

DENIS BORGES BARBOSA

PROTEÇÃO Das MARCAS

Uma PERSPECTIVA SEMIOLÓGICA

2ª TIRAGEM

EDITORA LUMEN JURIS

RIO DE JANEIRO

2023

Copyright © 2017 by Denis Borges Barbosa

Categoria: Propriedade Intelectual

Produção Editorial
Livraria e Editora Lumen Juris Ltda.

Diagramação: Thiago Duarte

A LIVRARIA E EDITORA LUMEN JURIS LTDA.
não se responsabiliza pelas opiniões
emitidas nesta obra por seu Autor.

É proibida a reprodução total ou parcial, por qualquer meio ou processo, inclusive quanto às características gráficas e/ou editoriais. A violação de direitos autorais constitui crime (Código Penal, art. 184 e §§, e Lei nº 6.895, de 17/12/1980), sujeitando-se a busca e apreensão e indenizações diversas (Lei nº 9.610/98).

Todos os direitos desta edição reservados à
Livraria e Editora Lumen Juris Ltda.

Impresso no Brasil
Printed in Brazil

1239945

CIP-BRASIL. CATALOGAÇÃO-NA-FONTE

B238p

Barbosa, Denis Borges

A proteção das marcas : uma perspectiva semiológica / Denis Borges Barbosa. – 2. ed. – Rio de Janeiro : Lumen Juris, 2017.
500 p. : il. ; 23 cm.

Bibliografia : p. 441-476.

ISBN 978-85-519-0361-2

1. Direito autoral. 2. Propriedade intelectual. 3. Marca registrada.
4. Linguagem. 5. Simbolismo. I. Título.

CDD 346.81048

Ficha catalográfica elaborada por Ellen Tuzi CRB-7: 6927

Sumário

1. Introdução.....	1
2. A noção de marca	5
2.1. Sobre a noção jurídica, econômica e semiológica de marca.....	5
2.2 A função econômica da marca.....	16
2.3 As funções para-marcárias	27
3. Marca como objeto simbólico	41
3.1. Imprescindibilidade da análise semiológica das marcas.....	41
3.2. A construção da distintividade absoluta.....	70
3.3. Da distintividade relativa, ou diferencial	88
4. Processos de Mutação Semiológica no Direito de Marcas.....	99
4.1. Significação secundária - criação do conteúdo da imagem-de-marca pelo público	99
4.2. Generificação – a extinção do direito pela apropriação pública do signo	109
4.3. Os efeitos do extravasamento do símbolo	137
4.4. Extravasamento extraterritorial	152
4.5. Extravasamento ultra-especialidade	157
5. A marca como instrumento de concorrência.....	173
5.1. A marca como monopólio legal	173
5.2. Mercado pertinente e especialidade das marcas.....	203
6. A marca como propriedade	225
6.2 A propriedade da marca na lei ordinária brasileira.....	255
6.3 Uso regular e abuso de marcas	275

7. A Marca como um fato internacional.....	285
7.1 Da distribuição internacional das marcas	286
7.2 A marca é um direito territorial	287
7.3 Extraterritorialidade das marcas.....	300
7.4. A marca nos tratados internacionais.....	310
7.5 A exaustão internacional de direitos	321
8. A marca no direito positivo	327
8.1. Aquisição de marcas pelo registro	327
8.2. Procedimento de marcas.....	349
8.3. Conteúdo e Limites do direito de marca registrada	354
8.4. Quem pode ser proprietário de marcas	365
8.5 Aquisição e mutações da marca pelo uso	379
8.6. Aquisição da marca independentemente de registro	411
8.7. Da Licença e da Cessão	413
8.8. Perda da Marca.....	427
8.9. Marcas coletivas e de certificação	434
8.10 Marcas não registradas.....	436
Referências Bibliográficas	441