de utilidade pelo prazo 15 (quinze) anos contados da data de depósito.

Parágrafo único. O prazo de vigência não será inferior a 10 (dez) anos para a patente de invenção e a 7 (sete) anos para a patente de modelo de utilidade, a contar da data de concessão, ressalvada a hipótese de o INPI estar impedido de proceder ao exame de mérito do pedido, por pendência judicial comprovada ou por motivo de força maior.

invento possa ser utilizado por outras pessoas em benefício da sociedade, possibilitando o aumento da dimensão de sua aplicabilidade<sup>74</sup>.

Já o desenho industrial está definido no artigo 95 da Lei 9.279 como “a forma plástica de um objeto ou o conjunto ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto”, para que assim se obtenha um visual novo e original aplicável um produto que possa ser oriundo da produção industrial<sup>75</sup>.

A marca, conceito que também está inserido na Propriedade Industrial, pode ser tida como uma sinalização que se faz em um produto industrial, artigos comerciais ou serviços profissionais, com o fim de distinção entre eles<sup>76</sup>.

Pela marca, tem-se o meio de conquistar uma clientela fiel à ideia que representa, influenciando assim a escolha do consumidor para optar por um ou outro produto, artigo ou serviço, desde que sejam conhecidas suas características<sup>77</sup>.

A respeito da marca, falar-se-á mais detalhadamente adiante, com o foco voltado para o mercado de luxo, tema da presente dissertação.

As indicações geográficas estão previstas no título IV da LPI, correspondente aos artigos 176 a 182<sup>78</sup> e estão sob proteção conferida pelo INPI.

---

<sup>74</sup> JUNGSMANN, Diana de Mello; BONETTI, Esther Aquemi. *A caminho da inovação: proteção e negócios com bens de propriedade intelectual: guia para o empresário*. Brasília: IEL, 2010.

<sup>75</sup> Art. 95. 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.

<sup>76</sup> DI BIASI, Gabriel; GARCIA, Mauro S.; MENDES, Paulo Parente M. *op. cit.* p. 162.

<sup>77</sup> *Ibidem*.

<sup>78</sup> Art. 176. Constitui indicação geográfica a indicação de procedência ou a denominação de origem.

Art. 177. Considera-se indicação de procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.

Art. 178. Considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

Art. 179. A proteção estender-se-á à representação gráfica ou figurativa da indicação geográfica, bem como à representação geográfica de país, cidade, região ou localidade de seu território cujo nome seja indicação geográfica.

Art. 180. Quando o nome geográfico se houver tornado de uso comum, designando produto ou serviço, não será considerado indicação geográfica.

Art. 181. O nome geográfico que não constitua indicação de procedência ou denominação de origem poderá servir de elemento característico de marca para produto ou serviço, desde que não induza falsa procedência.

Art. 182. O uso da indicação geográfica é restrito aos produtores e prestadores de serviço estabelecidos no local, exigindo-se, ainda, em relação às denominações de origem, o atendimento de requisitos de qualidade.

Sobre esse instituto, Ascensão ensina que “a indicação geográfica seria caracterizada pela reputação, uma qualidade determinada ou outra característica do produto poderem ser atribuídas à origem geográfica”<sup>79</sup>.

Para uma melhor compreensão sobre o conceito, observe-se a citação de Borda:

As indicações geográficas, em seu sentido amplo (indicações de procedência e denominações de origem) representam para os produtores de determinada localidade, região ou país, verdadeiros ícones de qualidade e excelência, agregando considerável valor a produtos e serviços, [aduzindo que] tanto isso é verdade que muitos consumidores não hesitam em adquirir queijos, vinhos, carnes, chá, café, assim como produtos que não tenham se notabilizado por uma origem específica, [arrematando por esclarecer que] a especificidade da origem pressupõe rígidos controles de toda a produção, que vão desde a utilização de matérias primas selecionadas, cuidados no armazenamento e demais etapas que assegurem um produto com determinadas características que os distingam das demais<sup>80</sup>.

A repressão à concorrência desleal está elencada no inciso V do artigo 2º da LPI. Como já foi visto, é explicada por Delmanto no sentido de que:

na quase totalidade das atividades humanas existe o que se chama concorrência [...]. Para que a competição sobreviva, não pode ser permitido aos concorrentes o recurso a meios ilícitos ou desleais; em outras palavras, para que essa liberdade exista, certas regras coercitivas precisam ser-lhe impostas. [...] Pode, e deve mesmo, esforçar-se o concorrente na disputa; mas não usar de meios desleais para vencê-la<sup>81</sup>.

Faz-se importante também destacar as palavras de Rodrigues, que leciona:

Por onde não se há mister de esforço para deduzir que, quando a concorrência se processa mediante a aplicação de métodos condenáveis, por indivíduos inescrupulosos, usando de má-fé, da fraude e da hipocrisia, na única intenção de atrair a clientela alheia para o seu estabelecimento desonesto ou para a sua mercadoria

Parágrafo único. O INPI estabelecerá as condições de registro das indicações geográficas.

<sup>79</sup> ASCENSÃO, José de Oliveira. *Propriedade intelectual: Plataforma para o desenvolvimento*. Instituto Dannemann Siemsen de estudos jurídicos e técnicos (Org.) Rio de Janeiro: Renovar, 2009.

<sup>80</sup> BORDA, Ana Lúcia de Sousa. *O conceito de indicações geográficas*. Informativo Dannemann Siemsen Especial – Lei da Propriedade Industrial 10 anos, 2006. Disponível em: <[http://www.danneman.com.br/site.cfm?app=show&dsp=dsnews\\_especial\\_200706\\_5&pos=5.98&lng=pt](http://www.danneman.com.br/site.cfm?app=show&dsp=dsnews_especial_200706_5&pos=5.98&lng=pt)>. Acesso em: 02 dez. 2013.

<sup>81</sup> DELMANTO, C. *Crimes de concorrência desleal*. São Paulo : Universidade de São Paulo, 1975.

falsificada, ter-se-á presente na sua forma genuinamente característica – a concorrência desleal<sup>82</sup>.

Dos trechos acima se extrai que a proteção contra a concorrência desleal existe como uma garantia para que não se utilize, de maneira imprópria, os direitos de Propriedade Industrial inerentes a outrem.

Visto isso, o presente trabalho centra-se em tratar da violação da Propriedade Industrial, especificamente sobre o direito de marca, conceito inserido na definição de Propriedade Industrial, no qual se enquadram os produtos do mercado de luxo.

#### 1.4 A VIOLAÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL

A prática da falsificação<sup>83</sup> está direta e proporcionalmente relacionada à globalização. Em razão da facilidade de comércio internacional a comercialização de produtos falsos também foi altamente difundida<sup>84</sup>.

Sobre essa violação, Eduardo Vieira Manso comenta que:

Ora, quem divulga obra intelectual sem autorização do titular do respectivo direito viola o direito de inédito; quem publica obra alheia sem mencionar o nome do autor, ainda que essa publicação seja feita com base numa limitação a direito autoral (como nas citações, por exemplo), viola o direito de nomeação, tanto quanto o direito de paternidade; quem publica um resumo de obra alheia sem autorização do autor, ou uma tradução, ou utiliza um romance para apresentação teatral, viola direito sobre a integridade da obra<sup>85</sup>.

Como consequência dessa prática tem-se, além da perda econômica do titular do bem, a disseminação de produtos, muitas vezes de má qualidade, que são inseridos no comércio sem o controle de qualidade por parte desse titular, bem como perdas econômicas por parte do Estado em razão da deficiente arrecadação de tributos e a falta de geração de empregos<sup>86</sup>.

---

<sup>82</sup> RODRIGUES, Clovis Costa. *Concorrência desleal*. Rio de Janeiro: Peixoto, 1945.

<sup>83</sup> GOYANES, Marcelo. *op. cit.* p. 292.

<sup>84</sup> GOYANES, Marcelo. *op. cit.* p. 291.

<sup>85</sup> MANSO, Eduardo Vieira. *A tutela jurídica do Direito de autor*. São Paulo : Saraiva, 1991. p. 10.

<sup>86</sup> GOYANES, Marcelo. *op. cit.* p. 292.

Para tratar da contrafação de grandes marcas, cabe primeiramente diferenciar o termo “contrafação” do termo “pirataria”, de modo que se faz necessário saber se são os mesmos institutos jurídicos ou se são distintos, e em que se assemelham ou se distinguem.

No entanto, embora haja essa diferença, como se mostrará a seguir, em relação ao ilícito civil e penal não se faz necessária essa distinção, pois nesse caso a lei remete apenas à falsificação, aplicável aos crimes contra o registro de marca<sup>87</sup>.

Cabe registrar que, em algumas passagens desse trabalho o termo “pirataria” será utilizado como sinônimo de “contrafação” para se manter a fidelidade do conteúdo mencionado.

#### 1.4.1 Pirataria

A pirataria é o termo utilizado mais genericamente, confundindo-se muitas vezes com a contrafação ao ser aplicado como forma de violação a qualquer espécie de Propriedade Intelectual. Entretanto, os dois termos se distinguem pelo fato de ser a pirataria, na verdade, a violação ao direito autoral, e especificamente quanto a este<sup>88</sup>.

O termo pirataria é popularmente utilizado para caracterizar os produtos copiados. Tal percepção, porém, não remete ao real alcance do que deva ser considerado pirataria, pois, tecnicamente falando, nesta o produto é falso não pelo seu conteúdo, mas sim pela reprodução do original, sem o consentimento do autor do mesmo conteúdo, e destinando-se à reprodução tanto para a comercialização ilegal como para uso próprio.

Na pirataria, ainda que o conteúdo seja original, o meio em que esse é produzido de regra não guarda as mesmas características do produto original.

---

<sup>87</sup> GOYANES, Marcelo. *op. cit.* p. 23.

<sup>88</sup> *Ibidem*.

A pirataria associa-se à ideia daquilo que se copia sem autorização, e que por isso mesmo resulta no reconhecimento de se tratar de algo falso, ou seja, aquilo que é indevidamente produzido para se passar por original.

Trata-se, portanto, de cópia do conteúdo original, pois nela tem-se a preocupação com a reprodução fiel, buscando-se confundi-la com o original, como por exemplo, a cópia de um livro, das músicas de um CD, ou de um filme em DVD.

#### 1.4.2 Contrafação

Para uma adequada inserção no tema da contrafação é necessário se compreender o termo, que é específico e busca traduzir as situações em que um produto falso se passa por verdadeiro, reunindo ou aproximando-se das características do produto original, mas sem que tenha havido a autorização do detentor da marca ou produto. Tem como sinônimos a imitação, a falsificação, o encobrimento e o disfarce, podendo, portanto, ser entendido como o ato de falsificar produtos, dentre outros elementos<sup>89</sup>.

A “contrafação” está associada à ideia de “falsificação” ou “imitação” do conteúdo e da própria mensagem que o produto busca transmitir, às vezes até mesmo confundindo o consumidor em relação ao que seja o produto original, e ainda que tal confusão quanto à certeza da originalidade do produto não seja elemento essencial a caracterizar a contrafação.

Nas palavras de Balmes Vega Garcia, considera-se como produto contrafeito “aquele que reproduz o objeto protegido pela patente, emergindo a presumível contrafação da comparação entre o objeto protegido e o incriminado”<sup>90</sup> e contrafação o ato de “reproduzir ou imitar ilicitamente o trabalho ou obra de outra pessoa. Do que se depreende ser a contrafação não apenas a reprodução pura e simples, mas a reprodução aproximada. Por conseguinte, a própria imitação está inserida na definição de contrafação”<sup>91</sup>.

---

<sup>89</sup> GOYANES, Marcelo. *op. cit.* p. 22.

<sup>90</sup> GARCIA, Balmes Vega. *op. cit.* p. 60.

<sup>91</sup> GARCIA, *op. cit.* p. 65.

O falso produto compromete a identidade do produtor. Sobre isso, colhe-se da jurisprudência relevante lição a esclarecer que:

na contrafação, o consumidor é enganado, e vê subtraída de forma ardil, sua faculdade de escolha. O consumidor não consegue perceber quem lhe fornece o produto e, como consequência, também o fabricante não pode ser identificado por boa parte de seu público alvo. Assim, a contrafação é verdadeira usurpação de parte da identidade do fabricante. O contrafator cria confusão de produtos e, nesse passo, se faz passar pelo legítimo fabricante de bens que circulam no mercado<sup>92</sup>.

Como afirma João da Gama Cerqueira a contrafação é uma “violação do uso exclusivo da marca registrada” e se constitui em infração do registro<sup>93</sup>.

O produto falso não necessita ser uma cópia perfeita do produto ou da marca imitada, pois caracteriza-se a contrafação pela só “capacidade do produto gerar confusão ao consumidor médio, induzindo-o em erro, face a forte identidade entre as características e qualidades do produto e da marca contrafeita”<sup>94</sup>.

Depreende-se do elucidado acima que o produto contrafeito busca passar-se pelo original, no que lhe é autêntico, falsificando-o, ou seja, imitando o produto autêntico com os componentes e elementos os mais próximos possíveis, mesmo assim, não raras vezes, com o comprometimento de sua qualidade.

Portanto, conclui-se que, na contrafação, o produto falso busca tirar proveito das ideias do produto original. E mesmo que o produto falsificado tenha a capacidade de reunir as qualidades do produto original, ainda assim nada mais será do que uma imitação, caracterizando-se como contrafação.

---

<sup>92</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial. RESP 1.032.014. Terceira Turma. Recorrente: Souza Cruz S/A. Recorrido: Grafisa Gráfica Zanella. Relator(a): Min. Fátima Nancy Andrichi. Brasília, 04 de junho de 2009. Disponível em: <<http://www.tjto.jus.br/diario/diariopublicado/806.pdf>>. Acesso em: 13 jul. 2013.

<sup>93</sup> CERQUEIRA, João da Gama. *Tratado de propriedade industrial*. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1982. v.1, p. 1.102.

<sup>94</sup> RIO DE JANEIRO. Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. Apelação Cível. AC 2.414/99. 18ª Câmara Cível. Apelante: UNIMED-RIO Cooperativa de Trabalho Médico do Rio de Janeiro LTDA. Apelado: André Pinto de Oliveira. Relator: Des. Jorge Luiz Habibi. Rio de Janeiro, 24 de março de 1999. Disponível em: <<http://www1.tjrj.jus.br/gedcacheweb/default.aspx?UZIP=1&GEDID=00034C713597FBE8D4F6F3FE843C6F9C3C317DC4032F413A>>. Acesso em: 13 jul. 2013.

Em suma, a “pirataria” e a “contrafação” se distinguem em razão de alguns elementos técnicos-jurídicos bem específicos e que não se confundem. A pirataria relaciona-se ao conteúdo; a contrafação ao produto. A pirataria está associada à ideia de reprodução; a contrafação à imitação. A pirataria transmite a ideia do que é original ou cópia; a contrafação, do que é verdadeiro ou falso.

Ainda que se utilize o termo “conteúdo” como sendo comum tanto à pirataria como à contrafação, mesmo assim há diferenciação entre eles, pois comumente a pirataria vincula-se ao conteúdo imaterial, ao tempo em que a contrafação ao conteúdo material. De igual modo, o termo “reprodução”, que é apropriado associar-se com a pirataria, acaba sendo usado também para a contrafação, mas nisso devendo-se atentar para a ideia de que na pirataria busca-se a reprodução fiel, e na contrafação objetiva-se a reprodução aproximada.

De tal sorte é a confusão dos termos associados à pirataria e à contrafação que é bastante comum encontrar-se na doutrina, na jurisprudência e mesmo na lei, imprecisões quanto à abordagem do tema, inclusive quanto a isso, sendo apropriado mencionar o texto da Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, que em seu artigo 5º, inciso VII<sup>95</sup>, ao tratar da contrafação, remete à ideia de ser essa a “reprodução não autorizada”, ideia esta que, nos exatos termos como ora descrito pela lei, traduz na realidade o que é a pirataria. Para que o referido dispositivo expressasse um conteúdo com o devido rigor técnico, dele deveria constar como sendo a contrafação “a reprodução aproximada e não autorizada de produto”. Os termos “aproximada” e “produto” seriam indispensáveis para que o texto legal transmitisse a real ideia do que seja contrafação.

---

<sup>95</sup> Art. 5º da Lei 9.610: Para os efeitos desta Lei, considera-se:  
[...]  
VII - contrafação - a reprodução não autorizada;

## 2 GRANDES MARCAS E CONTRAFAÇÃO

A prática da contrafação é observada em diversos ramos da economia, dentre eles as grandes marcas do mercado de luxo, que sofrem tanto prejuízos econômicos quanto relativos à exclusividade da marca, característica visada por esse mercado<sup>96</sup>.

Cabe destacar, apenas para conhecimento, que a maior incidência da produção de artigos de luxo contrafeitos encontra-se na Bélgica e Canadá, como anota Goyanes. No entanto, sua comercialização incide em todo o mundo, sobretudo no Brasil<sup>97</sup>.

Assim, identificado o escopo de incidência da contrafação, deve-se limitar o presente estudo ao campo dos produtos de luxo, diferenciando-os dos outros bens protegidos pela Propriedade Industrial e objeto de danosa prática<sup>98</sup>.

Uma primeira característica que distingue o mercado de luxo dos demais setores diz respeito aos efeitos causados pela violação da Propriedade Intelectual. Enquanto, via de regra, a principal lesão causada ao titular do direito é relacionada à perda de mercado para o novo concorrente (o contrafator), há também - além desse dano imediatamente aferível - dano mediato mais grave e de difícil reparação ao empresário do ramo do alto padrão<sup>99</sup>.

Foi esse o entendimento da Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça quando do julgamento do REsp 466761/RJ, em que se discutia a reparação por danos morais devido à comercialização de produtos contrafeitos da grife francesa Louis Vuitton.

Nas palavras da Ministra Relatora Nancy Andrichi:

[...] a indenização por danos materiais não possui como fundamento tão-somente a comercialização do produto falsificado, mas também a vulgarização do produto, a exposição comercial (ao consumidor) do produto falsificado e a depreciação da reputação comercial do titular da marca, levadas a cabo pela prática de falsificação.

---

<sup>96</sup> BARBOSA, Denis Borges. *op. cit.* p. 161.

<sup>97</sup> GOYANES, Marcelo. *op. cit.* p. 24.

<sup>98</sup> BARBOSA, Denis Borges. *op. cit.* p. 163.

<sup>99</sup> *Ibidem*.

De fato, aquele que estaria disposto a comprar, por uma soma considerável, produto exclusivo, elaborado pelo titular da marca em atenção a diversos padrões de qualidade, durabilidade e segurança, não mais o faria se tal produto fosse vulgarizado por meio de uma falsificação generalizada.

Conclui-se, assim, que a falsificação, por si só, provoca substancial redução no faturamento a ser obtido com a venda do produto distinguido pela marca registrada, o que autoriza, em consequência, a reparação por danos materiais<sup>100</sup>.

Dessa forma, o bem de consumo, antes incomum e prestigiado, passa a ser largamente difundido. Consequência disso é que o consumidor que buscava a exclusividade e demonstração de *status*, quando percebe a perda desses atributos, passa a ter a sua motivação de compra diminuída ou excluída<sup>101</sup>.

Essa perda de exclusividade é retratada pelo “Efeito Veblen”, que consiste no fato de que os produtos de luxo, quando objeto da contrafação, têm suas principais características afetadas, quais sejam, a exclusividade, o prestígio, o alto status conferido pela marca deste setor, que são de alcance restrito às classes de maior poder aquisitivo<sup>102</sup>.

Neste sentido, Murillo Cruz, citado na obra de Barbosa, menciona que “o prestígio decorre do produto de classe, e na análise de Veblen, se perde na proporção em que qualquer um do povo tem acesso – ou aparenta ter acesso – a ele”<sup>103</sup>.

Portanto, ao serem contrafeitos, os produtos se tornam populares e comuns, afetando diretamente o prestígio da marca, que perde seus consumidores, pois estes não têm mais interesse de consumir um produto que seja acessível a todos, que possa ser usado por todos, mesmo que não seja o original, mas que aparente sê-lo<sup>104</sup>.

---

<sup>100</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial. RESP 466761. Terceira Turma. Recorrente: Louis Vuitton Distribuição LTDA. e Outro. Recorrido: Caliente Comércio de Modas LTDA. e Outro. Relator(a): Min. Fátima Nancy Andrighi. Brasília, 03 de abril de 2003. Disponível em: <<https://ww2.stj.jus.br/processo/pesquisa/?tipoPesquisa=tipoPesquisaNumeroRegistro&termo=200201049450&totalRegistrosPorPagina=40&aplicacao=processos.ea>>. Acesso em: 13 jul. 2013.

<sup>101</sup> BARBOSA, Denis Borges. *op. cit.* p. 162.

<sup>102</sup> *Ibidem*.

<sup>103</sup> *Ibidem*.

<sup>104</sup> *Ibidem*.

Este efeito, como explicitado, é exclusivo às marcas de luxo, pois somente elas visam essa exclusividade, diferentemente das demais marcas vítimas da contrafação, cujos efeitos sofridos remetem à perda de consumidores, os quais deixam de consumir os produtos originais para consumirem os contrafeitos, principalmente em razão de seu valor econômico<sup>105</sup>.

Assim, quando o mercado de luxo é afetado diretamente pela contrafação, as grandes marcas podem sofrer grandes prejuízos principalmente por perderem o seu reconhecimento e exclusividade, características determinantes para o seu consumo<sup>106</sup>.

## 2.1 A IMPORTÂNCIA DA MARCA

A marca “pode ser entendida como um sinal gráfico escrito, ou simbolizado, que serve para distinguir um produto, um artigo ou um serviço de outros congêneres ou similares”<sup>107</sup>.

Em muitas ocasiões, a empresa tem a sua marca como um de seus principais patrimônios, cuja identidade na maioria das vezes leva anos, ou até mesmo décadas para ser construída, com a inversão de vultosos recursos na criação, elaboração, divulgação e comercialização de seus produtos para se alcançar um padrão de qualidade e refinamento que lhes são próprios. Essa relação da marca ao produto, e pela confiabilidade que transmite, é que geralmente direciona a escolha do consumidor.

A apropriação indevida de uma marca leva ao comprometimento dos padrões de qualidade afetando os mais diversos campos da relação de consumo, como o financeiro, a segurança ao consumidor, a estabilidade das relações comerciais e gerando no ambiente comercial a desconfiança e a insegurança na aquisição de bens e produtos.

---

<sup>105</sup> BARBOSA, Denis Borges. *op. cit.* p.145.

<sup>106</sup> ARAUJO, Manuel Ribeiro. *Marcas de luxo versus contrafação: motivações de escolha*. 2012. Trabalho Final de Mestrado – Marketing, Universidade Católica Portuguesa, Porto, 2012. p.38.

<sup>107</sup> DI BIASI, Gabriel; GARCIA, Mauro S.; MENDES, Paulo Parente M *op. cit.* p. 17.

Um dos componentes de seletividade do consumo é a exclusividade da marca, e que somente comporta ser preservada quando há a confiabilidade do produtor/fabricante, ou seja, o possuidor da Propriedade Intelectual. Rompida essa confiança, fato que ocorre com as marcas de luxo quando têm os seus produtos imitados com o intuito de se fazer passar por originais, ofendendo diretamente a sua notoriedade, o consumidor perde a segurança de que terá satisfeita a opção de sua escolha do modo efetivamente como pretendido.

Conforme Goyanes:

A aparência e a qualidade dos produtos comercializados e dos serviços prestados pelas empresas que se destacam no mercado, geradores da clientela almejada, devem estar protegidos contra atos de terceiros que busquem usufruir indevidamente do seu renome legitimamente adquirido<sup>108</sup>.

O artigo 15 do TRIPs (*Agreement on Trade – Related Aspects of Intellectual Property Rights*) menciona que são consideradas marcas todos os signos que podem ser percebidos visualmente e assim podem obter proteção naquela qualidade, e para que lhes seja garantida a proteção é necessário que sejam registradas<sup>109</sup>.

O Tratado determina também que uma marca é tida como notória conforme o público considerar, característica que é observada nas marcas de luxo, que não têm como alvo o público em geral, mas um público específico e requintado que elege produtos que tenham um relevante valor, alta qualidade e sofisticação e que lhes conferem certo status em razão de sua marca.

No caso da notoriedade em razão da exclusividade da marca de luxo, é o seu público, geralmente restrito, que confere elevado status à marca, inclusive observando-se a ausência de grande publicidade, pois esta limita-se aos meios de comunicação utilizados por esse mesmo público, como revistas especializadas e desfiles de moda.

---

<sup>108</sup> GOYANES, Marcelo. Tópicos em propriedade intelectual : marcas, direitos autorais, designs e pirataria. Rio de Janeiro : Renovar, 2008.

<sup>109</sup> BARBOSA, Denis Borges. *Propriedade intelectual : a aplicação do acordo TRIPS*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003.

Assim, com a contrafação, o objetivo de se ter um público restrito é ferido, pois passa-se a dar ao grande público a oportunidade de acesso às marcas que se diferenciam por sua exclusividade. E para enfrentar essa situação o TRIPS objetiva também a proteção à notoriedade internacional das marcas<sup>110</sup>, desde que exista uma conexão entre o produto contrafeito e o produto original.

Por outro lado, um exemplo de marca notória, mas com alvo no grande público, é a Coca-Cola, e seu alcance publicitário pode ser visto com a declaração do diretor de marketing da Coca-Cola Guararapes (PE), que afirma ser fundamental uma grande dedicação da empresa para conquistar e manter sua confiabilidade, sobretudo no que diz respeito às marcas multinacionais. Para isso, é necessária cada vez mais a busca por uma identificação maior com o consumidor<sup>111</sup>.

Daí que, qualquer interferência nessa relação da confiabilidade do consumidor com o produtor resta por violar não só a expectativa do consumidor quanto à qualidade do produto desejado, mas também o próprio comprometimento da marca, com severas repercussões gravosas ao seu detentor.

As marcas, segundo Galbraith, correspondem à primeira forma de realização da estratégia elaborada na empresa. Assim, as marcas tem uma relação direta com todos os meios de comercialização<sup>112</sup>. Desta forma, são determinantes no momento da escolha dos produtos pelos consumidores.

Para Figueira Barbosa, as modernas marcas podem ser definidas pela indicação de origem, garantia de qualidade e informação<sup>113</sup>. A indicação de origem atua na distinção das mercadorias, e sua qualidade pode ser verificada apenas pela marca, que é suficiente para transmitir uma informação segura quanto ao que o consumidor almeja. A mera confiança na marca garante a aquisição de seus produtos, atuando assim como uma forma de publicidade implícita, decorrente da credibilidade da marca.

---

<sup>110</sup> BARBOSA, Denis Borges. *Propriedade intelectual- A aplicação do acordo TRIPS*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003.

<sup>111</sup> PASSOS, Maíra. *A vez do cliente*, 2008. Disponível em: <[http://www.revistapronews.com.br/edicoes/103/a\\_vez\\_do\\_cliente.html](http://www.revistapronews.com.br/edicoes/103/a_vez_do_cliente.html)>. Acesso em: 03 set. 2013.

<sup>112</sup> BARBOSA, A. L. Figueira. *Sobre a propriedade do trabalho intelectual*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999. p. 219.

<sup>113</sup> BARBOSA, Denis Borges. *op. cit.* p. 23.

Neste sentido pode-se considerar que a marca tem um grande significado para os consumidores, pois pode representar a qualidade e o status desejados. Esses atributos, inclusive passaram a ser adotados a partir da década de 1960, quando a expressão *prêt-à-porter* (peças prontas para uso) começou a ser colocada em prática. A partir deste momento a moda não mais se distinguia pela confecção própria, mas sim pelos critérios de audácia, juventude e novidade, mesmo tendo suas peças produzidas em escala industrial. Ou seja, as marcas passaram a ter um diferencial, tendo cada uma sua particularidade e seu valor, ideais que perduram até os dias de hoje<sup>114</sup>.

A marca, assim, é determinante para a identidade e comércio de certo produto. Mas com a contrafação essa qualificação da marca resta prejudicada, pois a qualidade é perdida, quando não em sua totalidade, ao menos em grande parte, visto que os fabricantes de produtos contrafeitos não têm à sua disposição a tecnologia, a matéria prima e a mão de obra de qualidade diferenciada e que é de exclusividade das marcas que produzem as peças originais.

No produto contrafeito resta apenas o status conferido pela marca. Os consumidores destes produtos não se detêm à sua qualidade na hora da compra, mas apenas à imagem e ao valor simbólico que ela representa, pois acreditam que ter um produto apenas com a mensagem que leva à marca em evidência já é suficiente para proporcionar o mesmo status que a original proporcionaria.

Portanto, deve-se observar que os produtos do mercado de luxo são parte de uma criação individual e por isso merecem a proteção como toda e qualquer outra Propriedade Intelectual.

A contrafação infringe o direito à exclusividade da marca, e, conseqüentemente o seu status, prejudicando as próprias marcas e os consumidores fiéis a elas, que deixam de utilizá-las por perder essa importante característica determinante na hora da compra<sup>115</sup>.

---

<sup>114</sup> CALANCA, Daniela. *Historia social da moda*. São Paulo : SENAC, 2008. p. 204 a 206.

<sup>115</sup> SOARES, José Carlos Tinoco. *Tratado da propriedade industrial*. São Paulo: Jurídica Brasileira, 1988. p. 936.

As empresas produtoras de grandes marcas demandam tempo e dinheiro para consolidar uma identidade comercial, mas, de forma ilegal, comerciantes clandestinos utilizam essas criações muitas vezes ocultando aos consumidores o fato de não serem originais, o que causa um enorme prejuízo aos verdadeiros fabricantes e detentores da Propriedade Intelectual, sendo que este fato também pode prejudicar os usuários dos produtos pirateados, cuja qualidade é inferior à dos originais, o que “leva fatalmente a denegrir a imagem do original”<sup>116</sup>.

Marcas presentes no mercado de luxo, como as marcas de renome internacional, ou alto renome, objeto da presente monografia, estão sob proteção especial conforme prevê o artigo 125 da Lei 9.279<sup>117</sup>.

No entanto, a Lei não determina o que pode ser registrado como marca de alto renome, análise que deve ser feita pelo INPI. Apesar dessa questão, pode-se observar como marca de alto renome aquela que é amplamente reconhecida por todo o público, de todas as classes sociais em âmbito nacional ou até mesmo mundial, conforme disposto no artigo 126 da Lei 9.279<sup>118</sup>, como é o caso das marcas de luxo. Essa marca, portanto, não pode ser utilizada em qualquer outro produto que não lhe pertença, a fim de não causar dúvidas no consumidor<sup>119</sup>.

## 2.2 O MERCADO DE LUXO

Em pesquisa feita pela empresa americana de consultoria Bain&Company, o mercado de luxo sustenta números mundiais significativos. Estima-se que o seu crescimento, cada vez maior, atinja o montante de 250 bilhões de euros até 2015. Esse número elevado é devido em grande parte aos

---

<sup>116</sup> SOARES, José Carlos Tinoco. *Tratado da propriedade industrial*. São Paulo: Jurídica Brasileira, 1988. p. 936.

<sup>117</sup> Art. 125. À marca registrada no Brasil considerada de alto renome será assegurada proteção especial, em todos os ramos de atividade.

<sup>118</sup> Art. 126. A marca notoriamente conhecida em seu ramo de atividade nos termos do art. 6º bis (I), da Convenção da União de Paris para Proteção da Propriedade Industrial, goza de proteção especial, independentemente de estar previamente depositada ou registrada no Brasil.

§1º A proteção de que trata este artigo aplica-se também às marcas de serviço.

§2º O INPI poderá indeferir de ofício pedido de registro de marca que reproduza ou imite, no todo ou em parte, marca notoriamente conhecida.

<sup>119</sup> DI BIASI, Gabriel; GARCIA, Mauro S.; MENDES, Paulo Parente M. *op. cit.* p. 173.

consumidores chineses, que atualmente representam  $\frac{1}{4}$  das compras feitas no mercado de luxo em todo o mundo<sup>120</sup>.

O Brasil também tem tido grande importância para o crescimento desse mercado. No ano de 2010, os brasileiros tiveram um gasto de R\$ 15,7 bilhões com produtos de luxo<sup>121</sup>, e esse gasto vem crescendo cada vez mais, com expectativas de aumento de 15% a 25% até 2017, crescimento este mais elevado do que o observado na Europa, devido à crise mundial que teve um grande impacto naquele continente<sup>122</sup>.

Esse crescimento do Brasil, quando se trata de mercado de luxo, deve-se principalmente ao fato de que, não só os indivíduos antes considerados pobres passaram a integrar a classe média, como aqueles que eram da classe média passaram a ter um poder aquisitivo maior, com a possibilidade de adquirirem produtos de luxo, aumentando assim o seu consumo em território nacional, fato comprovado pelo valor movimentado no mercado de luxo no Brasil, correspondente a 12 bilhões de dólares ao ano, em dados de 2012<sup>123</sup>.

Como reflexo desse crescimento observa-se a vinda de grandes marcas ao Brasil, sobretudo aquelas especializadas em acessórios pessoais como as grifes Goyard, Louis Vuitton, Christian Louboutin, Coach, Sephora, Tiffany e Burberry, especialmente para as cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília<sup>124</sup>.

---

<sup>120</sup> BAIN & COMPANY BRASIL. *Mercado de luxo brasileiro crescerá até 25% nos próximos cinco anos, segundo projeções da Bain&Company.* Disponível em: <[www.bain.com/offices/saopaulo/pt/press/bain-projects-global-luxury-goods-market-will-grow-ten-percent-in-2012.aspx](http://www.bain.com/offices/saopaulo/pt/press/bain-projects-global-luxury-goods-market-will-grow-ten-percent-in-2012.aspx)>. Acesso em: 02 out. 2013.

<sup>121</sup> YOSHIDA, Soraia. Brasil pode ensinar muito ao mercado de luxo. *Época Negócios*. Disponível em: <[epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI278178-18055,00-BRASIL+PODE+ENSINAR+MUITO+AO+MERCADO+DE+LUXO.html](http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI278178-18055,00-BRASIL+PODE+ENSINAR+MUITO+AO+MERCADO+DE+LUXO.html)>. Acesso em 02 out. 2013.

<sup>122</sup> BAIN & COMPANY BRASIL. *Mercado de luxo brasileiro crescerá até 25% nos próximos cinco anos, segundo projeções da Bain&Company.* Disponível em: <[www.bain.com/offices/saopaulo/pt/press/bain-projects-global-luxury-goods-market-will-grow-ten-percent-in-2012.aspx](http://www.bain.com/offices/saopaulo/pt/press/bain-projects-global-luxury-goods-market-will-grow-ten-percent-in-2012.aspx)>. Acesso em: 02 out. 2013.

<sup>123</sup> BAIN & COMPANY BRASIL. Como agarrar um pedaço dos 12 bi do mercado de luxo. Disponível em: <[www.bain.com/offices/saopaulo/pt/publications/articles/2012/how-to-grab-a-piece-of-the-USD-12-billion-luxury-market.aspx](http://www.bain.com/offices/saopaulo/pt/publications/articles/2012/how-to-grab-a-piece-of-the-USD-12-billion-luxury-market.aspx)>. Acesso em: 02 out. 2013.

<sup>124</sup> DALL'OLIO, Carolina. Como agarrar um pedaço dos 12 bi do mercado de luxo. *Revista Exame*. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-exame-pme/edicoes/0049/noticias/mercado-de-alta-classe>>. Acesso em: 02 out. 2012.

### 2.3 A ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A exclusividade é um fator determinante na compra de produtos de luxo pois os seus consumidores estão cada vez mais em busca de um maior status por eles proporcionado. Por esta razão, com a expansão do número de milionários no Brasil, os chamados “novos ricos”, essa exclusividade acaba por ser afetada, pois cada vez mais pessoas vêm tendo acesso aos produtos que antes podiam apenas cobiçar<sup>125</sup>.

Essa expansão do consumo dos produtos de luxo, com o risco da perda de sua sofisticação, torna-se um problema ainda mais grave devido à contrafação, resultando em acentuada perda da ideia de exclusividade do produto, na medida em que, com a contrafação todas as classes sociais podem ter acesso aos produtos que conferem o status das marcas de luxo. Essa situação se acentua ainda mais pelo fato de que os produtores de produtos contrafeitos vêm se aperfeiçoando e os deixando cada vez mais similares aos originais<sup>126</sup>.

Em razão disso, as grandes marcas do mercado de luxo têm buscado constantes inovações em seus produtos para evitar se popularizarem.

Atualmente, a categoria de produtos de luxo mais consumidos em todo o mundo são os artigos de couro, e que representaram 16% desse mercado no ano de 2012, seguido por sapatos, vestuário, fragrâncias, cosméticos, joias e relógios, respectivamente, conforme dados da pesquisa realizada pela Bain & Company<sup>127</sup>.

Os consumidores de produtos contrafeitos se estendem a todas as classes sociais, incluindo as classes A e B, que em alguns casos, a depender do produto consumido, são as maiores consumidoras de suas versões contrafeitas, como no caso dos jogos eletrônicos, conforme pesquisa feita pelo Instituto Dannermann Siemsen de Estudos de Propriedade Intelectual (IDS) em conjunto com

---

<sup>125</sup> BAIN & COMPANY BRASIL. A vergonha do luxo é uma teoria infundada. Disponível em: <[www.bain.com/offices/saopaulo/pt/publications/articles/2012/the-theory-of-luxury-shame-is-unfounded.aspx](http://www.bain.com/offices/saopaulo/pt/publications/articles/2012/the-theory-of-luxury-shame-is-unfounded.aspx)>. Acesso em: 02 out. 2013.

<sup>126</sup> Ibidem.

<sup>127</sup> BAIN & COMPANY BRASIL. *Mercado de luxo brasileiro crescerá até 25% nos próximos cinco anos, segundo projeções da Bain&Company*. Disponível em: <[www.bain.com/offices/saopaulo/pt/press/bain-projects-global-luxury-goods-market-will-grow-ten-percent-in-2012.aspx](http://www.bain.com/offices/saopaulo/pt/press/bain-projects-global-luxury-goods-market-will-grow-ten-percent-in-2012.aspx)>. Acesso em: 02 out. 2013.

o Ibope, que abrangeu o consumo de diversos produtos contrafeitos, dentre eles produtos de marcas de luxo, como bolsas, roupas e acessórios<sup>128</sup>.

A pesquisa concluiu também que um grande incentivo ao consumo de produtos contrafeitos são as brandas penas para o crime tipificado no artigo 184 do Código Penal, e os altos impostos incluídos nos preços dos produtos verdadeiros, como constatado pelo técnico da Receita Federal, Sérgio de Paula Santos<sup>129</sup>.

Outra pesquisa feita pelo Instituto Data Popular em todos os Estados brasileiros e no Distrito Federal, publicada em 20 de agosto de 2013, comprovou, mais uma vez, os altos índices do consumo de produtos contrafeitos pela classe alta<sup>130</sup>. Do total de entrevistados, 56% assumiu já ter consumido produtos contrafeitos. Dentre eles, 55% são mulheres, e neste universo, as classes A e B representam 73%. Como afirma o presidente do Instituto, as mulheres da classe alta conhecem mais as marcas internacionais e as consomem para adquirir status, ademais, devido a esse status social, desconfia-se menos que estejam usando um produto contrafeito<sup>131</sup>.

Outra questão que motiva esse consumo, conforme alegaram os entrevistados da pesquisa, se deve à inflação que vem encarecendo os produtos das marcas de luxo, além da alta do dólar, que os encarece ainda mais. A melhora da qualidade dos produtos contrafeitos também é um incentivo ao seu consumo, pois estão cada vez mais similares aos produtos originais<sup>132</sup>.

Observa-se também, que a questão do consumo de produtos contrafeitos ocorre em grande parte por razões culturais, e não só econômica. Das pesquisas citadas acima, extrai-se que grande parte dos consumidores de produtos

---

<sup>128</sup> CONSULTOR JURÍDICO. *Classes A e B são consumidoras de produtos piratas*. Consultor Jurídico. Disponível em: <[http://www.conjur.com.br/2005-jun-13/classes\\_sao\\_consumidoras\\_produtos\\_piratas](http://www.conjur.com.br/2005-jun-13/classes_sao_consumidoras_produtos_piratas)>. Acesso em: 23 set. 2013.

<sup>129</sup> Ibidem.

<sup>130</sup> Renda per capita acima de R\$ 1.019, conforme definição estabelecida pela SAE - Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República. Disponível em: <[www1.folha.uol.com.br/mercado/2013/08/1329026-mulher-rica-e-quem-mais-compra-pirataria.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2013/08/1329026-mulher-rica-e-quem-mais-compra-pirataria.shtml)>. Acesso em 01 out. 2013.

<sup>131</sup> ROLLI, Cláudia. Mulher rica é quem mais compra pirataria. Folha de São Paulo. Disponível em: <[www1.folha.uol.com.br/mercado/2013/08/1329026-mulher-rica-e-quem-mais-compra-pirataria.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2013/08/1329026-mulher-rica-e-quem-mais-compra-pirataria.shtml)>. Acesso em: 01 out. 2013.

<sup>132</sup> ROLLI, Cláudia. Mulher rica é quem mais compra pirataria. Folha de São Paulo. Disponível em: <[www1.folha.uol.com.br/mercado/2013/08/1329026-mulher-rica-e-quem-mais-compra-pirataria.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2013/08/1329026-mulher-rica-e-quem-mais-compra-pirataria.shtml)>. Acesso em: 01 out. 2013.

contrafeitos acreditam que as marcas contrafeitas já têm grande lucro e por isso a prática da contrafação não as afeta economicamente. Ao mesmo tempo, acreditam que esse comércio favorece os países mais pobres enquanto o comércio legal favorece apenas países ricos.

Esse entendimento, todavia, resta comprovadamente equivocado, conforme se demonstrará ao longo deste trabalho, sendo cada vez mais necessária a conscientização de todas as classes econômicas e sociais para que deixem de consumir produtos contrafeitos e, assim, se possa combater mais efetivamente a prática da contrafação.

## 2.4 EFEITOS NOCIVOS DA CONTRAFAÇÃO

As práticas de falsificação acima explicitadas geram diversos efeitos nocivos à sociedade, visto que a criação e a produção decorrentes da “capacidade intelectual dos indivíduos reflete-se diretamente no desenvolvimento de um país, notadamente em seu progresso social, econômico, político e cultural”<sup>133</sup>.

Na sequência, o presente trabalho fará uma amostragem desses cenários no contexto nacional.

### 2.4.1 Dimensão Social

O tema abordado reveste-se de grande importância e relevância tanto jurídica como social, em razão da danosa repercussão que a contrafação causa na sociedade e na economia, cabendo anotar que sua prática não é exclusiva a determinado setor, mas sim de alcance a todos os ramos produtivos, seja de alimentos, da indústria farmacêutica, de vestuário, de máquinas e equipamentos, e com grande comprometimento em serviços essenciais como o de saúde, de segurança pública, de transportes e infraestrutura.

Segundo dados da União Europeia a respeito da violação à Propriedade Industrial, “a contrafação representa entre 5% a 7% das trocas comerciais mundiais (INPI), conduz à perda de postos de trabalho e a prejuízos na

---

<sup>133</sup> GOYANES, Marcelo. *op. cit.* p. 5.

ordem dos 400 a 800 milhões de euros em empresas europeias no mercado interno e cerca de 2 bilhões de euros fora da União Europeia que são sentidos não só pelas empresas que investiram em inovação mas em toda a competitividade nacional”<sup>134</sup>.

Conforme o relatório do CNCP:

Ao longo dos últimos anos, a pirataria, ou comércio ilegal, tornou-se um fenômeno global, ligado ao crime organizado, e altamente lucrativo. Com isso, os governos passaram a perceber que não se trata de um crime que pode ser combatido de forma esporádica e/ou pontual. O fim (ou quase extinção) de algumas indústrias, com ou sem suas próprias e idiossincrasias, mostrou que, no mundo globalizado, a participação do Estado na luta contra esse delito é fundamental”<sup>135</sup>.

E não é só com o controle das fronteiras territoriais, mas também em ações de educação, legislação e controle econômico, que em longo prazo se conseguirá atingir o combate efetivo à prática da contrafação, não obstante, atualmente, já ser possível perceber certas mudanças.

A contrafação, não bastasse seu manifesto reconhecimento jurídico como algo ilícito, é também definida pela legislação brasileira como um delito, e que se tipifica por meios e mecanismos próprios, ainda que, de regra, associada à prática de outros crimes, o que mostra mais uma vez a gravidade da prática daquele delito.

A população brasileira, em geral, tem a cultura de adquirir produtos contrafeitos, desconhecendo o fato de a contrafação ser um crime. E mesmo a pessoa responsável pela comercialização de um produto contrafeito deixa de se importar com o ilícito praticado pois também está difundida na cultura brasileira a ideia de impunidade, e de modo que acredita que mesmo que seja um crime não tem muita gravidade e ninguém será punido por isso. Essa percepção, de não ser

---

<sup>134</sup> FERREIRA, Micaela Costa. *Design como indicador de inovação: estudo sobre as atividades de design na economia portuguesa*. 2012. 107 f. Dissertação (Mestrado)-Instituto Universitário de Lisboa. 2012. Disponível em:

<[http://www.marcaspatentes.pt/files/collections/pt\\_PT/1/271/Design%20como%20indicador%20de%20Inovacao%20-%20Micaela%20Ferreira.pdf](http://www.marcaspatentes.pt/files/collections/pt_PT/1/271/Design%20como%20indicador%20de%20Inovacao%20-%20Micaela%20Ferreira.pdf)>. Acesso em: 02 jul. 2013.

<sup>135</sup> BRASIL. Ministério da Justiça. Conselho Nacional de à Pirataria e Delitos contra a Propriedade Intelectual (CNCP). *Relatório do Programa Brasil Original*, 2011. p. 66. Disponível em: <[http://portal.mj.gov.br/services/DocumentManagement/FileDownload.EZTSvc.asp?DocumentID={81AEF77E-648E-4EF8-8B2A-4F1C120298D0}&ServiceInstUID={F8EDD690-0264-44A0-842F-504F8BAF81DC}](http://portal.mj.gov.br/services/DocumentManagement/FileDownload.EZTSvc.asp?DocumentID={81AEF77E-648E-4EF8-8B2A-4F1C120298D0}&ServiceInstUID={F8EDD690-0264-44A0-842F-504F8BAF81DC}>)>. Acesso em: 13 jul. 2013.

grave a contrafação é, entretanto, uma visão equivocada, pois, como acima se demonstrou com dados, são evidentes os danos causados pela prática daquele ilícito.

Além de ser um ilícito, os consumidores de produtos contrafeitos acabam por contribuir com essa prática, pois mesmo desconhecendo a sua origem, acreditam que estes não se diferem muito dos produtos originais. Para eles, a qualidade pouco importa, pois o principal é a aparência, ainda que, por falta de conhecimento, seja tida como semelhante ou até mesmo igual ao original, distinguindo-se apenas pelo preço, o que é uma ideia equivocada, pois na maioria das vezes os produtos contrafeitos, além de terem a sua qualidade comprometida, inclusive quanto à sua durabilidade, podem ser reproduções grosseiras que afetam ainda mais a credibilidade da marca.

Ressalta-se também a forte presença que a contrafação tem no setor informal, visto que os estabelecimentos comerciais devidamente inscritos no Registro de Empresas não têm permissão para revender produtos contrafeitos, pois essa prática é crime. Assim, estabelecimentos informais, localizados em regiões mais populares, às quais o grande público tem fácil acesso, são o foco dos revendedores e produtores de produtos contrafeitos.

Cabe anotar que, conforme disposição encontrada no Relatório “Trabalho Decente e Economia Informal” da Organização Internacional do Trabalho, o termo “setor informal” não é o mais adequado a ser utilizado, visto que se trata de um fenômeno de proporções muito maiores. Por isso, o mais adequado é falar-se em economia informal que abrange todos aqueles que exercem a atividade comercial fora do mercado formal, ou seja, são aqueles que não têm a proteção legal e assim são vulneráveis à contrafação.

A iniciativa de coibir o comércio pirata não partirá de dentro da sociedade, visto que ela, em sua maioria, ignora os prejuízos causados em razão da compra de produtos contrafeitos. Daí que cabe ao Estado o dever de conscientizar a população, para que o combate tenha um efeito real, além de tornar pública e evidente a ligação que essa prática tem com outros crimes, a exemplo do tráfico de drogas e do contrabando de armas.

Essa educação voltada para a população deve abranger tanto a conscientização acerca dos malefícios causados pela contrafação, por meio de programas, seminários ou cartilhas, como a capacitação de agentes públicos pelos mesmos meios, levando informações técnicas com o intuito de aumentar o combate efetivo a essa prática.

No final do ano de 2012 foi realizado o Seminário em Comemoração ao Dia Internacional de Combate à Pirataria<sup>136</sup> o qual teve como principal abordagem a importância da conscientização de todos os cidadãos quanto à gravidade dos efeitos nocivos que a prática da pirataria pode trazer à sociedade, pois essa prática financia o tráfico de drogas e abastece as organizações criminosas.

No Seminário, o Ministro da Justiça, José Eduardo Cardozo, afirmou que “a luta contra a pirataria é da sociedade e do Estado brasileiro. O crime da pirataria guarda conexão com o crime organizado, por isso estamos reconhecendo entidades que desenvolvem ações nessa área. Esse é um papel importante, que pode incentivar outras ações”<sup>137</sup>.

#### 2.4.2 Dimensão Econômica

Quanto ao enfoque econômico da questão, tem-se a ilicitude do alcance de resultados financeiros com o produto de criação própria, considerando que a apropriação indevida da Propriedade Intelectual, além de princípios éticos, pode levar ao comprometimento da própria imagem da coisa.

No Brasil estima-se que a prática ilícita da contrafação alcance cifras também expressivas, da ordem de 60 a 70 bilhões de reais, comprometendo cerca

---

<sup>136</sup> BRASIL. Ministério da Justiça. *Pirataria está conectada ao crime organizado*, 2012. Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br/main.asp?View=%7B61EDAA11-AF6B-43B2-BC4E-85B7B960DAB6%7D&BrowserType=NN&LangID=pt-br&params=itemID%3D%7B6D0DC665%2D1BE4%2D4FB0%2DA71C%2DE1619DDDC7B7%7D%3B&UIPartUID=%7B2218FAF9%2D5230%2D431C%2DA9E3%2DE780D3E67DFE%7D>>. Acesso em: 13 jul. 2013.

<sup>137</sup> BRASIL. Ministério da Justiça. *Pirataria está conectada ao crime organizado*, 2012. Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br/main.asp?View=%7B61EDAA11-AF6B-43B2-BC4E-85B7B960DAB6%7D&BrowserType=NN&LangID=pt-br&params=itemID%3D%7B6D0DC665%2D1BE4%2D4FB0%2DA71C%2DE1619DDDC7B7%7D%3B&UIPartUID=%7B2218FAF9%2D5230%2D431C%2DA9E3%2DE780D3E67DFE%7D>>. Acesso em: 13 jul. 2013.

de dois milhões de empregos formais que deixam de ser criados, além da evasão de divisas e sonegação fiscal, esta estimada em 40 bilhões de reais por ano<sup>138</sup>.

Mais especificamente, no que diz respeito à contrafação de produtos de luxo, foram apreendidos no ano de 2010, R\$ 28.060.900,28 em bolsas e acessórios, R\$ 6.976.555,90 em calçados, R\$ 68.937.030,66 em óculos de sol, R\$ 16.644.898,68 em armações de óculos de grau, R\$ 46.191.012,80 em relógios e R\$ 68.441.229,22 em vestuário<sup>139</sup>.

Esse prejuízo se torna ainda mais alarmante ao observar que, em 2009, apesar da crise financeira mundial, o mercado de luxo no Brasil atingiu cifras de mais de 6 bilhões de dólares<sup>140</sup>.

Em números, foram apreendidos entre dezembro de 2010 a outubro de 2012, 72 milhões de mercadorias somente em Brasília, correspondendo a R\$ 2,5 bilhões, portanto, os impostos que deixaram de ser arrecadados nesse período contabilizam algo em torno de 600 milhões de reais, valor que deixou de ser aplicado em setores da sociedade carentes de investimento, como a educação e a saúde.

Somente no ano de 2012 foram apreendidos pela Polícia Rodoviária Federal 91.716 litros de bebidas, 225.704 de CDs, 3,13 milhões de pacotes de cigarros, 184.211 litros de combustíveis, 81.652 equipamentos de informática e 671.967 de medicamentos, todos produtos contrafeitos<sup>141</sup>.

---

<sup>138</sup> SISTEMA FIRJAN. Números da pirataria no Brasil, 2011. Disponível em: <<http://www.firjan.org.br/data/pages/4028808121372558012139E0478A54DE.htm>>. Acesso em: 14 jul. 2013.

<sup>139</sup> BRASIL. Ministério da Justiça. Conselho Nacional de à Pirataria e Delitos contra a Propriedade Intelectual (CNCP). Relatório do Programa Brasil Original, 2011. Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br/services/DocumentManagement/FileDownload.EZSvc.asp?DocumentID={81AEF77E-648E-4EF8-8B2A-4F1C120298D0}&ServiceInstUID={F8EDD690-0264-44A0-842F-504F8BAF81DC}>>>. Acesso em: 13 jul. 2013.

<sup>140</sup> CAMPO, Elisa; YOSHIDA, Soraia. *O mapa do mercado de luxo no Brasil*, 2010. Disponível em: <<http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,ERT127499-16357,00.html>>. Acesso em: 01 ago. 2013.

<sup>141</sup> BRASIL. Ministério da Justiça. *Pirataria está conectada ao crime organizado*, 2012. Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br/main.asp?View=%7B61EDAA11-AF6B-43B2-BC4E-85B7B960DAB6%7D&BrowserType=NN&LangID=pt-br&params=itemID%3D%7B6D0DC665%2D1BE4%2D4FB0%2DA71C%2DE1619DDDC7B7%7D%3B&UIPartUID=%7B2218FAF9%2D5230%2D431C%2DA9E3%2DE780D3E67DFE%7D>>. Acesso em: 13 jul. 2013.

No âmbito do Distrito Federal, as maiores apreensões em 2012 foram feitas no entorno de Brasília, cujas apreensões somam 176.362 CDs e DVDs incluindo as cidades do Gama, Santa Maria, Recanto das Emas, Riacho Fundo I, Núcleo Bandeirante e Riacho Fundo II, e 173.472 CDs e DVDs nas cidades de Ceilândia, Taguatinga, Brazlândia, Águas Claras e Vicente Pires. Cabe mencionar que Brasília adota o programa coordenado pelo CNCP, Combate Livre à Pirataria<sup>142</sup>.

### 2.4.3 Dimensão Política

#### Conforme o relatório do Conselho Nacional de Combate à Pirataria

A pirataria é uma prática de concorrência desleal que prejudica diretamente a indústria, e a economia nacional perde imensamente com isso. Pesquisa feita pela FIRJAN (Federação da Indústria do Rio de Janeiro) mostrou que, devido a isso, as empresas fluminenses tinham um prejuízo de quase 1 bilhão de reais ao ano e cerca de 18 mil postos de trabalhos perdidos. Segundo informações divulgadas, empresas nacionais de roupas, discos, brinquedos e cigarros perdem quase 6 bilhões de reais ao ano com a pirataria. Só o setor têxtil perde 20% de suas vendas.<sup>143</sup>

O presidente do Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial, Roberto Abdenur, afirmou no Seminário em Comemoração ao Dia Internacional de Combate à Pirataria que “a pirataria afeta a imagem do país e os investimentos pelos estrangeiros”<sup>144</sup>.

Um dos problemas que dificulta o combate efetivo à violação de Propriedade Intelectual é a legislação e jurisprudências que favorecem o crime,

<sup>142</sup> BRASIL. Ministério da Justiça. *Apreensões de CDs e DVDs piratas no DF quintuplicam*, 2012. Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br/main.asp?View=%7B61EDAA11-AF6B-43B2-BC4E-85B7B960DAB6%7D&Team=&params=itemID=%7B84A2CB43-6ACC-4618-A43A-9E5C9137D20F%7D;&UIPartUID=%7B2218FAF9-5230-431C-A9E3-E780D3E67DFE%7D>>. Acesso em: 13 jul. 2013.

<sup>143</sup> BRASIL. Ministério da Justiça. Conselho Nacional de à Pirataria e Delitos contra a Propriedade Intelectual (CNCP). Relatório do Programa Brasil Original, 2011. Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br/services/DocumentManagement/FileDownload.EZTSvc.asp?DocumentID={81AEF77E-648E-4EF8-8B2A-4F1C120298D0}&ServiceInstUID={F8EDD690-0264-44A0-842F-504F8BAF81DC}>>>. Acesso em: 13 jul. 2013.

<sup>144</sup> BRASIL. Ministério da Justiça. *Pirataria está conectada ao crime organizado*, 2012. Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br/main.asp?View=%7B61EDAA11-AF6B-43B2-BC4E-85B7B960DAB6%7D&BrowserType=NN&LangID=pt-br&params=itemID%3D%7B6D0DC665%2D1BE4%2D4FB0%2DA71C%2DE1619DDDC7B7%7D%3B&UIPartUID=%7B2218FAF9%2D5230%2D431C%2DA9E3%2DE780D3E67DFE%7D>>. Acesso em: 13 jul. 2013.

afirmou o presidente executivo do Fórum Nacional Contra a Pirataria e Ilegalidade (FNCP), Edson Luiz Vismona, que mencionou ainda que o Brasil é o grande responsável pelo mercado da pirataria na Bolívia, Chile e Uruguai<sup>145</sup>.

Portanto pode-se verificar que os efeitos nocivos da prática da contrafação compromete não somente o desenvolvimento econômico do Brasil como também dos países vizinhos, todos em desenvolvimento, o que retarda e dificulta suas inserções no mercado mundial.

---

<sup>145</sup> BRASIL. Ministério da Justiça. *Pirataria está conectada ao crime organizado*, 2012. Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br/main.asp?View=%7B61EDAA11-AF6B-43B2-BC4E-85B7B960DAB6%7D&BrowserType=NN&LangID=pt-br&params=itemID%3D%7B6D0DC665%2D1BE4%2D4FB0%2DA71C%2DE1619DDDC7B7%7D%3B&UIPartUID=%7B2218FAF9%2D5230%2D431C%2DA9E3%2DE780D3E67DFE%7D>>. Acesso em: 13 jul. 2013.

### 3 REPERCUSSÃO JURÍDICA E POLÍTICAS DE COMBATE À CONTRAFAÇÃO

A prática da contrafação produz diversos efeitos, como já foi visto anteriormente, mas a compreensão de sua repercussão jurídica é indispensável para seu combate, pois somente assim a proteção da Propriedade Intelectual conferida por lei será efetiva.

A repercussão jurídica da contrafação se dá tanto no âmbito cível como no âmbito penal, e esta abordagem se verá a seguir. Também serão abordadas as normas protetivas internacionais e nacionais em relação à Propriedade Intelectual.

Juntamente com a legislação a esse respeito, a ação do Estado também exerce um importante papel no combate à contrafação, sobretudo na conscientização dos consumidores, levando-os ao conhecimento dos efeitos nocivos, já explicitados, que a prática pode trazer à sociedade.

#### 3.1 ILÍCITO CÍVEL

Historicamente, a previsão de reparação cível por violação das marcas na ordem jurídica nacional ingressou em nosso arcabouço legal em 1875, após representativo caso patrocinado pelo renomado Ruy Barbosa<sup>146</sup>.

No ano anterior, aquele jurista foi contratado pela empresa Meuron & Cia., detentora da tradicional marca RAPÉ AREA PRETA, e que se considerava lesada por contrafação com o lançamento do produto RAPÉ AREA FINA. Esse produto era marcado pelos mesmos elementos distintivos da notória marca referida primariamente<sup>147</sup>.

Mesmo com todas as evidências da fraude, havia omissão legal em relação ao tema e conseqüente impossibilidade de condenação indenizatória em detrimento dos contrafatores. O processo foi encerrado com a absolvição dos querelados<sup>148</sup>.

---

<sup>146</sup> SOARES, José Carlos Tinoco. *Processo civil nos crimes contra a propriedade intelectual*. São Paulo: Jurídica Brasileira, 1998. p. 11.

<sup>147</sup> *Ibidem*.

<sup>148</sup> SILVEIRA, Lilian de Melo; MARANHÃO, Ricardo; DIAS, Carlos A. U.; GARCIA JUNIOR, Gentil. Associação Brasileira dos Agentes da Propriedade Industrial. *Propriedade Industrial no Brasil: 50*

Nesse cenário, percebida a necessidade de regulação e proteção da marca, foi editado o Decreto nº 2682/1875<sup>149</sup>, considerada a primeira lei brasileira nesse sentido e pioneira na disposição da reparação cível por prejuízos causados pela contrafação de signos industriais ou de comércio<sup>150</sup>.

No ordenamento jurídico brasileiro atual é a própria Lei 9279/96 – Lei de Propriedade Industrial – que prevê as hipóteses fáticas em que tem lugar a ação indenizatória e as situações de ressarcimento, em seus artigos 173, 202 e 207 a 210<sup>151</sup>.

Reconhecido o direito à indenização, interessante questionamento que se faz é quanto à necessidade de comprovação do dano causado pela contrafação

*Anos de História*. São Paulo: ABAPI, 1998. p. 11. Disponível em: <<http://www.abapi.org.br/pdfs/livros/abapi50anos0.pdf>>. Acesso em: 22 set. 2013.

<sup>149</sup> Em seu nono artigo, o Decreto nº 2.682/1875 preceituava que “*Além das penas de que tratam os artigos antecedentes, fica, em todo o caso, garantido aos prejudicados o direito à justa satisfação do dano, que será efetivo nos termos da legislação atualmente em vigor.*” BRASIL. *Decreto nº 2.682, de 23 de outubro de 1875*. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1824-1899/decreto-2682-23-outubro-1875-549770-publicacaooriginal-65288-pl.html>>. Acesso em: 22 set. 2013.

<sup>150</sup> SOARES, José Carlos Tinoco. *op. cit.* p. 11.

<sup>151</sup> Art. 173. A ação de nulidade poderá ser proposta pelo INPI ou por qualquer pessoa com legítimo interesse. Parágrafo único. O juiz poderá, nos autos da ação de nulidade, determinar liminarmente a suspensão dos efeitos do registro e do uso da marca, atendidos os requisitos processuais próprios.

Art. 202. Além das diligências preliminares de busca e apreensão, o interessado poderá requerer:

I - apreensão de marca falsificada, alterada ou imitada onde for preparada ou onde quer que seja encontrada, antes de utilizada para fins criminosos; ou

II - destruição de marca falsificada nos volumes ou produtos que a contiverem, antes de serem distribuídos, ainda que fiquem destruídos os envoltórios ou os próprios produtos.

Art. 207. Independentemente da ação criminal, o prejudicado poderá intentar as ações cíveis que considerar cabíveis na forma do Código de Processo Civil.

Art. 208. A indenização será determinada pelos benefícios que o prejudicado teria auferido se a violação não tivesse ocorrido.

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.

Art. 210. Os lucros cessantes serão determinados pelo critério mais favorável ao prejudicado, dentre os seguintes:

I - os benefícios que o prejudicado teria auferido se a violação não tivesse ocorrido; ou

II - os benefícios que foram auferidos pelo autor da violação do direito; ou

III - a remuneração que o autor da violação teria pago ao titular do direito violado pela concessão de uma licença que lhe permitisse legalmente explorar o bem.

para efeitos de restituição. O melhor entendimento doutrinário e jurisprudencial diz tratar-se de dano *in re ipsa*, ou seja, que prescinde comprovação. A mera configuração da ilicitude (uso indevido da marca) gera o dever de indenizar<sup>152</sup>.

Goyanes entende que a abrangência dos critérios de fixação de indenização por uso não autorizado dos signos demonstraria que a contrafação de produtos ocasiona prejuízo em qualquer hipótese. Dessa maneira, não há situação em que a violação da marca não gere danos<sup>153</sup>.

O entendimento consolidado pelos julgados do STJ corrobora a visão do autor. Destaca-se, nessa esteira, trecho do voto do Min. Relator Fernando Gonçalves, na apreciação do REsp 662.917:

(...) a indenização foi determinada com fundamento na Lei 9.279/96, que não exige a prova material do dano, mas apenas do ilícito.

Desta forma, o titular do registro da marca no INPI tem direito de usá-la com exclusividade e o seu uso por outrem, sem a devida licença, presume-se prejudicial a quem detém a titularidade<sup>154</sup>.

Para Goyanes, há três critérios legais que resultam na reparação dos danos ao titular dos direitos de propriedade por parte do infrator: “benefícios que o prejudicado teria auferido se a violação não tivesse ocorrido”, pelos “benefícios que foram auferidos pelo autor da violação do direito”, bem como pela “remuneração que o violador teria pago ao titular do direito violado pela concessão de autorização para explorar legalmente o bem”<sup>155</sup>.

No caso das marcas de luxo há ainda um elemento diferenciador e justificador da indenização dos danos morais, esses decorrentes da ofensa à imagem do titular da Propriedade Industrial, na medida em que essas marcas diferenciam-se por abarcarem em si aspecto de seletividade e exclusividade em relação a seus consumidores.

---

<sup>152</sup> CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA. *Propriedade industrial aplicada: reflexões para o magistrado*. Brasília: CNI. p. 112.

<sup>153</sup> GOYANES, Marcelo. *op. cit.* p. 62.

<sup>154</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial. RESP 662917/MG. Quarta Turma. Recorrente: Dijon S/A. Recorrido: Construtora Guerra Martins LTDA. Relator(a): Min. Fernando Gonçalves. Brasília, 25 de novembro de 2008. Disponível em: <[https://ww2.stj.jus.br/processo/pesquisa/?num\\_registro=200400841382&aplicacao=processos.ea](https://ww2.stj.jus.br/processo/pesquisa/?num_registro=200400841382&aplicacao=processos.ea)>. Acesso em: 13 jul. 2013.

<sup>155</sup> GOYANES, Marcelo. *op. cit.* p. 292 e 293.

Foi esse o fundamento norteador da corrente vencedora no julgamento do REsp 466761/RJ, já citado nessa monografia. Na análise do cabimento de ressarcimento por danos morais relacionado à vulgarização da marca Louis Vuitton pela contrafação de bolsas da empresa, a maioria dos ministros considerou que esse aspecto é fundamental na composição do quantum indenizatório:

Não se pode negar que, dependendo do produto, se exposto à venda em alta quantidade, pode desmotivar a adquiri-lo e até a usá-lo, pois, poderia vulgarizar-se e, com isso, perder prestígio junto a certa classe de clientes<sup>156</sup>.

### 3.2 ILÍCITO PENAL

Quanto à adequação da falsificação como ilícito penal, Goyanes comenta que “ninguém duvide de que é crime contra a Propriedade Industrial piratear<sup>157</sup> um design registrado de joia. É o que determina a Lei”<sup>158</sup>.

Consiste em ilícito penal a violação de Direito Autoral, que está tipificada no artigo 184 do Código Penal<sup>159</sup>. Portanto, o crime somente ocorre caso

---

<sup>156</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial. RESP 466761. Terceira Turma. Recorrente: Louis Vuitton Distribuição LTDA. e Outro. Recorrido: Caliente Comércio de Modas LTDA. e Outro. Relator(a): Min. Fátima Nancy Andrighi. Brasília, 03 de abril de 2003. Disponível em: <<https://ww2.stj.jus.br/processo/pesquisa/?tipoPesquisa=tipoPesquisaNumeroRegistro&termo=200201049450&totalRegistrosPorPagina=40&aplicacao=processos.ea>>. Acesso em: 13 jul. 2013.

<sup>157</sup> Como visto nos capítulos anteriores, o termo correto a ser utilizado na afirmativa seria “contrafação”.

<sup>158</sup> GOYANES, Marcelo. *op. cit.* p. 291.

<sup>159</sup> Art. 184. Violar direitos de autor e os que lhe são conexos:

Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa.

§ 1º Se a violação consistir em reprodução total ou parcial, com intuito de lucro direto ou indireto, por qualquer meio ou processo, de obra intelectual, interpretação, execução ou fonograma, sem autorização expressa do autor, do artista intérprete ou executante, do produtor, conforme o caso, ou de quem os represente:

Pena - reclusão, de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa.

§ 2º Na mesma pena do § 1º incorre quem, com o intuito de lucro direto ou indireto, distribui, vende, expõe à venda, aluga, introduz no País, adquire, oculta, tem em depósito, original ou cópia de obra intelectual ou fonograma reproduzido com violação do direito de autor, do direito de artista intérprete ou executante ou do direito do produtor de fonograma, ou, ainda, aluga original ou cópia de obra intelectual ou fonograma, sem a expressa autorização dos titulares dos direitos ou de quem os represente.

§ 3º Se a violação consistir no oferecimento ao público, mediante cabo, fibra ótica, satélite, ondas ou qualquer outro sistema que permita ao usuário realizar a seleção da obra ou produção para recebê-la em um tempo e lugar previamente determinados por quem formula a demanda, com intuito de lucro, direto ou indireto, sem autorização expressa, conforme o caso, do autor, do artista intérprete ou executante, do produtor de fonograma, ou de quem os represente:

haja a reprodução“ de obra intelectual, interpretação, execução ou fonograma, sem autorização expressa do autor, do artista intérprete ou executante, do produtor”<sup>160</sup> com intuito de lucro.

Não obstante a literalidade da lei, alguns julgados vêm considerando que não se deve punir penalmente os crimes tipificados no artigo 184, com a justificativa de que deve ser aplicado o Princípio da Adequação Social e da Insignificância, como se observa na jurisprudência a seguir.

**E M E N T A – RECURSO EM SENTIDO ESTRITO – VIOLAÇÃO DE DIREITO AUTORAL – DENÚNCIA REJEITADA – RECURSO MINISTERIAL – CRIME FORMALMENTE TÍPICO - AUSÊNCIA DE TIPICIDADE MATERIAL – APLICAÇÃO DO PRINCÍPIO DA TIPICIDADE CONGLOBANTE – DECISÃO MANTIDA - RECURSO PROVIDO.** A conduta perpetrada pelo réu, consistente em expor à venda, com intuito de lucro, DVDs e CDs diversos, reproduzidos com violação de direito autoral, inobstante formalmente típica, não é antijurídica, numa ideia material da tipicidade penal. Nesse aspecto, vale esclarecer que a tipicidade formal é a adequação de uma conduta à descrição abstrata de um crime. Já a tipicidade material analisa a lesividade da ação praticada pelo agente, em face do bem jurídico protegido pelo Direito Penal. Então, para ser delituoso um comportamento humano, além de subsumir-se a uma norma incriminadora (estar expressamente previsto em lei como crime), deve ter provocado uma ofensa relevante no bem jurídico tutelado, ou uma significativa ameaça de lesão a ele. Assim, à luz da moderna teoria da tipicidade “conglobante”, de Zaffaroni, se uma norma permite, fomenta ou determina uma conduta, o que está permitido, fomentado ou determinado por uma norma não pode estar proibido por outra. Em outras linhas, se o próprio Estado permite, fomenta uma atividade tida como ilícita, na medida em que autoriza a instalação de shoppings populares, com o único propósito de comercializar artigos ‘populares’, mas que, na verdade, são uma grande feira de pirataria (autorizações contidas em normas extrapenais), na pode ao mesmo tempo incriminá-la. (RECURSO EM SENTIDO ESTRITO - N. 2010.017284-5/0000-00. RELATOR DESEMBARGADOR ROMERO OSME DIAS LOPES. TJMS. DJE DATA: 27/09/2013)<sup>161</sup>

Pena - reclusão, de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa.

§ 4º O disposto nos §§ 1º, 2º e 3º não se aplica quando se tratar de exceção ou limitação ao direito de autor ou os que lhe são conexos, em conformidade com o previsto na, nem a cópia de obra intelectual ou fonograma, em um só exemplar, para uso privado do copista, sem intuito de lucro direto ou indireto.

<sup>160</sup> GOYANES, Marcelo. *op. cit.* p. 292 e 293.

<sup>161</sup> MATO GROSSO DO SUL. *Tribunal de Justiça do Mato Grosso do Sul*. Recurso em Sentido Estrito. 2010.017284-5/0000-00. Relator(a): Carlos Eduardo Contar. Cuiabá, 27 de setembro de 2013. Disponível em: <<http://www.tjms.jus.br/>>. Acesso em: 13 out. 2013.

Não se pode deixar de considerar a propriedade da argumentação exposta no julgado ora mencionado, embora com ele não se concorde, traduzindo-se até mesmo em posição isolada. Não é difícil contrariar-se a posição jurisprudencial ora citada, na medida em que não é justificável aceitar-se o comportamento social ilícito, e que é tolerado pela sociedade como inserido no plano da conduta lícita. Isto porque no caso da falsificação, objeto deste trabalho, a lesão causada resta por violar o direito a produção intelectual e que guarda proteção de nível constitucional, conforme artigo 5º, incisos XXVII e XXIX da Constituição Federal<sup>162</sup>, o que exige do intérprete maior cautela ao pretender afastar-se de uma conduta tida como ilícita.

É no parlamento o local apropriado para definição das condutas sociais tidas como lícitas ou ilícitas, sendo arriscado que o judiciário se coloque explicitamente contrário à expressa disposição em lei, como negar a ocorrência de crime na hipótese do artigo 184 do CP, em flagrante configuração ao ativismo judicial, de discutível aceitação pela comunidade jurídica. O fato é que, na verdade os próprios tribunais têm mantido o reconhecimento da conduta criminosa na reprodução e comercialização de CDs e DVDs de conteúdo artístico, conforme esclarecem os acórdãos a seguir, do mesmo tribunal em que foi manifestado o entendimento acima.

APELAÇÃO – PENAL – VIOLAÇÃO DE DIREITO AUTORA – LAUDO PERICIAL CONCLUSIVO QUANTO À CONTRAFAÇÃO – INDIVIDUALIZAÇÃO DAS VÍTIMAS – DESNECESSIDADE – PRINCÍPIO DA INSIGNIFICÂNCIA E ADEQUAÇÃO SOCIAL – ATIVIDADE INTELECTUAL NÃO MENSURÁVEL – INAPLICABILIDADE – CONDENAÇÃO – IMPROVIMENTO. A materialidade do crime de violação de direito autoral na modalidade de expor à venda CDs e DVDs falsificados independe da

---

<sup>162</sup> BRASIL. Constituição Federal, de 05 de outubro de 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em 13 ago. 2013.

Artigo 5º, Inciso XXVII: aos autores pertence o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar;

Inciso XXVIII: são assegurados nos termos da lei:

a) a proteção às participações individuais em obras coletivas e à reprodução da imagem e voz humanas, inclusive nas atividades desportivas;

b) o direito de fiscalização do aproveitamento econômico das obras que criarem ou de que participarem aos criadores, aos intérpretes e às respectivas representações sindicais e associativas;

Inciso 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;

individualização das vítimas, bastando laudo pericial atestando a contrafação do material apreendido, eis que a geração de som e imagem é característica inerente ao objeto. Quando da análise de violação do direito autoral (art. 5º, XXII, da Constituição Federal) afasta-se a aplicação do princípio da insignificância e da adequação social, uma vez que não é a quantificação arbitrária e subjetiva quanto ao número de cópias expostas à venda ou o valor irrisório de cada uma delas que caracteriza a conduta criminosa, mas a ofensa da atividade intelectual não mensurável. Apelação defensiva a que se nega provimento, ante o acerto da decisão singular. (APELAÇÃO CRIMINAL - DETENÇÃO E MULTA - N. 2010.023767-7/0000-00. RELATOR DESIGNADO DESEMBARGADOR CARLOS EDUARDO CONTAR. TJMS. DJE DATA: 04/10/2010)<sup>163</sup>

Assim, observa-se que o fato de ser produzida uma simples cópia de CD ou DVD representa a prática da pirataria por si só, independente do valor das mercadorias ser irrisório ou não, devendo seus agentes ser passíveis de punição. Ademais, deve ser considerado que esse tipo de produto é produzido grande escala, resultando em um elevado valor quando somadas todas as mercadorias. Esse entendimento também pode ser verificado no acórdão que segue, do qual se subtrai a mesma análise.

**E M E N T A – RECURSO EM SENTIDO ESTRITO – PEDIDO MINISTERIAL – REJEIÇÃO DA DENÚNCIA PELO JUIZ – PRINCÍPIO DA INSIGNIFICÂNCIA – DVD’s “PIRATAS” – VIOLAÇÃO A DIREITO AUTORAL – CONDOTA RELEVANTE – PREJUÍZOS A TODA A SOCIEDADE – RECURSO PROVIDO.**

O fato de a população tolerar a venda de produtos contrafeitos não afasta a lesividade da conduta, que traz prejuízos à Administração Pública, ao setor privado e a toda sociedade, vez que, em regra, está ligada a outras atividades criminosas. Recurso provido para determinar a retomada da ação penal em desfavor dos recorridos, que foram flagrados com 370 DVDs piratas para serem comercializados. (RECURSO EM SENTIDO ESTRITO - N. 2011.011056-3/0000-00. RELATOR DORIVAL MOREIRA DOS SANTOS. TJMS. DJE DATA: 20/06/2011)<sup>164</sup>

Depreende-se do julgado acima também, que a contrafação não pode deixar de ser considerada como uma prática ilícita apesar de sua aceitação social,

---

<sup>163</sup> MATO GROSSO DO SUL. *Tribunal de Justiça do Mato Grosso do Sul*. Apelação Criminal. 2010.023767-7/0000-00. Relator(a): Carlos Eduardo Contar. Cuiabá, 04 de outubro de 2010. Disponível em: <<http://www.tjms.jus.br/>>. Acesso em: 13 jul. 2013.

<sup>164</sup> MATO GROSSO DO SUL. *Tribunal de Justiça do Mato Grosso do Sul*. Recurso em Sentido Estrito. 2011.011056-3/0000-00. Relator(a): Dorival Moreira dos Santos. Cuiabá, 20 de junho de 2011. Disponível em: <<http://www.tjms.jus.br/>>. Acesso em: 13 jul. 2013.

pois como já explicitado, está tipificada no Código Penal. Essa aceitação social se deve, como se verificou anteriormente, sobretudo pela falta de conhecimento dos consumidores de produtos contrafeitos em relação aos prejuízos causados à sociedade.

Conforme explica Octahydes Ballan Junior “a partir da premissa de que o direito penal somente tipifica condutas que têm certa “relevância social”, posto que do contrário não poderiam ser delitos, deduz-se, como consequência, que há condutas que, por sua “adequação social”, não podem ser consideradas como tal. Esta é a essência da chamada teoria da “adequação social da conduta”: as condutas que se consideram “socialmente adequadas” não podem ser delitos, e, portanto, devem ser excluídos do âmbito da tipicidade<sup>165</sup>.

A aplicação desse princípio ao caso em questão, porém, não se justifica pois o simples fato de a prática da pirataria/contrafação estar disseminada na sociedade não significa que seja uma conduta aceita e correta, pois tanto os produtores, quanto os comerciantes, como os consumidores devem ser responsabilizados pela prática do delito que está explicitamente tipificado no artigo 184 do Código Penal, pois estão plenamente conscientes da ilicitude de suas condutas, devido às inúmeras campanhas de conscientização veiculadas nos meios de comunicação.

Quanto ao princípio da insignificância, tampouco pode ser aplicado ao caso, visto que os efeitos da prática do delito de pirataria/contrafação não são insignificantes, ou seja, seus efeitos repercutem de forma direta na economia e na sociedade, como já observado acima, como por exemplo, ao contribuir com o crime organizado, impedir a aplicação da oferta de emprego no país e diminuir a arrecadação de tributos.

Aliás, a jurisprudência predominante ainda se dá no sentido de que devem ser punidos os crimes tipificados no artigo 184 do Código Penal, como se observa no julgado abaixo.

---

<sup>165</sup> BALLAN JUNIOR, Octahydes. *A Falsificação de CDs e DVDs e a adequação social*, 2008. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/11587/a-falsificacao-de-cds-e-dvds-e-a-adequacao-social>>. Acesso em: 17 set. 2013.

EMENTA: HABEAS CORPUS. VIOLAÇÃO DE DIREITOS AUTORAIS. ART. 184, §§ 1º e 2º, DO CP. WRIT SUBSTITUTIVO DE RECURSO ESPECIAL. DESVIRTUAMENTO. PRECEDENTES. ART. 530-D DO CPP. PERÍCIA SOBRE TODOS OS BENS APREENDIDOS. EXIGÊNCIA QUE NÃO SE PRESTA PARA FINS DE COMPROVAÇÃO DA MATERIALIDADE DELITIVA. PRINCÍPIOS DA ADEQUAÇÃO SOCIAL E DA INSIGNIFICÂNCIA. PRETENDIDA APLICAÇÃO. IMPOSSIBILIDADE. CONDUTA FORMAL E MATERIALMENTE TÍPICA. MANIFESTO CONSTRANGIMENTO ILEGAL NÃO EVIDENCIADO. (...)7. Mostra-se inviável concluir que as condutas perpetradas pelos pacientes sejam dotadas de mínima ofensividade, inexpressiva lesividade ao bem jurídico tutelado e de reduzido grau de reprovabilidade, tendo em vista que, além de violarem sensivelmente direitos autorais, causam grandes prejuízos, não apenas aos artistas, mas também aos comerciantes regularmente estabelecidos, bem como a todos os integrantes da indústria fonográfica nacional e ao Fisco, pela burla no pagamento de impostos. 8. A propagação do comércio de mercadorias "pirateadas", objetivando o lucro, revela o alto grau de reprovabilidade da conduta, que, embora seja constante, não a torna socialmente adequada e aceitável, tampouco penalmente irrelevante, o que nos leva a concluir pela necessidade de intervenção estatal.9. Habeas corpus não conhecido. EMEN: (HC 201101686490, SEBASTIÃO REIS JÚNIOR, STJ - SEXTA TURMA, DJE DATA:10/04/2013 ..DTPB:.)<sup>166</sup>.

Assim, resta observado que, ainda que uma minoria de juízes possa, por suas posições, contribuir para a prática do crime de violação dos direitos autorais, com a absolvição de produtores, comerciantes e consumidores, grande parte dos juízes sustenta posição diversa, e nisso contribuindo, efetivamente, no combate a esse delito, inclusive com a condenação dos agentes daquela prática ilícita.

### 3.3 NORMAS PROTETIVAS

A proteção da Propriedade Intelectual traz benefícios inegáveis para as nações. A redução da pirataria ajuda a promover o potencial criativo e inovador dos países, além de alavancar o crescimento da economia<sup>167</sup>.

---

<sup>166</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Habeas Corpus. HC 201101686490. Sexta Turma. Relator(a): Min. Sebastião Reis Junior. Brasília, 10 de abril de 2013. Disponível em: <<http://www.tjto.jus.br/diario/diariopublicado/806.pdf>>. Acesso em: 13 jul. 2013.

<sup>167</sup> GONÇALVES, Márcio. Informática e Tecnologia. *Jornal de Brasília*, Brasília, abr. 2003.

### 3.3.1 Internacionais

Como já elucidado no tópico 1.2, relativo ao arcabouço histórico, a Convenção da União de Paris<sup>168</sup>, realizada em 1883, foi de suma importância para proteção internacional da Propriedade Intelectual em diversos países que aderiram à Convenção, dentre eles o Brasil.

A Convenção tem como principal enfoque a questão da uniformização das normas a respeito da Propriedade Intelectual, aplicando princípios que visem a sua proteção bem como a determinação de equivalência na aplicação das normas para os estrangeiros e nacionais em cada nação<sup>169</sup>.

Importante destacar a proteção estabelecida pela Convenção de Paris às marcas notoriamente conhecidas independentemente da realização de registro, em seu artigo 6bis<sup>170</sup>, como é o caso das marcas de luxo.

Como já anotado em linhas atrás, atualmente, um dos principais instrumentos que tem como objetivo aproximar as diferentes legislações internacionais acerca da Propriedade Intelectual é o Agreement Trade – Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPs), que visa principalmente auxiliar na solução de conflitos relacionados à Propriedade Intelectual além de buscar estabelecer um modo que consiga garantir uma proteção efetiva à Propriedade Intelectual no âmbito internacional<sup>171</sup>.

O conteúdo do Tratado consiste nos “direitos de autor e direitos conexos, marcas, indicações geográficas, desenhos industriais, patentes, topografias de circuitos integrados, proteção de informação confidencial e controle de práticas de concorrência desleal em contratos de licença”<sup>172</sup>.

---

<sup>168</sup> Reformas do texto original da Convenção de Paris: 1890, em Madri; 1900, em Bruxelas; 1911, em Washington; 1925, em Haia; 1934, em Londres; 1958, em Lisboa; e a mais recente em 1967, em Estocolmo.

<sup>169</sup> GOYANES, Marcelo. *op. cit.* p. 35.

<sup>170</sup> FRANÇA. *Convenção de Paris, de 20 de março de 1883*. Artigo 1º, §2º. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/1990-1994/anexo/and1263-94.pdf](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/anexo/and1263-94.pdf)>. Acesso em: 14 nov. 2013.

<sup>171</sup> LESSA, Antônio Carlos. *A construção da Europa: a última utopia das relações internacionais*. Brasília: IBRI, 2003. p. 18/19.

<sup>172</sup> BARBOSA, Denis Borges. *op. cit.* p. 56.

Esse acordo teve sua origem no Acordo Geral de Tarifas e Comércio – GATT, que em 1982 se preocupou em investir no combate à contrafação com o intuito de inibir o tráfego de produtos contrafeitos de grandes marcas nas zonas de fronteira<sup>173</sup>. No entanto, o Brasil se opunha a aplicar essa política naquele momento, pois para os países em desenvolvimento, esse fechamento das fronteiras era visto como uma desvantagem para o comércio ainda em expansão. Mas mesmo assim foi instituído em 1984 um grupo de negociação que tratava sobre os “aspectos dos direitos de Propriedade Intelectual que afetam o comércio internacional, inclusive o comércio de bens contrafeitos”.

Ainda no âmbito do TRIPs observa-se uma incidência maior de suas normas na contrafação de Propriedade Intelectual, em especial à Propriedade Industrial. Assim, as normas internacionais tem grande influência nas normas nacionais nesse âmbito em especial, e por esta razão existem diversos acordos e tratados de grande estabilidade relativos à Propriedade Intelectual incidentes no Brasil.

O acordo determina também, em seu artigo 27, inciso I<sup>174</sup>, que os Estados Membros do Tratado confirmam patentes a todo produto proveniente de novas ideias, desde que passem por um processo inventivo e possam se submeter à aplicação industrial. Para isso, deve ser garantida uma proteção da patente, assegurando a exclusividade do seu titular sobre o produto, a fim de evitar que outras pessoas, físicas ou jurídicas, produzam, usem ou coloquem a venda, vendam ou importem aquele produto sem o consentimento do detentor da patente.

Na área do Direito Autoral, uma convenção das mais importantes no âmbito mundial é a Convenção de Berna de 1886 e o mais recente Tratado de Direitos Autorais da OMPI (Organização Mundial da Propriedade Intelectual) que advém da anterior.

---

<sup>173</sup> BARBOSA, Denis Borges. *op. cit.* p. 56.

<sup>174</sup> Artigo 27, I: “Sem prejuízo do disposto nos parágrafos 2 e 3 abaixo, qualquer invenção, de produto ou de processo, em todos os setores tecnológicos, será patenteável, desde que seja nova, envolva um passo inventivo e seja passível de aplicação industrial. Sem prejuízo do disposto no parágrafo 4 do Artigo 65, no parágrafo 8 do Artigo 70 e no parágrafo 3 deste Artigo, as patentes serão usufruíveis sem discriminação quanto ao local de invenção, quanto a seu setor e quanto ao fato de os bens serem importantes ou produzidos localmente.” BRASIL. Acordo sobre os aspectos de Direito de propriedade intelectual relacionados ao comércio, de 31 de dezembro de 1994. Disponível em: <[http://www2.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2008/02/ac\\_trips.pdf](http://www2.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2008/02/ac_trips.pdf)>. Acesso em 13 ago. 2013.

Um importante julgado de impacto mundial foi o acórdão proferido em 14 de dezembro de 2000 pelo Tribunal de Justiça da Comunidade Europeia, que assegurou a proteção da marca Christian Dior. Ocorre que aquele nome, como titular de certas marcas de produtos de perfumaria, objeto de registros internacionais, tem sua comercialização feita dentro da Comunidade Europeia por meio de um sistema de distribuição seletiva, em razão de os produtos Dior possuírem uma imagem de prestígio e luxo. No entanto, outra empresa, vendeu e forneceu perfumes da marca Dior de forma ilícita, visto que os produtos não foram comercializados pela Dior ou com o seu consentimento. A esse respeito foi decidido que:

Compete ao órgão jurisdicional de reenvio apreciar se o modelo industrial em causa no processo principal preenche as condições previstas no artigo 25 do TRIPs. [...] o TRIPs na contem qualquer definição expressa do que constitua, na acepção do próprio TRIPs, um “direito de propriedade intelectual”. É portanto necessário interpretar esta expressão, que o preâmbulo e o texto do TRIPs utilizam por várias vezes, no seu contexto e à luz dos respectivos objeto e fim. De acordo com o primeiro parágrafo do seu preâmbulo, o objeto do TRIPs é o de “reduzir as distorções e entraves ao comércio internacional [...] tendo em conta a necessidade de promover uma proteção intelectual e de garantir que as medidas e processos destinados a assegurar a aplicação efetiva dos direitos de propriedade intelectual não constituam eles próprios obstáculos ao comércio legítimo. [...] No terceiro e quarto parágrafos do preâmbulo do TRIPs, as partes contratantes reconhecem “a necessidade de estabelecer um quadro multilateral de princípios, regras e disciplinas referentes ao comércio internacional de mercadorias de contrafação” e que “os direitos de propriedade intelectual são direito privados”. Resulta do conjunto das disposições referidas que o TRIPs deixa às partes contratantes, no quadro dos seus próprios sistemas jurídicos e, nomeadamente, dos seus regimes de direito privado, o cuidado de precisar em detalhe os interesses que serão protegidos, a título do TRIPs, enquanto “direitos de propriedade intelectual”, bem como o método da sua proteção, na condição, por um lado, de essa proteção ser eficaz, nomeadamente para prevenir o comércio das mercadorias de contrafação e, por outro, de ela não conduzir as distorções ou a entraves ao comércio internacional<sup>175</sup>.

---

<sup>175</sup> WIPO Convention (1975), Vienna Agreement (1973), UPOV Convention (1999), Strasbourg Agreement (1975), Rome Convention (1965), Phonograms Convention (1975), Patent Law Treaty (2000), Patent Cooperation Treaty (1978), Paris Convention (1884), Nairobi Treaty (1984), Marrakesh VIP Treaty (2013), Madrid Agreement (1896), Brussels Convention (1974) e Berne Convention (1922) WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. *Convention Establishing the World Intellectual Property Organization*, 1967. Disponível em: <[http://www.wipo.int/treaties/en/convention/trtdocs\\_wo029.html](http://www.wipo.int/treaties/en/convention/trtdocs_wo029.html)> Acesso em: 06 set. 2013.

No âmbito mundial, faz-se necessário destacar o papel da Organização Mundial da Propriedade Intelectual- OMPI, que é uma agência das Nações Unidas dedicada à promoção do uso da Propriedade Intelectual como estímulo à inovação e à criatividade com o intuito de atingir um desenvolvimento econômico, social e cultural para todos os países por meio de um sistema balanceado e efetivo de proteção à Propriedade Intelectual internacional.

Seu trabalho é operado em conjunto com os Estados membros (dentre eles o Brasil) e as partes interessadas, visando contribuir com o entendimento e o respeito à Propriedade Intelectual em todo o mundo, realizam análises econômicas e estatísticas e encontram soluções que auxiliem na resolução de desafios globais.

O sistema de proteção à Propriedade Intelectual no âmbito da OMPI se sustenta em três pilares, ou seja, por meio de serviços, da infraestrutura e do desenvolvimento.

Os serviços são uma maneira de desenvolver sistemas que facilitem a proteção internacional das marcas e patentes, e que resolvam as disputas relacionadas à Propriedade Intelectual. A infraestrutura se baseia na criação de sistemas operacionais nos quais possam ser compartilhados conhecimentos e simplificadas as transações relacionadas à Propriedade Intelectual. O desenvolvimento se dá por meio da construção da capacidade de utilizar a Propriedade Intelectual no desenvolvimento econômico.

Os Programas de Cooperação para o Desenvolvimento e o de Cooperação com Países em Transição da OMPI desenvolvem assistência técnica e legal para que os países alcancem efetivos sistemas e leis relativos à Propriedade Intelectual. Destaca-se que o Brasil tornou-se Estado membro da OMPI no ano de 1975 e aderiu a diversos tratados<sup>176</sup>.

---

<sup>168</sup> WIPO Convention (1975), Vienna Agreement (1973), UPOV Convention (1999), Strasbourg Agreement (1975), Rome Convention (1965), Phonograms Convention (1975), Patent Law Treaty (2000), Patent Cooperation Treaty (1978), Paris Convention (1884), Nairobi Treaty (1984), Marrakesh VIP Treaty (2013), Madrid Agreement (1896), Brussels Convention (1974) e Berne Convention (1922) WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. *Convention Establishing the World Intellectual Property Organization*, 1967. Disponível em: <[http://www.wipo.int/treaties/en/convention/trtdocs\\_wo029.html](http://www.wipo.int/treaties/en/convention/trtdocs_wo029.html)> Acesso em: 06 set. 2013.

### 3.3.2 Nacionais

As normas de proteção à propriedade são de suma importância para que um país como o Brasil possa se desenvolver, neste sentido elucida Goyanes:

A capacitação de investimento externo, fundamental para o crescimento dos países em desenvolvimento, ou países de economia emergente, tem como pilar básico a existência de normas internas estáveis e seguras que confortem o investidor estrangeiro ao ingressar no mundo negocial que o espera. [...] Os direitos relativos à propriedade intelectual reluzem, nesse aspecto, como essenciais à proteção do nome empresarial e das marcas de tais investidores, que serão exploradas nos diversos meios, para a atração da clientela almejada<sup>177</sup>.

A aplicação das normas internacionais no Direito brasileiro depende do que é determinado pela Constituição Federal Brasileira, o que é garantido pela Convenção de Paris, em vigor no Brasil desde 1992, que prevê uma autonomia das leis internas de cada país referente à aplicação dos Tratados Internacionais e determina apenas que seja dado o mesmo tratamento aos nacionais e estrangeiros no que diz respeito à Propriedade Intelectual.

O artigo 5º, incisos XXVII e XXIX, da Constituição Federal<sup>178</sup>, confere proteção às criações intelectuais, prevendo, expressamente, a “proteção às criações industriais, à propriedade, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos”, e determina também que, “aos autores pertence o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras”<sup>179</sup>.

---

<sup>177</sup> GOYANES, Marcelo. *op. cit.* p. 5.

<sup>178</sup> Constituição Federal, Artigo 5º, Inciso XXVII: aos autores pertence o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar; Inciso XXVIII: são assegurados nos termos da lei:

a) a proteção às participações individuais em obras coletivas e à reprodução da imagem e voz humanas, inclusive nas atividades desportivas;

b) o direito de fiscalização do aproveitamento econômico das obras que criarem ou de que participarem aos criadores, aos interpretes e às respectivas representações sindicais e associativas;

Inciso XXIX: a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilegio 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>179</sup> BRASIL. Constituição Federal, de 05 de outubro de 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em 21 set. 2012.

Em 14 de maio de 1996, revogando a Lei nº 5.772/71, entrou em vigor a Lei 9.279/96 – Lei de Propriedade Industrial, com 244 artigos a fim de regular os direitos e deveres referentes à Propriedade Industrial, como dispõe o seu artigo 1º. O dever de proteção da marca está explicitado especificamente nos artigos 129, 130 e 209 da referida Lei<sup>180</sup>.

Percebe-se, assim, que o artigo 129 do referido diploma legal exige a formalidade do registro para que a marca adquira propriedade. Em adição, e atendidos os critérios, consagra o princípio da territorialidade, já presente na Convenção da União de Paris de 1883, sendo garantidor de exclusividade no uso de seus signos distintivos em todo o território nacional.

Por sua vez, o artigo subsequente excetua a regra geral e estabelece condições de proteção às marcas ainda não registradas no órgão competente. É o caso do direito de cessão do registro e licenciatura para uso, estabelecidos, respectivamente, nos incisos I e II.

Referida lei foi promulgada visando à inserção do Brasil no cenário mundial, com a adequação das normas de Propriedade Intelectual internacionais, o que contribuiu no processo de desenvolvimento do país<sup>181</sup>.

Uma das novidades mais relevantes trazidas pela lei foi a tipificação dos crimes de Propriedade Industrial, como já foi visto acima. Fato importante, também, foi a desnecessidade de comprovação da intenção do falsificador em ferir o direito de propriedade do titular, passando a ser necessário apenas, que se comprove o ato de contrafação para ser tipificado como crime, conforme prevê o artigo 189<sup>182</sup> e 190<sup>183</sup> da Lei 9.279<sup>184</sup>.

---

<sup>180</sup> BRASIL. *Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996*. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9279.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm)>. Acesso em: 13 dez. 2012.

Artigo 1º: Esta Lei regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial.

Artigo 129: A propriedade da marca adquire-se pelo registro validamente expedido, sendo assegurado ao titular seu uso exclusivo em todo o território nacional.

Artigo 130: há previsão de que ao titular da marca ou ao depositante é assegurado, entre outros, o direito de zelar pela integridade material ou reputação dos mesmos.

<sup>181</sup> GOYANES, Marcelo. *op. cit.* p. 32.

<sup>182</sup> Art. 189. Comete crime contra registro de marca quem:

Assim, o artigo 209 da Lei nº 9.279<sup>185</sup> prevê as indenizações que são devidas para reparação do prejuízo do fabricante vítima do derrame de produtos falsificados.

Nesse contexto, cabe destacar também, a elaboração de diversas normas nos últimos anos, embora com um enfoque diverso da proteção à Propriedade Industrial especificamente, como o Código de Defesa do Consumidor<sup>186</sup>, a Lei de Direitos Autorais<sup>187</sup>, Lei de Software<sup>188</sup>, a criação do Comitê gestor da Internet e a qualificação, como crime hediondo, da falsificação de remédios. E ainda a fundação do Programa de Orientação ao Consumidor – PROCON, do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor – IDEC e da Delegacia do Consumidor – DECON<sup>189</sup>.

### 3.4 A AÇÃO DO ESTADO

O enfretamento à contrafação no Brasil foi objeto de algumas políticas recentes como a Comissão Parlamentar de Inquérito realizada no ano de 2003. A CPI foi composta por diversos órgãos do governo em todas as suas esferas e também pela sociedade civil. Nela foram feitas investigações que levaram a diversas revelações, como o prejuízo na arrecadação fiscal pelo Estado e o envolvimento de quadrilhas nacionais e internacionais na prática ilícita.

---

I - reproduz, sem autorização do titular, no todo ou em parte, marca registrada, ou imita-a de modo que possa induzir confusão; ou

II - altera marca registrada de outrem já aposta em produto colocado no mercado.

Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa.

<sup>183</sup> Art. 190. Comete crime contra registro de marca quem importa, exporta, vende, oferece ou expõe à venda, oculta ou tem em estoque:

I - produto assinalado com marca ilicitamente reproduzida ou imitada, de outrem, no todo ou em parte; ou

II - produto de sua indústria ou comércio, contido em vasilhame, recipiente ou embalagem que contenha marca legítima de outrem.

Pena - detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa.

<sup>184</sup> GOYANES, Marcelo *op. cit.* p. 33.

<sup>185</sup> BRASIL. *Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996.* Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9279.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm)>. Acesso em: 13 dez. 2012.

<sup>186</sup> BRASIL. *Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.* Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm)>. Acesso em: 13 dez. 2012.

<sup>187</sup> BRASIL. *Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998.* Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9610.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm)>. Acesso em: 13 dez. 2012.

<sup>188</sup> BRASIL. *Lei nº 9.609, de 19 de fevereiro de 1998.* Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9609.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9609.htm)>. Acesso em: 13 dez. 2012.

<sup>189</sup> GOYANES, Marcelo. *op. cit.* p. 34 e 35.

A Comissão resultou em cinco Projetos de Lei que tinham como principal objetivo a punição efetiva dos crimes relacionados à Propriedade Intelectual e a criação e elaboração do Plano Nacional de Combate à Pirataria, juntamente com um órgão público para articular e formular políticas públicas efetivas e eficazes no combate a esse crime.

A seguir, um trecho do relatório final da CPI da Pirataria.

[...] a CPI da Pirataria sugere a formação de um Plano Nacional de Combate à Pirataria, com a criação de um órgão público de inteligência, articulação e implantação de políticas públicas de combate à pirataria. [...] o órgão seria o responsável pela coordenação das ações entre as polícias estaduais e Federal, Ministério Público, os ministérios da Ciência e Tecnologia, do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, e da Justiça, com a função de armazenar e cruzar informações permanentemente, além de elaborar medidas preventivas e repressivas de combate à pirataria. [...] contaria com a colaboração de representantes da sociedade civil organizada, tais como as entidades que combatem a pirataria nos diversos setores<sup>190</sup>.

O referido Conselho foi criado, então, em 2004, dentro da estrutura do Ministério da Justiça, com o intuito de formar diretrizes na elaboração de uma meta nacional que buscasse a efetividade do combate à pirataria e também à sonegação fiscal que ocorre em razão dos crimes e delitos contra a Propriedade Intelectual.

No ano de 2005, uma operação teve origem graças ao Conselho, intitulada de “Operação Comboio Nacional”, com foco na tríplice fronteira do Brasil, conseguindo reprimir o tráfico de produtos contrafeitos ao bloquear a entrada destes produtos no território nacional. Decorrente desta operação surgiram outras como a “Operação Fronteira Blindada”, “Operação Fronteira Segura” e “Operação Fronteira Sul”.

Dentre as políticas de enfrentamento à contrafação, estão os programas de conscientização da população para inibir o comércio de produtos contrafeitos, veiculados nos meios de comunicação de massa, informando os consumidores dos efeitos negativos que essa prática pode trazer, como a sonegação fiscal e o incentivo ao tráfico.

---

<sup>190</sup> CÂMARA LEGISLATIVA. *Comissão Parlamentar de Inquérito da Pirataria*, 2004. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-temporarias/parlamentar-de-inquerito/52-legislatura/cpipirat/relatoriofinal.pdf>. Acesso em 11 jul. 2013.

Foi elaborado também um Projeto de Lei propondo a alteração nos artigos 530-C, 530-D e 530-G do Código de Processo Penal, tendo em vista solucionar problemas tais como a “descrição por lote, perícia por amostragem, destruição antes do trânsito em julgado das ações, tirando o ônus da armazenagem realizada pelo poder público, e a doação pela justiça dos bens e equipamentos apreendidos à Fazenda Nacional”<sup>191</sup>.

Com o decorrer do tempo, o Conselho Nacional de Combate à Pirataria – CNCP deu surgimento a 23 novos projetos<sup>192</sup>, os quais norteiam, atualmente, a estratégia de combate no cenário nacional.

Devido a esses projetos foram organizadas operações de combate efetivo em locais onde ocorre a comercialização de produtos contrafeitos, como a operação realizada na feira dos Importados em Brasília, com foco nas organizações criminosas internacionais que visavam à venda de produtos dessa natureza.

A operação resultou na prisão de 30 estrangeiros e apreensão de três caminhões de mercadorias contrafeitas, além do fechamento de 24 barracas que comercializavam esses produtos, que consistiam em sua maioria em bolsas, óculos e relógios fazendo-se passar por produtos de grandes marcas. A operação se estendeu a outras cidades do Brasil, como Belo Horizonte e Recife.

Importante ressaltar que o grande número de produtos contrafeitos apreendidos implica na necessidade de atribuir-lhes uma destinação, que na maioria dos casos consiste na destruição das mercadorias. Em 2010, por exemplo, foram destruídas mais de 3.500 toneladas no valor de 353.644.477,32 reais. Essa destruição deve ser feita, pois os produtos contrafeitos são em sua maioria impróprios para consumo, como no caso dos óculos de sol no âmbito das marcas de

---

<sup>191</sup> BRASIL. *Código de Processo Penal, de 03 de outubro de 1941*. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/del3689compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del3689compilado.htm). Acesso em: 22 out. 2013.

<sup>192</sup> São eles a “Cidade Livre de pirataria”, “Feira Legal”, “Comercio Contra a Pirataria”, “Portal de Combate à Pirataria”, “Parcerias e Cooperação com Provedores de Internet”, “Delegacias Especializadas nos Estados”, “Pirataria Fora da Escola ou Educação Contra a Pirataria”, “Conselho MERCOSUL de Combate à Pirataria”, “Capacitação de Agentes Públicos”, “Prêmio Nacional de Combate à Pirataria”, “Banco de Dados”, “Radiografia da Pirataria”, “Gestão Administrativa”, “Painel de Colaboradores”, “Parcerias Internacionais para o Combate à Pirataria”, “Aperfeiçoamento Legislativo”, “Soluções Inovadoras no Combate à Pirataria”, “0800 – Pirataria”, “Conceito Publicitário”, “Campanhas Publicitárias”, “Concurso de Monografias”, “Integração do tema ‘Pirataria’ em outros programas de governo” e “Iniciativas Econômicas”.

luxo, que por não terem a qualidade adequada podem afetar a visão dos consumidores.

Em sua atuação, o CNCP realizou o intercâmbio entre o Brasil e diferentes países que também enfrentam o problema da contrafação. Intercâmbio este fundamental para o seu combate, pois em sua maioria os produtos contrafeitos são produzidos em uns países e comercializados em outros, com a atuação de quadrilhas internacionais que praticam esse crime e causando um prejuízo à economia de todos os países envolvidos.

Por esta razão, o Brasil trocou informações com países como os Estados Unidos, países membros da União Europeia, Japão, China e Paraguai com o intuito de combater em conjunto a prática da pirataria. Mas essa comunicação deixa muito a desejar, pois o combate ainda tem pouca eficácia se comparado ao combate a outros crimes como o tráfico ilícito de entorpecentes, que sofre uma maior repressão internacional.

Outra operação do CNCP foi realizada em agosto de 2012 nas rodovias federais do Estado de São Paulo, nomeada de Operação Temática de Combate aos Crimes contra o Fisco e Crimes Contra a Saúde Pública (Otefis)<sup>193</sup>, que contou com a atuação conjunta da Divisão de Combate ao Crime do Departamento da Polícia Rodoviária Federal e dos servidores da Receita Federal, da ANVISA, o Fórum Nacional Contra a Pirataria e a Embaixada Americana.

A Operação resultou em 110 ocorrências registradas, com 36 prisões em flagrante e apreensões de mercadorias dentre cigarros, cosméticos, brinquedos, vestuário e bebidas, totalizando o valor de R\$ 4,8 milhões.

A política de combate à contrafação, também vem sendo exercida nos Estados, como no caso do Rio de Janeiro, pela FIRJAN (Federação da Indústria no Rio de Janeiro) desde o ano de 2004. No entanto, seu objetivo ainda está distante

---

<sup>193</sup> BRASIL. Ministério da Justiça. *Apreendidos R\$ 4,8 milhões em mercadorias falsificadas*, 2012. Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br/main.asp?View=%7B61EDAA11-AF6B-43B2-BC4E-85B7B960DAB6%7D&Team=&params=itemID=%7BE9B5A980-BDFD-412B-891B-073E4BFEAD6E%7D;&UIPartUID=%7B2218FAF9-5230-431C-A9E3-E780D3E67DFE%7D>>. Acesso em: 13 jul. 2013.

de ser alcançado, pois o volume de pessoas atingidas ainda está aquém do desejado.

Dentre as ações realizadas pela Federação estão:

O treinamento na ACADEPOL (Academia de Polícia Civil do estado do Rio de Janeiro), voltado para a capacitação das polícias e agentes públicos do estado do Rio de Janeiro, onde foi oferecida uma grade fixa de aulas, com o objetivo de facilitar a identificação dos movimentos pelos parceiros e aumentar a integração e cooperação entre as diversas entidades;

A elaboração de cartilha sobre o combate à pirataria, juntamente com as entidades que participam do Grupo Regional e do Subgrupo de Educação, voltada especificamente para o público jovem, com uma linguagem adequada a eles para transmitir a informação de forma lúdica e objetiva;

O lançamento da Série de Cidadania, com o objetivo de educar e conscientizar a população, por meio de ações educacionais e palestras para promover o exercício da cidadania como a capacitação de equipes de educação, voltada especificamente para estudantes da rede pública, com temas como o consumo consciente e a Propriedade Intelectual;

A campanha interna com todos os colaboradores do Sistema FIRJAN e a conscientização da sociedade através de participação na Ação Global, Fashion Rio dentre outros eventos, aos quais foram levados os temas que envolvem a contrafação, atingindo assim o público com a exposição de produtos contrafeitos apreendidos e a distribuição de material informativo quanto aos prejuízos que podem ser causados por esses produtos;

A participação na primeira, segunda e terceira Conferência Internacional de Combate à Pirataria e palestras em Universidades e representações regionais da FIRJAN, a última, ocorrida no ano de 2010, deu lugar a debates entre organizações governamentais e não governamentais onde foram desenvolvidas novas sugestões a fim de aperfeiçoar a legislação e os mecanismos de prevenção e repressão contra a contrafação, e abordados temas como os prejuízos causados pela prática, atingindo resultado como a repercussão na mídia, a ampliação e o

aperfeiçoamento das parcerias e a realização de conferência dirigida aos juízes e desembargadores do estado do Rio de Janeiro.

Existe também, no Rio de Janeiro, um grupo de educação fiscal dentro do estado, visando sempre uma maior conscientização dos cidadãos por formas de sensibilizar gradativamente todos os setores e classes sociais promovendo uma modificação dos valores, crenças e cultura, a fim de transformar a sociedade para que tenham consciência sobre seus direitos e obrigações, com foco na informação de que tudo o que é público pertence a todos, e por esta razão, deve ser preservado também por todos.

Dentre as principais ações e projetos deste grupo de educação fiscal estão as palestras, seminários, reuniões e encontros presenciais em todo o estado, dirigidos a alunos e professores, municípios e entes públicos, como também às coordenadorias de educação, diretores e orientadores pedagógicos em universidades e escolas, bem como o encaminhamento do Projeto de Lei criando o Dia Estadual da Educação Fiscal, a ser realizado no dia 25 de fevereiro, com a proposição de ações nas secretarias de Fazenda e Educação.

Esses registros servem para mostrar que é possível serem adotadas práticas de combate à contrafação, sendo que a política adotada pelo Rio de Janeiro pode servir de exemplo para todo o Brasil, dado que para um efetivo resultado é necessário o investimento na educação, que é a base para uma nova sociedade devidamente informada dos danos advindos da contrafação.

Os números que refletem a prática da pirataria no território nacional quintuplicaram no ano de 2012 em relação a 2011, visto que no ano passado foram apreendidos 479.242 CDs e DVDs contra 89.569 produtos apreendidos em 2011. No entanto esse número se deve não somente ao aumento e persistência da prática da pirataria, mas também ao aumento das operações de combate que passaram de 372 em 2011 para 398 em 2012, com a prisão de 102 pessoas pela tipificação do artigo 184 do Código Penal.

## CONCLUSÃO

A necessidade de proteção à Propriedade Intelectual, mais especificamente à Propriedade Industrial, é um imperativo de ordem pública e que deve ser uma garantia ao idealizador do produto, de forma que sua criação fique sob tutela do Estado para que não seja prejudicado por eventuais aproveitadores que visam tirar vantagem do produto de ideias que não são suas, fazendo-se passar pelo criador real do produto.

Notadamente quanto à contrafação das grandes marcas, as eventuais vantagens que as empresas possam ter com essa prática, em razão da maior difusão de seus produtos, não são sequer relevantes se comparadas às suas desvantagens, como por exemplo, o elevado impacto negativo pela possibilidade de descrédito da marca por parte dos consumidores, fornecedores e distribuidores do produto, afetando-as diretamente de modo que possam até mesmo levar à sua extinção.

E para enfrentar esse problema é necessário incrementar o combate efetivo às práticas de contrafação, iniciando-se por um aprofundado projeto de educação, pois só assim é possível conscientizar as pessoas para que se vejam desestimuladas a produzir ou adquirir produtos contrafeitos. Deve também ser aplicada a repressão a essa prática bem como a punição àqueles que continuam exercitando tal atividade ilícita e assim causando enorme prejuízo a toda população.

Com medidas concretas de prevenção e repressão pelo Estado, inclusive com a definição de severas sanções aos que se envolvem com aquela prática ilícita, dadas as profundas e amplas repercussões danosas que causam à sociedade, em âmbito econômico, político e social, pode-se esperar um ambiente melhor e mais confiável a se minimizar os nefastos efeitos da contrafação dos produtos vinculados às marcas de luxo.

## REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Manuel Ribeiro. *Marcas de luxo versus contrafação: motivações de escolha*. 2012. 86. (Trabalho Final de Mestrado – Marketing, Universidade Católica Portuguesa, Porto, 2012).
- ASCENSÃO, José de Oliveira. *Propriedade intelectual: plataforma para o desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Renovar, 2009. (Instituto Dannemann Siemsen de Estudos Jurídicos e Técnicos, org.).
- BAIN & COMPANY BRASIL. *Mercado de luxo brasileiro crescerá até 25% nos próximos cinco anos, segundo projeções da Bain & Company*. Disponível em: <[www.bain.com/offices/saopaulo/pt/press/bain-projects-global-luxury-goods-market-will-grow-ten-percent-in-2012.aspx](http://www.bain.com/offices/saopaulo/pt/press/bain-projects-global-luxury-goods-market-will-grow-ten-percent-in-2012.aspx)>. Acesso em: 02 out. 2013.
- BAIN & COMPANY BRASIL. *Como agarrar um pedaço dos 12 bi do mercado de luxo*. Disponível em: <[www.bain.com/offices/saopaulo/pt/publications/articles/2012/how-to-grab-a-piece-of-the-USD-12-billion-luxury-market.aspx](http://www.bain.com/offices/saopaulo/pt/publications/articles/2012/how-to-grab-a-piece-of-the-USD-12-billion-luxury-market.aspx)>. Acesso em: 02 out. 2013.
- BAIN & COMPANY BRASIL. *A vergonha do luxo é uma teoria infundada*. Disponível em: <[www.bain.com/offices/saopaulo/pt/publications/articles/2012/the-theory-of-luxury-shame-is-unfounded.aspx](http://www.bain.com/offices/saopaulo/pt/publications/articles/2012/the-theory-of-luxury-shame-is-unfounded.aspx)>. Acesso em: 02 out. 2013.
- BALLAN JUNIOR, Octahydes. *A Falsificação de CDs e DVDs e a adequação social*, 2008. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/11587/a-falsificacao-de-cds-e-dvds-e-a-adequacao-social>>. Acesso em: 17 set. 2013.
- BARBOSA, A. L. Figueira. *Sobre a propriedade do trabalho intelectual*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.
- BARBOSA, Denis Borges. *Propriedade intelectual: a aplicação do acordo TRIPS*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003.
- BARBOSA, Denis Borges. *Propriedade intelectual: da Convenção de Paris ao patamar do novo milênio*. *Revista ABPI*, n 52 mai./jun. 2001.
- BARBOSA, Denis Borges. *Tratado da propriedade intelectual*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2013.
- BITTAR, Carlos Alberto. *Direito do autor*. 3ª ed., rev., ampl. e atual., conforme a Lei 9.610, de 19 de fevereiro de 1998 por Eduardo C. B. Bittar. Rio de Janeiro: Forense Universitário, 2001.
- BORDA, Ana Lúcia de Sousa. O conceito de indicações geográficas. *Informativo Dannemann Siemsen Especial – Lei da Propriedade Industrial 10 anos*, 2006. Disponível em: <[http://www.danneman.com.br/site.cfm?app=show&dsp=dsnews\\_especial\\_2007\\_06\\_5&pos=5.98&lng=pt](http://www.danneman.com.br/site.cfm?app=show&dsp=dsnews_especial_2007_06_5&pos=5.98&lng=pt)>. Acesso em: 02 dez. 2013.
- BRASIL. *Acordo sobre os aspectos de direito de propriedade intelectual relacionados ao comércio, de 31 de dezembro de 1994*. Disponível em: <[http://www2.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2008/02/ac\\_trips.pdf](http://www2.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2008/02/ac_trips.pdf)>. Acesso em 13 ago. 2013.

- BRASIL. *Código de Processo Penal, de 03 de outubro de 1941*. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/del3689compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del3689compilado.htm). Acesso em: 22 out. 2013.
- BRASIL. *Constituição da República dos Estados Unidos do Brasil, de 24 de fevereiro de 1891*. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao91.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao91.htm). Acesso em 13 ago. 2013.
- BRASIL. *Constituição Federal, de 05 de outubro de 1988*. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em 13 ago. 2013.
- BRASIL. *Constituição política do Império do Brasil, de 25 de março de 1824*. Artigo 79, nº 26. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao24.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao24.htm). Acesso em: 29 nov. 2013.
- BRASIL. *Decreto nº 2.682, de 23 de outubro de 1875*. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1824-1899/decreto-2682-23-outubro-1875-549770-publicacaooriginal-65288-pl.html>. Acesso em: 22 set. 2013.
- BRASIL. *Decreto nº 3.346, de 14 de outubro de 1887*. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1824-1899/decreto-3346-14-outubro-1887-542988-publicacaooriginal-52676-pl.html>. Acesso em: 28 nov. 2013.
- BRASIL. *Lei nº 4.932, de 10 de junho de 1925*. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1920-1929/decreto-4932-10-junho-1925-564818-publicacaooriginal-88738-pl.html>. Acesso em: 12 fev. 2014.
- BRASIL. *Lei nº 5.648, de 11 de dezembro de 1970*. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L5648.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5648.htm). Acesso em: 12 fev. 2014.
- BRASIL. *Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990*. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm). Acesso em: 13 dez. 2012.
- BRASIL. *Lei nº 9.279 de 15 de maio de 1996*. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9279.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm). Acesso em: 12 ago. 2013.
- BRASIL. *Lei nº 9.609, de 19 de fevereiro de 1998*. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9609.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9609.htm) >. Acesso em: 13 dez. 2012.
- BRASIL. *Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998*. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9610.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm). Acesso em: 13 dez. 2012.
- BRASIL. Ministério da Justiça. *Apreendidos R\$ 4,8 milhões em mercadorias falsificadas*, 2012. Disponível em: <http://portal.mj.gov.br/main.asp?View=%7B61EDAA11-AF6B-43B2-BC4E-85B7B960DAB6%7D&Team=&params=itemID=%7BE9B5A980-BDFD-412B-891B-073E4BFEAD6E%7D;&UIPartUID=%7B2218FAF9-5230-431C-A9E3-E780D3E67DFE%7D>>. Acesso em: 13 jul. 2013.
- BRASIL. Ministério da Justiça. *Apreensões de CDs e DVDs piratas no DF quintuplicam*, 2012. Disponível em: <http://portal.mj.gov.br/main.asp?View=%7B61EDAA11-AF6B-43B2-BC4E->

85B7B960DAB6%7D&Team=&params=itemID=%7B84A2CB43-6ACC-4618-A43A-9E5C9137D20F%7D;&UIPartUID=%7B2218FAF9-5230-431C-A9E3-E780D3E67DFE%7D>. Acesso em: 13 jul. 2013.

BRASIL. Ministério da Justiça. *Pirataria está conectada ao crime organizado*, 2012. Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br/main.asp?View=%7B61EDAA11-AF6B-43B2-BC4E-85B7B960DAB6%7D&BrowserType=NN&LangID=pt-br&params=itemID%3D%7B6D0DC665%2D1BE4%2D4FB0%2DA71C%2DE1619DDDC7B7%7D%3B&UIPartUID=%7B2218FAF9%2D5230%2D431C%2DA9E3%2DE780D3E67DFE%7D>>. Acesso em: 13 jul. 2013.

BRASIL. Ministério da Justiça. Conselho Nacional de à Pirataria e Delitos contra a Propriedade Intelectual (CNCP). *Relatório do Programa Brasil Original*, 2011. Disponível em:<<http://portal.mj.gov.br/services/DocumentManagement/FileDownload.EZTSvc.asp?DocumentID={81AEF77E-648E-4EF8-8B2A-4F1C120298D0}&ServiceInstUID={F8EDD690-0264-44A0-842F-504F8BAF81DC}>>. Acesso em: 13 jul. 2013.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Habeas Corpus. HC 201101686490. Sexta Turma. Relator(a): Min. Sebastião Reis Junior. Brasília, 10 de abril de 2013. Disponível em: <<http://www.tjto.jus.br/diario/diariopublicado/806.pdf>>. Acesso em: 13 jul. 2013.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. *Recurso Especial. RESP 1.032.014*. Terceira Turma. Recorrente: Souza Cruz S/A. Recorrido: Grafisa Gráfica Zanella. Relator(a): Min. Fátima Nancy Andrichi. Brasília, 04 de junho de 2009. Disponível em: <<http://www.tjto.jus.br/diario/diariopublicado/806.pdf>>. Acesso em: 13 jul. 2013.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. *Recurso Especial. RESP 466761*. Terceira Turma. Recorrente: Louis Vuitton Distribuição LTDA. e Outro. Recorrido: Caliente Comércio de Modas LTDA. e Outro. Relator(a): Min. Fátima Nancy Andrichi. Brasília, 03 de abril de 2003. Disponível em: <<https://ww2.stj.jus.br/processo/pesquisa/?tipoPesquisa=tipoPesquisaNumeroRegistro&termo=200201049450&totalRegistrosPorPagina=40&aplicacao=processos.ea>>. Acesso em: 13 jul. 2013.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. *Recurso Especial. RESP 662917/MG*. Quarta Turma. Recorrente: Dijon S/A. Recorrido: Construtora Guerra Martins LTDA. Relator(a): Min. Fernando Gonçalves. Brasília, 25 de novembro de 2008. Disponível em: <[https://ww2.stj.jus.br/processo/pesquisa/?num\\_registro=200400841382&aplicacao=processos.ea](https://ww2.stj.jus.br/processo/pesquisa/?num_registro=200400841382&aplicacao=processos.ea)>. Acesso em: 13 jul. 2013.

CALANCA, Daniela. *História social da moda*. São Paulo: SENAC, 2008.

CÂMARA LEGISLATIVA. *Comissão Parlamentar de Inquérito da Pirataria*, 2004. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-temporarias/parlamentar-de-inquerito/52-legislatura/cpipirat/relatoriofinal.pdf>. Acesso em 11 jul. 2013.

CAMPOS, Elisa; YOSHIDA, Soraia. *O mapa do mercado de luxo no Brasil*, 2010. Disponível em:

- <<http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,ERT127499-16357,00.html>>. Acesso em: 01 ago. 2013.
- CERQUEIRA, João da Gama. *Tratado de propriedade industrial*. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1982. v.1.
- COELHO, Fábio Ulhoa. *Curso de Direito comercial: direito de empresa*. 15 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.v. 1.
- CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA. *Propriedade industrial aplicada: reflexões para o magistrado*. Brasília. p. 112.
- CONSULTOR JURÍDICO. *Classes A e B são consumidoras de produtos piratas*. Disponível em: <[http://www.conjur.com.br/2005-jun-13/classes\\_sao\\_consumidoras\\_produtos\\_piratas](http://www.conjur.com.br/2005-jun-13/classes_sao_consumidoras_produtos_piratas)>. Acesso em: 23 set. 2013.
- DALL'OLIO, Carolina. Como agarrar um pedaço dos 12 bi do mercado de luxo. *Revista Exame*. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-exame-pme/edicoes/0049/noticias/mercado-de-alta-classe>>. Acesso em: 02 out. 2012.
- DELMANTO, C. *Crimes de concorrência desleal*. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1975.
- DEL NERO, Patrícia Aurélia. *Propriedade intelectual: a tutela jurídica da biotecnologia*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1998.
- DI BIASI, Gabriel; GARCIA, Mauro S.; MENDES, Paulo Parente M. *A propriedade industrial*. Rio de Janeiro: Forense, 1998.
- FERREIRA, Micaela Costa. *Design como indicador de inovação: estudo sobre as atividades de design na economia portuguesa*. 2012. 107 f. Dissertação (Mestrado)-Instituto Universitário de Lisboa. 2012. Disponível em: <[http://www.marcaspatentes.pt/files/collections/pt\\_PT/1/271/Design%20como%20indicador%20de%20Inovacao%20-%20Micaela%20Ferreira.pdf](http://www.marcaspatentes.pt/files/collections/pt_PT/1/271/Design%20como%20indicador%20de%20Inovacao%20-%20Micaela%20Ferreira.pdf)>. Acesso em: 02 jul. 2013.
- FRANÇA. *Convenção de Paris, de 20 de março de 1883*. Artigo 1º, §2º. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/1990-1994/anexo/and1263-94.pdf](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/anexo/and1263-94.pdf)>. Acesso em: 14 nov. 2013.
- FURTADO, Lucas Rocha. *Sistema da propriedade industrial no Direito brasileiro*. Brasília: Brasília Jurídica, 1996.
- GANDELMAN, Henrique. *De Gutemberg à internet: direitos autorais na era digital*. 4. ed. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- GARCIA, Balmes Vega. *Contrafação de patentes*. São Paulo: LTR, 2003.
- GONÇALVES, Márcio. Informática e Tecnologia. *Jornal de Brasília*, Brasília, abr. 2003.
- GOYANES, Marcelo. *Tópicos em propriedade intelectual: marcas, direitos autorais, designs e pirataria*. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.
- GUEIROS JUNIOR, Nehemias. Saiba os motivos para numerar as obras intelectuais. *Revista Consultor Jurídico*. São Paulo: 03 jul. 2002.

- JUNGMANN, Diana de Mello; BONETTI, Esther Aquemi. *A caminho da inovação: proteção e negócios com bens de propriedade intelectual: guia para o empresário*. Brasília: IEL, 2010.
- LESSA, Antônio Carlos. *A construção da Europa: a última utopia das relações internacionais*. Brasília: IBRI, 2003.
- MANSO, Eduardo Vieira. *A tutela jurídica do direito de autor*. São Paulo: Saraiva, 1991.
- MARINHO, Maria Edelvacy Pinto; VARELLA, Marcelo Dias. A propriedade intelectual na OMC. *Revista do programa de mestrado em Direito do UniCEUB*, Brasília, v. 2, n. 2, p.136-153, jul./dez. 2005.
- MATO GROSSO DO SUL. *Tribunal de Justiça do Mato Grosso do Sul*. Apelação Criminal. 2010.023767-7/0000-00. Relator(a): Carlos Eduardo Contar. Cuiabá, 04 de outubro de 2010. Disponível em: <<http://www.tjms.jus.br/>>. Acesso em: 13 jul. 2013.
- MATO GROSSO DO SUL. *Tribunal de Justiça do Mato Grosso do Sul*. Recurso em Sentido Estrito. 2010.017284-5/0000-00. Relator(a): Carlos Eduardo Contar. Cuiabá, 27 de setembro de 2013. Disponível em: <<http://www.tjms.jus.br/>>. Acesso em: 13 out. 2013.
- MATO GROSSO DO SUL. *Tribunal de Justiça do Mato Grosso do Sul*. Recurso em Sentido Estrito. 2011.011056-3/0000-00. Relator(a): Dorival Moreira dos Santos. Cuiabá, 20 de junho de 2011. Disponível em: <<http://www.tjms.jus.br/>>. Acesso em: 13 jul. 2013.
- OLAVO, Carlos. *Propriedade industrial*. Coimbra: Livraria Almedina, 1997.
- PASSOS, Maíra. *A vez do cliente*, 2008. Disponível em: <[http://www.revistapronews.com.br/edicoes/103/a\\_vez\\_do\\_cliente.html](http://www.revistapronews.com.br/edicoes/103/a_vez_do_cliente.html)>. Acesso em: 03 set. 2013.
- RIBEIRO, Bruno Servello. Propriedade industrial: o contrato de licença compulsória de uso de patentes e seus sucedâneos. *Revista Âmbito Jurídico*, Rio Grande, v. 13, n. 76, maio 2010. Disponível em: <[http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=7792#\\_ftn1](http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=7792#_ftn1)>. Acesso em: 03 out. 2013.
- RIBEIRO, Bruno Servello. Propriedade industrial: o contrato de licença compulsória de uso de patentes e seus sucedâneos. *Revista Âmbito Jurídico*, Rio Grande, v. 13, n. 76, maio 2010. Disponível em: <[http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=7792#\\_ftn1](http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=7792#_ftn1)>. Acesso em: 03 out. 2013.
- RIO DE JANEIRO. *Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro*. *Apelação Cível*. AC 2.414/99. 18ª Câmara Cível. Apelante: UNIMED-RIO Cooperativa de Trabalho Médico do Rio de Janeiro LTDA. Apelado: André Pinto de Oliveira. Relator: Des. Jorge Luiz Habibi. Rio de Janeiro, 24 de março de 1999. Disponível em: <<http://www1.tjrj.jus.br/gedcacheweb/default.aspx?UZIP=1&GEDID=00034C713597FBE8D4F6F3FE843C6F9C3C317DC4032F413A>>. Acesso em: 13 jul. 2013.
- RODRIGUES, Clovis Costa. *Concorrência desleal*. Rio de Janeiro: Peixoto, 1945.

- ROLLI, Cláudia. Mulher rica é quem mais compra pirataria. *Folha de São Paulo*. Disponível em: <[www1.folha.uol.com.br/mercado/2013/08/1329026-mulher-rica-e-quem-mais-compra-pirataria.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2013/08/1329026-mulher-rica-e-quem-mais-compra-pirataria.shtml)>. Acesso em: 01 out. 2013.
- SANTIAGO, Oswaldo. *Aquarela do direito autoral: História – legislação – comentários*. Rio de Janeiro: Gráfico Mangione, 1946.
- SANTOS, Manoel J. Pereira dos. *A nova lei do software: aspectos controvertidos da proteção Autoral*, 1997. Disponível em <<http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/27654-27664-1-PB.html>>. Acesso em 02 out. 2013.
- SANTOS, Onélio Luis S. *Considerações sobre a propriedade intelectual no processo de globalização mundial e integração regional com uma sucinta abordagem sobre sua proteção no Mercosul e no Brasil*, 2007. Disponível em: <<http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/22271-22272-1-PB.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2013.
- SHERWOOD, Robert M. *Propriedade intelectual e desenvolvimento econômico*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1992.
- SILVA, De Plácido e. *Vocabulário jurídico. ed. Universitária*. Rio de Janeiro: Forense, 1987.
- SOARES, José Carlos Tinoco. *Tratado da propriedade industrial*. São Paulo: Jurídica Brasileira, 1988.
- SILVEIRA, Lilian de Melo; MARANHÃO, Ricardo; DIAS, Carlos A. U.; GARCIA JUNIOR, Gentil. Associação Brasileira dos Agentes da Propriedade Industrial. *Propriedade Industrial no Brasil: 50 Anos de História*. São Paulo: ABAPI, 1998. p. 11. Disponível em: <<http://www.abapi.org.br/pdfs/livros/abapi50anos0.pdf>>. Acesso em: 22 set. 2013.
- SISTEMA FIRJAN. *Números da pirataria no Brasil*, 2011. Disponível em: <<http://www.firjan.org.br/data/pages/4028808121372558012139E0478A54DE.htm>>. Acesso em: 14 jul. 2013.
- SOARES, José Carlos Tinoco. *Processo civil nos crimes contra a propriedade intelectual*. São Paulo: Jurídica Brasileira, 1998.
- SOARES, José Carlos Tinoco. *Tratado da propriedade industrial*. São Paulo: Jurídica Brasileira, 1988.
- VIANNA, Túlio Lima. *A ideologia da propriedade intelectual: a inconstitucionalidade da tutela penal dos direitos patrimoniais de autor*, 2006. Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/8932>>. Acesso em: 09 set. 2013.
- WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. *Convention Establishing the World Intellectual Property Organization*, 1967. Disponível em: <[http://www.wipo.int/treaties/en/convention/trtdocs\\_wo029.html](http://www.wipo.int/treaties/en/convention/trtdocs_wo029.html)> Acesso em: 06 set. 2013.
- YOSHIDA, Soraia. Brasil pode ensinar muito ao mercado de luxo. *Época Negócios*. Disponível em: <[epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI278178-18055,00-BRASIL+PODE+ENSINAR+MUITO+AO+MERCADO+DE+LUXO.html](http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI278178-18055,00-BRASIL+PODE+ENSINAR+MUITO+AO+MERCADO+DE+LUXO.html)>. Acesso em 02 out. 2013.