

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

FACULDADE DE DIREITO

GUILHERME AUGUSTO VALENTE

CASO APPLE X GRADIENTE:

O conceito de propriedade no Direito Marcário

Juiz de Fora
2014

GUILHERME AUGUSTO VALENTE

CASO APPLE X GRADIENTE:

O conceito de propriedade no Direito Marcário

Monografia de conclusão de curso apresentada à Faculdade de Direito da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Direito, sob a orientação do Professora Mestre Maira Fajardo Linhares Pereira.

Juiz de Fora
2014

GUILHERME AUGUSTO VALENTE

CASO APPLE X GRADIENTE:

O conceito de propriedade no Direito Marcário

Monografia de conclusão de curso apresentada à Faculdade de Direito da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Direito, sob a orientação do Professora Mestre Maira Fajardo Linhares Pereira.

Aprovada em 22 de julho de 2014
BANCA EXAMINADORA

Professora Mestre Maira Fajardo Linhares Pereira.
Universidade Federal de Juiz de Fora

Professor Brahwlio Soares de Moura Ribeiro Mendes
Universidade Federal de Juiz de Fora

Professor Doutor Sérgio Marcos Carvalho de Ávila Negri
Universidade Federal de Juiz de Fora

Juiz de Fora
2014

Aos meus pais, Ana e Geraldo, e meu irmão Pedro pela inspiração que me move.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por preencher minha vida com pessoas maravilhosas e que facilitaram todo meu caminho até este momento.

À minha professora e orientadora Maira Fajardo Linhares pela possibilidade de ser monitor e experimentar uma pequena parte da vida acadêmica e que muito me enriquecerá na vida profissional.

Aos meus pais Ana e Geraldo pelo incentivo e pela confiança inabalável, quando não acredito em mim vocês me animam e me fazem ter fé na minha capacidade.

Agradeço ao meu irmão Pedro pela presença marcante em minha vida, sempre transformando momentos comuns e instantes de grande felicidade e diversão.

Agradeço aos meus amigos de graduação e aqueles que conheci em Juiz de Fora, obrigado por serem a minha família em uma cidade distante e que aprendi a amar e considerar como mais uma casa.

RESUMO

Esta monografia pretende utilizar o conceito de propriedade de John Locke para construir um novo entendimento sobre a legislação marcária e a forma de aquisição de uma marca. Através do conceito de John Locke este trabalho deseja analisar o processo entre apple e gradiente em que há a disputa da marca “iphone” e definir de que forma os argumentos das partes devem ser interpretados para que a aquisição da propriedade seja justa e incentive a produção inovadora.

Palavras-chave: Propriedade – Marca – Investimento – Inovação

ABSTRACT

This monograph intend to use the John Locke's concept of property to build a new understanding about brand legislation and the manner of the acquisition of that brand. Trough the john locke's concept wants to analyze the Apple x Gradiante's sue and define in which ways the parts' arguments need to be interpreted to guarantee the justice and the stimulus to the innovation in the acquisition of the property.

Keywords: Property - Brand - Investment - Innovation

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
CAPÍTULO 1 – CONCEITO DE PROPRIEDADE DE JOHN LOCKE.....	12
CAPÍTULO 2 – ANÁLISE DO PROCESSO APPLE X GRADIENTE E APLICAÇÃO DO CONCEITO DE LOCKE AOS ARGUMENTOS DAS PARTES	18
CAPÍTULO 3 – ANÁLISE DA DECISÃO JUDICIAL DO CASO	26
CONCLUSÃO	30
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	32

INTRODUÇÃO

Esta monografia pretende elaborar uma opção interpretativa da Lei 9.279 de 1996 para situações de conflitos marcários em que interpretações literais, e de certa forma mais tradicionais, mostram-se injustas no caso concreto. O trabalho apresentará a utilização do conceito de propriedade de John Locke para construir uma nova interpretação da aquisição da propriedade industrial, conceito esse que, nesta monografia, será utilizado em uma análise focada nas marcas mas que poderá também ser utilizado para as outras modalidades de propriedade previstas na Lei 9.279 de 1996, desde que observadas suas devidas particularidades. Ao final pretende-se responder a seguinte pergunta, a decisão do magistrado foi correta à luz do conceito de propriedade de John Locke?

Para alcançar seus objetivos, o presente trabalho acadêmico propõe-se a analisar o caso Apple x Gradiente em que estas sociedades empresárias disputam a propriedade da marca “iPhone”. No caso em questão houve a concessão do registro do signo distintivo “iPhone” em favor da sociedade empresária brasileira e com a tentativa de registro da mesma marca pela Apple Inc. houve um conflito que, primeiramente, foi discutido no Instituto Nacional de Propriedade Industrial e então gerou uma demanda judicial movida pela sociedade empresária americana em face da Gradiente. Tal demanda judicial é o que será analisado neste trabalho.

A monografia não se limitará pelos aspectos processuais do direito brasileiro e devido a esta posição alguns princípios processuais, como o da correlação pedidos - sentença, serão frontalmente desrespeitados, mas apenas com o intuito de alcançar a melhor compreensão do tema, sendo que a análise utilizará o processo judicial como ponto de partida para a discussão proposta e através dos fatos ocorridos no processo o conceito de propriedade defendido por este trabalho será aplicado para interpretar e definir qual a decisão mais justa para casos semelhantes ao analisado.

Para lograr êxito nos objetivos propostos a monografia utilizará o método indutivo, ou seja, a partir de premissas individuais chegaremos à conclusão geral acerca da sua aplicabilidade. Deste modo, após a etapa de observação, análise e

classificação dos fatos, será apresentada a interpretação, ao entendimento deste trabalho, correta para a solução do problema. No caso em tela, a construção de conceito de propriedade de marca que supere a legislação específica.

O tipo de investigação adotado será, principalmente, o jurídico-teórico, com ênfase aos aspectos conceituais, doutrinários e jurisprudenciais sobre o tema objeto de estudo. No que tange aos setores de conhecimento, a pesquisa terá a feição multidisciplinar, tendo em vista a necessidade de se buscar elementos constantes do Direito Empresarial e Filosofia Jurídica.

No capítulo 1 será apresentado o conceito de propriedade de John Locke e sua relação com o direito brasileiro. Será apresentada a relevância de sua conceituação e o motivo pelo qual sua forma de definir a aquisição da propriedade ainda é atual e útil para as interpretações jurídicas.

O referido capítulo também descreverá a relação de continência da propriedade industrial dentro do conceito de propriedade como gênero, o que mais uma vez permite a utilização de um conceito de propriedade geral para o tema proposto pela monografia. Por fim, o capítulo 1 apresentará a relação entre o conceito de propriedade de John Locke e a modalidade de propriedade marca.

O Capítulo 2 apresentará alguns fatos históricos do processo e também os argumentos aduzidos pelas partes integrantes da relação processual alvo do estudo de caso e utilizará o conceito trabalhado no primeiro capítulo da monografia para analisa-los e tomar um posicionamento crítico quanto à validade ou não de cada argumento utilizado.

O Capítulo 3, então, trará a decisão judicial proferida na demanda judicial utilizada para este trabalho e através da argumentação do magistrado e de sua exposição realizar uma análise crítica para, com a definição de propriedade proposta, construir uma decisão jurídica hipotética que visa solucionar problemas futuros que se assemelhem a este, utilizando-se do conceito proposto para que a propriedade de uma marca seja adquirida por aqueles que, por entender ser esta a forma mais justa, atenderem aos requisitos impostos por John Locke e sua teoria.

A monografia, portanto, utilizar-se-á do conceito de propriedade de John Locke e dos argumentos propostos no caso de disputa marcaria entre Apple e Gradiente para construir uma interpretação que favoreça o trabalho e que faça com que ao final de uma disputa judicial semelhante a que se apresenta, não haja o sentimento de injustiça para os envolvidos, sejam as partes da demanda como também os consumidores dos produtos vinculados às marcas.

CAPÍTULO 1 – CONCEITO DE PROPRIEDADE DE JOHN LOCKE

Através da análise da Constituição Federal temos que a propriedade está intimamente atrelada ao trabalho, como se depreende do artigo 170 “*caput*” e incisos II e III¹, uma vez que a ordem econômica é fundada na valorização do trabalho e em alguns princípios, dentre eles a propriedade privada e a função social da propriedade. O conceito de John Locke de propriedade² é, portanto, extremamente atual e útil para a conceituação de propriedade em geral e para compreender de que maneira e para quem deve se garantir a obtenção e proteção da propriedade, uma vez que para o autor o emprego do trabalho é determinante para a definição da propriedade.

Por mais que John Locke seja um autor clássico da economia, os clássicos por vezes carecem de aplicação prática devido à alteração da sociedade desde que as obras foram escritas, mas por vezes também, devido ao grande vanguardismo de suas ideias, permanecem influenciando as áreas do conhecimento por muitos anos, este é o caso do autor em questão no assunto da propriedade privada, como será demonstrado.

John Locke, em seu *Tratado sobre o Governo Civil*³ discorre sobre sua concepção do que seria propriedade. Sua conceituação versa sobre a propriedade em geral, tanto de bens móveis como bens imóveis e através de uma interpretação simples podemos adaptá-la à propriedade intelectual. Locke trabalha a ideia de que quando o homem aplica seu trabalho e suas técnicas sobre alguma coisa, desenvolvendo-a e agregando à coisa o valor do trabalho ele garante sua propriedade. O Autor defende que:

¹ Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

(...)

II - propriedade privada;

III - função social da propriedade;

² LOCKE, John, *Segundo Tratado Sobre o Direito Civil*, Disponível em:

<http://www.xr.pro.br/IF/LOCKE-Segundo_Tratado_Sobre_O_Governo.pdf>, Acesso em: 08/06/2014

³ *Ibidem*.

Ainda que a terra e todas as criaturas inferiores pertençam em comum a todos os homens, cada um guarda a propriedade de sua própria pessoa; sobre esta ninguém tem qualquer direito, exceto ela. Podemos dizer que o trabalho de seu corpo e a obra produzida por suas mãos são propriedade sua. Sempre que ele tira um objeto do estado em que a natureza o colocou e deixou, mistura nisso o seu trabalho e a isso acrescenta algo que lhe pertence, por isso o tornando sua propriedade. Ao remover este objeto do estado comum em que a natureza o colocou, através do seu trabalho adiciona-lhe algo que exclui o direito comum dos outros homens⁴.

Assim sendo, a propriedade é garantida no momento em que é exercida a atividade laborativa sobre a coisa. Locke também trabalha seu conceito analisando as coisas imóveis, o autor defende sua teoria usando os terrenos não utilizados para o cultivo que existiam à época. Ele dizia que se um homem entrasse no terreno, tornando-o produtivo, o cercasse e trabalhasse a terra seria considerado proprietário daquela porção de terra, desde que aquela porção fosse a necessária para sua existência digna e não impedisse a existência digna do outro, algo que praticamente não ocorria naquele tempo devido a abundância de terra fértil para todos. Pode-se perceber claramente essa ideia no trecho abaixo:

Mas visto que a principal questão da propriedade atualmente não são os frutos da terra e os animais selvagens que nela subsistem, mas a terra em si, na medida em que ela inclui e comporta todo o resto, parece-me claro que esta propriedade, também ela, será adquirida como a precedente. A superfície da terra que um homem trabalha, planta, melhora, cultiva e da qual pode utilizar os produtos, pode ser considerada sua propriedade. Por meio do seu trabalho, ele a limita e a separa do bem comum. Não bastará, para provar a nulidade de seu direito, dizer que todos os outros podem fazer valer um título igual, e que, em consequência disso, ele não pode se apropriar de nada, nada cercar, sem o consentimento do conjunto de seus coproprietários, ou seja, de toda a humanidade. Quando Deus deu o mundo em comum a toda a humanidade, também ordenou que o homem trabalhasse, e a penúria de sua condição exigia isso dele. Deus e sua razão ordenaram-lhe que submetesse a terra, isto é, que a melhorasse para beneficiar sua vida, e, assim fazendo, ele estava

⁴ LOCKE, John, *Segundo Tratado Sobre o Direito Civil*, Disponível em: <http://www.xr.pro.br/IF/LOCKE-Segundo_Tratado_Sobre_O_Governo.pdf>, Acesso em: 08/06/2014, p. 42.

investindo uma coisa que lhe pertencia: seu trabalho. Aquele que, em obediência a este comando divino, se tornava senhor de uma parcela de terra, a cultivava e a semeava, acrescentava-lhe algo que era sua propriedade, que ninguém podia reivindicar nem tomar dele sem injustiça.

Nenhum outro homem podia se sentir lesado por esta apropriação de uma parcela de terra com o intuito de melhorá-la, desde que ainda restasse bastante, de tão boa qualidade, e até mais que indivíduos ainda desprovidos pudessem utilizar. Se bem que, na realidade, a cerca que um homem colocasse em seu benefício não reduziria nunca a parte dos outros. Deixar uma quantidade igual que outro homem fosse capaz de utilizar, equivaleria a não tomar nada. Ninguém pode se sentir lesado por outra pessoa beber, ainda que em uma quantidade exagerada, se lhe é deixado todo um rio da mesma água para matar sua sede. O que vale para a água, vale da mesma forma para a terra, se há quantidade suficiente de ambas⁵.

Atualmente não há a abundância de terras comuns como no momento vivido por Locke, seja pelo aumento da população, seja pelo acúmulo de grandes porções de terras nas mãos de poucos proprietários. Porém, há um campo que permanece fértil e que cada homem tem acesso total e irrestrito dependendo apenas de sua própria vontade para explorá-lo e trabalhá-lo a fim de que se desenvolva e dê bons frutos: O intelecto. A mente humana é o que mais se aproxima da realidade de terrenos comuns vivida por John Locke, pois ela não tem limites e sua exploração não impede a exploração do outro sobre sua própria propriedade. As ideias criadas pelo intelecto podem influenciar os pensamentos de outros seres humanos, mas nunca os limitam ou os impedem.

A propriedade intelectual, portanto, como produto do desenvolvimento de ideias que é, pode tranquilamente ser analisada através do conceito de propriedade de John Locke e talvez seja na contemporaneidade o melhor símbolo de tal conceito, uma vez que na propriedade intelectual o desenvolvimento é tão importante quanto o produto final, algo que deve ser tratado com maior importância, como esta monografia tratará.

⁵ LOCKE, John, *Segundo Tratado Sobre o Direito Civil*, Disponível em: <http://www.xr.pro.br/IF/LOCKE-Segundo_Tratado_Sobre_O_Governo.pdf>, Acesso em: 08/06/2014, p. 43 e 44.

O artigo 1.228 do Código Civil Brasileiro de 2002⁶ trata dos efeitos da propriedade em geral, dentro do gênero propriedade temos os bens móveis, os bens imóveis e a propriedade intelectual. A propriedade intelectual por sua vez subdivide-se em direito autoral e propriedade industrial e esta, por fim, tem como espécies a patente, o desenho industrial, modelo de utilidade, marcas e indicação geográfica.

A marca, descrita pelo artigo 122 da Lei 9.279 de 1996⁷ e tratada entre os artigos 122 e 175 do referido dispositivo legal, é especificamente o alvo de estudo desta monografia. A marca, como propriedade que é, será analisada através do conceito proposto para que o seu desenvolvimento seja valorizado e protegido a fim de superar o tratamento simplório dado à sua aquisição através do registro no órgão público competente, no caso o Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI –, registro esse também regulamentado pela Lei 9.279 de 1996 entre os artigos 155 e 164.

Marca é basicamente um sinal que distingue um produto ou serviço dentro do mercado que ocupa. Denis Borges Barbosa define marca como:

O Art. 122 da Lei 9.279/96 define o que é a marca registrável pela lei brasileira:

a) é o signo suscetível de representação visual; vale dizer, não serão dignos da proteção os signos olfativos e outros “não suscetíveis de representação gráfica”.

b) destinado a distinguir produto ou serviço de outro idêntico ou afim, de origem diversa.

Assim, marca é o sinal visualmente representado, que é configurado para o fim específico de distinguir a origem dos produtos e serviços. Símbolo voltado a um fim, sua existência fáctica depende da presença destes dois requisitos: capacidade de simbolizar, e capacidade de indicar uma origem específica, sem confundir o destinatário do processo de comunicação em que se insere: o consumidor (...)⁸.

⁶ 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.

⁷ Art. 122. São suscetíveis de registro como marca os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais.

⁸ BARBOSA, Denis Borges, *Uma Introdução à Propriedade Intelectual*, Disponível em: <<http://www.denisbarbosa.addr.com/arquivos/livros/umaintro2.pdf>>, Acesso em: 17/06/2014, p. 700.

As marcas são, portanto símbolos que tornam produtos únicos e que povoam o imaginário do consumidor, este por sua vez assimila estes signos distintivos e a ele relaciona características que a sociedade empresária tenta inserir em seu produto. Os consumidores então fazem suas escolhas baseados nessa análise de características associadas à determinada marca: Resistência x Design; Inovação X Confiabilidade; Qualidade X Preço. A valorização da marca é o reconhecimento das características da sociedade empresária inseridos naquele símbolo e a aceitação de tais características pelo mercado consumidor como as mais desejadas.

Pode-se perceber então que por várias vezes há uma associação tão forte entre produto e marca que os consumidores não conseguem imaginar o produto sem que o sinal distintivo esteja presente em seu pensamento. Esse fato decorre não só de ações de marketing bem sucedidas como também pelo reconhecimento popular pelo desenvolvimento de um produto inovador que causa grande interesse pelos consumidores da área de atuação da sociedade empresária desenvolvedora da coisa. Proteger a marca significa proteger a economia como um todo e essa proteção deve ser tornar, além disso, um incentivador ao desenvolvimento de novos produtos e a busca pela qualidade superando até mesmo a proteção dada pelas patentes, uma vez que a marca é o maior ponto de encontro entre o desenvolvimento do produto e seu reconhecimento no mercado.

Proteger a marca dessa forma é observar a função social da propriedade, uma vez que a marca é uma forma de proteger e incentivar o desenvolvimento empresarial, além de auxiliar o consumidor na identificação do produto. Essas funções da proteção da marca que alcançam o êxito de assegurar a função social da propriedade podem ser compreendidas na obra de Denis Borges Barbosa:

Conforme a clássica justificativa do sistema de marcas, a proteção jurídica tem por finalidade em primeiro lugar proteger o investimento do empresário; em segundo lugar, garantir ao consumidor a capacidade de discernir o bom e o mau produto. O exercício equilibrado e compatível com a função social desta propriedade levaria a que o investimento em qualidade seria reconhecido⁹.

⁹ BARBOSA, Denis Borges, *Uma Introdução à Propriedade Intelectual*, Disponível em: <<http://www.denisbarbosa.addr.com/arquivos/livros/umaintro2.pdf>>, Acesso em: 17/06/2014, p. 699

Então, como se pode perceber, a teoria de John Locke pode ser utilizada para analisar um caso em que há discussão marcaria para definir quem deve garantir a propriedade sobre a marca, sempre favorecendo aquele que desenvolveu o produto e a marca não deixando de lado a função que se dirige ao consumidor, mas também valorizando o investimento da empresa. O caso Apple x Gradiente será analisado através deste prisma e ao fim desta monografia a ideia desenvolvida por Locke será utilizada para expor a decisão considerada a ideal.

CAPÍTULO 2 – ANÁLISE DO PROCESSO APPLE X GRADIENTE E APLICAÇÃO DO CONCEITO DE LOCKE AOS ARGUMENTOS DAS PARTES

A presente monografia trata-se de um estudo de caso e por isso se faz necessário informar alguns dados essenciais para a total compreensão da situação que será analisada¹⁰. O caso Apple x Gradiente que será estudado é uma disputa marcaria entre as duas sociedades empresárias do ramo tecnológico que desejam garantir o uso da marca “iPhone” no Brasil.

Em 29 de março de 2000 a Gradiente depositou o termo IPHONE no INPI, tal depósito foi registrado sob o número 822.112.175 na classe internacional 09¹¹. O INPI concedeu a propriedade sobre a marca em 02 de janeiro de 2008 quando das publicações da concessão na Revista da Propriedade Industrial – RPI – em suas edições 1925 e 1930.

Pelo lado da sociedade empresária norte-americana Apple Inc. o desenvolvimento de produtos que contenham o prefixo “I” remonta a 7 de maio de 1998, quando o então CEO da companhia, Steve Jobs, lançou o “iMac”, um computador de uso doméstico que se tornou um sucesso de vendas em todo o mundo. A Apple seguiu desenvolvendo seus produtos e aumentando a família “i”, alguns exemplos são “iBook”, “iPod”, “iTunes”, “iPad”. O celular produzido pela sociedade sediada em Cupertino, Califórnia foi lançado em 29 de junho de 2007 nos Estados Unidos da América e assim como os outros produtos citados também integrou a família “i” e foi denominado “iPhone”. No Brasil, o “iPhone” foi lançado em 26 de setembro de 2008.

Como se pode perceber, de acordo com o INPI a partir de janeiro de 2008 a Gradiente tornou-se a proprietária da marca “iPhone” no Brasil e em setembro do mesmo ano a Apple inseriu seu celular de mesmo nome no país. Ocorre que a sociedade brasileira passava por momentos de dificuldade financeira quando da

¹⁰ Todos os dados temporais dispostos no texto estão disponível em: BRASIL. JUSTIÇA FEDERAL, *Processo número 0490011-84.2013.4.02.5101*, Magistrado: EDUARDO ANDRÉ BRANDÃO DE BRITO FERNANDES Data de Julgamento: 12/05/2014, p. 7.

¹¹ Classe 09 - Aparelhos telefônicos celulares, aparelhos telefônicos celulares que possibilitam acesso à internet, telefonia fixa ou móvel, antenas digitais, capas de proteção, baterias, carregadores, viva voz, hands free, peças e acessórios incluídos nessa classe.

concessão da marca e, portanto, não desenvolveu, instantaneamente, um produto que fosse atrelado à nova marca o que adiou o conflito entre as sociedades. Porém, no fim de 2012 a Gradiente, de nome empresarial IGB Eletrônica S.A, ainda tentando se recuperar após processo de Recuperação Judicial lançou no mercado um celular chamado “Gradiente iPhone”, este aparelho foi lançado dentro do prazo de 5 anos da concessão da propriedade da marca, o que evitou a caducidade da concessão, como de acordo com os artigos 142, III e 143, I da Lei 9.279 de 1996¹².

Então, com a coexistência de dois produtos de mesma utilidade e que utilizavam o mesmo signo distintivo a disputa marcaria veio à tona. Inconformados com a concessão da marca pelo INPI, a Apple Inc. ajuizou, em 8 de janeiro de 2013, a ação de número 0490011-84.2013.4.02.5101 em face de IGB Eletrônica S.A requerendo ao juízo a anulação parcial do registro concedido pelo INPI à Ré da ação no que diz respeito à exclusividade do termo “iPhone”. Transmitidos os dados históricos, esta monografia apresentará alguns argumentos utilizados pelas partes do processo judicial e os analisará sob o conceito de propriedade de John Locke e suas decorrências, como exposto no capítulo anterior.

A sociedade empresária americana utiliza como principais argumentos¹³ para a defesa de sua posição a falta de distintividade do signo depositado pela sociedade brasileira como marca, um dos requisitos para que seja conferida a proteção, como disposto no artigo 122 da Lei 9.279/96¹⁴. Aduz a autora da ação de nulidade parcial de registro de marca que o termo *iphone* como utilizado pela ré da demanda figura como um elemento de caráter acessório que descreve o produto que será comercializado com a marca *Gradiente*. Pode-se analisar tal argumento com os seguintes trechos:

¹² Art. 142. O registro da marca extingue-se:

(...)

III - pela caducidade;

Art. 143 - Caducará o registro, a requerimento de qualquer pessoa com legítimo interesse se, decorridos 5 (cinco) anos da sua concessão, na data do requerimento:

I - o uso da marca não tiver sido iniciado no Brasil;

¹³ BRASIL. JUSTIÇA FEDERAL, *Processo número 0490011-84.2013.4.02.5101*, Magistrado: EDUARDO ANDRÉ BRANDÃO DE BRITO FERNANDES Data de Julgamento: 12/05/2014.

¹⁴ Art. 122. São suscetíveis de registro como marca os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais.

Paralelamente à bem sucedida história da autora e da adoção do sinal iPhone como marca no mercado de revolucionários telefones celulares com acesso à internet, a sociedade Ré depositou, em 29/03/2000, o pedido de registro para a marca mista *Gradiente iphone*.

Esse registro foi, equivocadamente, concedido em 02/01/2008 pelo INPI à sociedade Ré, na medida em que o termo *iphone*, da maneira como se apresenta no conjunto da marca ora em discussão e para o intuito concebido, não tem nenhuma força distintiva. Figura ali, a toda evidência, apenas como um elemento com caráter acessório, descritivo da categoria de produto da Ré a ser comercializado com a marca *GRADIENTE*¹⁵.

E também:

Verifica-se, pois, que, desde a origem, a expressão *iphone* foi concebida pela Ré e sua antecessora como um elemento meramente descritivo de telefones com acesso à internet. Ou seja, como um *smartphone*¹⁶.

A *Apple* continuou expondo suas razões através de documentação¹⁷ que comprovou a reiterada prática da sociedade brasileira em depositar termos que não tenham caráter distintivo algum e que na verdade são termos genéricos que apenas descrevem a função exercida pelo equipamento.

Como argumento final, a *Apple* aduz que graças a sua competência e ao real caráter distintivo que inseriu no termo *iPhone* a utilização do referido signo por ela é completamente diferente, uma vez que a sociedade americana dispendeu ao termo a distintividade necessária para a sua caracterização como marca. Assim pode-se depreender do trecho abaixo:

¹⁵ BRASIL. JUSTIÇA FEDERAL, *Processo número 0490011-84.2013.4.02.5101*, Magistrado: EDUARDO ANDRÉ BRANDÃO DE BRITO FERNANDES Data de Julgamento: 12/05/2014, p. 7.

¹⁶ *Ibidem*, p. 8

¹⁷ BRASIL. JUSTIÇA FEDERAL, *Processo número 0490011-84.2013.4.02.5101*, Magistrado: EDUARDO ANDRÉ BRANDÃO DE BRITO FERNANDES Data de Julgamento: 12/05/2014, p. 9.

Portanto, a Autora utiliza o sinal *iphone* mundialmente desde 2007, empregando-o com inegável natureza marcária (até porque seu produto vai muito além do conceito de telefonia celular), na medida em que indiscutivelmente dá conta de identificar a origem do produto, distinguindo-o de outros congêneres.

A marca *iphone*, concebida e extensivamente utilizada pela Apple, atende aos requisitos legais básicos para que um sinal se caracterize como marca de produto, nos termos do artigo 122, da Lei 9.279/96 – LPI, como “aquela usada para distinguir produto (...) de outro idêntico, semelhante ou afim, de origem diversa”. Isso, porque é vista pelos próprios consumidores como tal¹⁸.

De acordo com a autora não se pode dizer o mesmo do realizado pela sociedade brasileira, que a utilizou apenas em caráter descritivo de um modelo de celular com internet. Tal caráter descritivo e genérico, como exposto no artigo 124, VI da Lei 9279/96¹⁹, não é apto ao registro como marca, de acordo com a sociedade autora da ação.

Antes de analisar os argumentos da autora é necessário explicar um dos requisitos para a concessão de uma marca, o caráter distintivo do signo. Como bem definido por Denis Borges Barbosa: “Todos os signos visuais podem ser marcas, desde que atendam as noções de distintividade, veracidade e de novidade relativa. Tais requisitos são, simultaneamente, de ordem jurídica e prática”²⁰.

A distintividade do signo existe quando além de distinguir o produto dos outros que ocupam o mesmo mercado também não tem nenhum significado nem características que possam ser consideradas próprias, como bem define Denis Borges Barbosa em seu livro “Uma introdução à propriedade industrial”:

¹⁸ BRASIL. JUSTIÇA FEDERAL, *Processo número 0490011-84.2013.4.02.5101*, Magistrado: EDUARDO ANDRÉ BRANDÃO DE BRITO FERNANDES Data de Julgamento: 12/05/2014, p. 6.

¹⁹ Art. 124. Não são registráveis como marca:

VI - sinal de caráter genérico, necessário, comum, vulgar ou simplesmente descritivo, quando tiver relação com o produto ou serviço a distinguir, ou aquele empregado comumente para designar uma característica do produto ou serviço, quanto à natureza, nacionalidade, peso, valor, qualidade e época de produção ou de prestação do serviço, salvo quando revestidos de suficiente forma distintiva.

²⁰ BARBOSA, Denis Borges, *Uma Introdução à Propriedade Intelectual*, Disponível em: <<http://www.denisbarbosa.addr.com/arquivos/livros/umaintro2.pdf>>, Acesso em: 17/06/2014, p. 702.

É distintivo, objetivamente considerado, o que não tem características próprias, o que não significa, de forma a desempenhar a função marcária que lhe é própria.

(...)

A dimensão jurídica na distinguibilidade importa em que o signo não se confunda com domínio comum. O direito marcário considera res communis omnium sejam os signos genéricos, os necessários, ou os de uso comum, sejam os signos descritivos²¹.

Após explicar o requisito da distintividade a monografia pode analisar o argumento trazido ao processo pela autora da medida judicial, a sociedade Apple Inc. Quanto ao argumento de que não há distintividade na palavra “iPhone” parece não ser exatamente o caso, uma vez que por mais que possa parecer que a letra “i” significaria internet e que a expressão inglesa “phone” signifique celular e portanto a expressão possa significar celular com acesso a internet não pode se considerar a expressão como genérica ou descritiva, pois como a própria ré contra argumenta, a palavra utilizada para descrever os aparelhos celulares com acesso à internet é “smartphone”.

A autora então alega um ponto interessante²², após a alegação de que a palavra “iPhone” seria descritiva no momento do depósito efetuado pela ré, a autora diz que, diferentemente da ré, criou a distintividade necessária para que fosse possível a palavra ser reconhecida como marca. Para que a marca adquira distintividade é preciso que exista a imagem-de-marca, criada pelo reconhecimento do serviço e do investimento em publicidade. Pode-se analisar tal conceito através do texto de Denis Borges Barbosa:

Essa imagem é criada pelo acúmulo de experiências com o produto ou serviço específico, tanto diretamente relacionadas com a sua utilização, como através da influência da publicidade, do efeito estético, pela comunicação social e pela reação dos críticos. Uma imagem-de-marca incorpora toda a informação ligada à origem do produto ou serviço.

²¹ BARBOSA, Denis Borges, *Uma Introdução à Propriedade Intelectual*, Disponível em: <<http://www.denisbarbosa.addr.com/arquivos/livros/umaintro2.pdf>>, Acesso em: 17/06/2014, pp. 702/703.

²² BRASIL. JUSTIÇA FEDERAL, *Processo número 0490011-84.2013.4.02.5101*, Magistrado: EDUARDO ANDRÉ BRANDÃO DE BRITO FERNANDES Data de Julgamento: 12/05/2014, p. 6.

O valor da marca se constrói através de um efeito comunicativo: ela vale na proporção do reconhecimento do significado, seja em razão da espontaneidade, seja pela indução da publicidade. O público, reagindo à publicidade, ou por iniciativa própria, vai criando sentido para a marca, num processo que alguns descrevem como de autoria coletiva²³.

Esse argumento utilizado pela autora chega próximo ao exposto por esta monografia quanto ao conceito de propriedade de John Locke, porém não aborda o desejado. A autora baseia sua exposição apenas na construção da distintividade da marca, porém, este trabalho deseja basear o reconhecimento da aquisição de uma marca através do trabalho dispendido a ela. Não apenas o trabalho de marketing sobre a marca deve ser considerado, mas também todo o desenvolvimento, investimento em tecnologia e produção de um produto devem influenciar para a aquisição da distintividade de uma marca e além disso a inovação tecnológica deve ser incentivada e a proteção de um produto inovador será mais completa quando além da patente, a marca que distingue esse produto dos demais também seja uma ferramenta para valorizar o produto e transformar o valor investido na produção em lucro para a sociedade empresária.

Como exposto no capítulo 1 deste trabalho, para John Locke garante a propriedade aquele que desenvolve a coisa e a transforma, integrando a ela o seu trabalho. Portanto, como dito, a Apple Inc. ao desenvolver um produto inovador e que ganhou espaço no mercado mundial devido ao reconhecimento de sua grande qualidade e de um procedimento de marketing agressivo e bem sucedido deve ter o reconhecimento também do mundo jurídico e garantir a propriedade da marca que desenvolveu e a vinculou a um grande produto.

Realmente, a ré, como demonstrado no processo em análise²⁴, tem por hábito depositar inúmeras palavras e signos de caráter descritivo como home theater e celular e, portanto, não aptas ao registro marcário. Mesmo que na opinião deste trabalho o signo “iPhone” não seja descritivo, esta tendência mostra que a ré não

²³ BARBOSA, Denis Borges, *Uma Introdução à Propriedade Intelectual*, Disponível em: <<http://www.denisbarbosa.addr.com/arquivos/livros/umaintro2.pdf>>, Acesso em: 17/06/2014, p. 15.

²⁴ BRASIL. JUSTIÇA FEDERAL, *Processo número 0490011-84.2013.4.02.5101*, Magistrado: EDUARDO ANDRÉ BRANDÃO DE BRITO FERNANDES Data de Julgamento: 12/05/2014, pp. 9 e 10.

prioriza o desenvolvimento de produtos inovadores e que se destaquem no mercado pela originalidade mas tenta registrar vários signos, até mesmo aqueles não aptos para tanto, para que possa minar sua concorrência ao invés de investir em novos produtos.

A sociedade brasileira por sua vez alega em sua contestação a anterioridade que detém sobre o registro, o que a caracteriza como proprietária da marca em disputa. Além disso ataca a parte ré o argumento da Autora de que a utilização do termo por ela é apenas genérico e descritivo. Por fim, a Gradiente requer ao juízo a total improcedência da demanda ajuizada pela Apple e que o registro concedido à Ré não sofra qualquer alteração.

A anterioridade alegada pela Gradiente é inegável e incontestável, e pela interpretação literal da lei 9279/96 em seu artigo 129²⁵ o registro concedido pelo INPI, a despeito dos requisitos para a concessão, não há dúvidas que a Gradiente é proprietária da marca. Porém, esta monografia discute uma interpretação alternativa à Lei de Propriedade Industrial, a lei 9279/96. A interpretação pretendida por este trabalho vai além de uma solução baseada apenas no quesito temporal do depósito da marca, mas principalmente a utilização dessa marca, o fortalecimento dela e sua vinculação a um produto. A questão temporal também deve ser considerada pois é extremamente relevante, porém no caso especificamente estudado e que, certamente não será o único em um futuro próximo, a data do depósito deve ser valorado de maneira menos valiosa que a utilização da marca e o investimento em desenvolvimento do produto vinculado e da marca frente aos consumidores para que seja definido o proprietário da marca em disputa.

Assim, atualmente a marca deve ser visualizada como uma ferramenta que não só diferencia um produto e que dessa maneira protege os fabricantes e distribuidores da coisa contra possíveis atentados à concorrência leal e que também protege o consumidor de se confundir ao comprar qualquer produto que deseja, mas a marca deve ser também vislumbrada como uma forma de incentivar o desenvolvimento tecnológico e o investimento em inovação, aliando forças com a

²⁵ Art. 129. A propriedade da marca adquire-se pelo registro validamente expedido, conforme as disposições desta Lei, sendo assegurado ao titular seu uso exclusivo em todo o território nacional, observado quanto às marcas coletivas e de certificação o disposto nos arts. 147 e 148.

proteção dispendida através das patentes. Como já dito, a patente, proteção à criação, é essencial para garantir a produção de determinado produto, mas é a marca o ponto de encontro entre fabricação e venda, entre sociedade empresária e mercado consumidor. É a força da marca que vai determinar o volume de dinheiro gasto naquele produto e o retorno financeiro que todo o processo de criação e inovação trará para a sociedade empresária.

Por fim, o argumento trazido pelo INPI busca, principalmente, demonstrar a não existência do caráter descritivo do signo em discussão no processo em análise. Como já exposto neste trabalho, o caráter descritivo parece não estar presente no signo “iPhone”.

CAPÍTULO 3 – ANÁLISE DA DECISÃO JUDICIAL DO CASO

Após analisar e discutir os argumentos utilizados pelas partes do processo estudado, a monografia irá expor a sentença do magistrado encarregado em decidir o caso e após trazer a decisão para o texto a análise será feita através dos conceitos de John Locke.

O juiz ao decidir sobre a demanda inicia delimitando as funções da marca, de diferenciar o produto ou serviço como realizado por determinada sociedade empresária e para que o consumidor possa identificar o produto e não se confundir comprando da concorrência²⁶.

O magistrado, como visto acima, também se preocupa com o reconhecimento do investimento da sociedade empresária dispendido ao produto e sua respectiva marca. Como pode-se perceber no seguinte trecho:

(...) depreende-se que a marca é um sinal distintivo, que se destina a distinguir produtos e serviços, no intuito de indicar que foram produzidos ou fornecidos por determinada empresa ou pessoa, auxiliando o consumidor a reconhecê-los, bem como diferenciá-los dos produtos de seus concorrentes. Nesse sentido, não se pode olvidar que, ao individualizar um produto, distinguindo-o das mercadorias concorrentes, a marca atua como verdadeiro investimento do comerciante em seu negócio, permitindo a conquista da preferência e da fidelidade do consumidor²⁷.

Apesar de não citar o conceito de propriedade que esta monografia se utiliza, o magistrado defende um posicionamento semelhante ao deste trabalho no momento em que o investimento realizado é importante para a decisão da propriedade da marca. Porém a decisão diferencia-se do pretendido por este trabalho porque o investimento financeiro sobre a marca não é o principal fator

²⁶ BRASIL. JUSTIÇA FEDERAL, *Processo número 0490011-84.2013.4.02.5101*, Magistrado: EDUARDO ANDRÉ BRANDÃO DE BRITO FERNANDES Data de Julgamento: 12/05/2014, pp. 1316 e 1317.

²⁷ *Ibidem*, 1316.

determinante para a definição da propriedade da marca, o fator determinante é o trabalho dispendido ao bem alvo de propriedade e que agregue valor a coisa.

O magistrado continua sua exposição e considera que ambas as sociedades empresárias têm razão na demanda, uma vez que a autora pôde demonstrar que a marca “iPhone” seria uma decorrência da família “i” criada em 1998 ao mesmo passo que não poderia ser imposto a ré a acusação de utilizar marca já criada, uma vez que o depósito da marca “iphone” foi realizado pela ré em 2000 e a marca criada pela autora seria lançada em 2007. Pode-se observar o exposto através do seguinte trecho da sentença judicial:

A Autora fundamenta seu pedido no fato de estar usando produtos da “família de marcas” identificadas pelo sinal “I-” desde 1998, como IMAC e IBOOK, o que justificaria a criação do IPHONE como evolução da telefonia celular, enquanto a empresa Ré defende que fez o pedido de depósito em 2000 da marca “GRADIENTE IPHONE”, não podendo, assim, ser acusada de pretender utilizar nome de produto que só veio a ser lançado em 2007.

Analisando as duas versões, percebe-se que as duas empresas estão certas, pois enquanto a APPLE pode considerar a criação do IPHONE como uma consequência de uma linha de produtos ou “família de marcas” nascida em 1998, a GRADIENTE, por sua vez, pode defender que efetuou um registro de marca que não era proibido e tampouco copiava qualquer concorrente no mercado. Assim, em uma primeira análise, considero oportuna a crítica pela demora do INPI em analisar o pedido de registro da marca pleiteada pela empresa Ré, afinal o depósito foi feito em 29/03/2000 e o registro concedido tão somente em 02/01/2008²⁸.

O julgador mantém uma posição de certa forma conciliadora, considerando a demora do tempo de apreciação para a concessão do registro da marca e qual a extensão da proteção de uma marca. Para o magistrado, mesmo considerando a inexistência de má-fé da Ré, não se pode desconsiderar que a Ré não lançou um smartphone com a marca, apesar da crise que teve que suportar, e também não se deve deixar de lado que a Autora agregou trabalho e valor ao signo distintivo. O magistrado tenta portanto garantir uma proteção para ambos os lados, uma vez que

²⁸ BRASIL. JUSTIÇA FEDERAL, *Processo número 0490011-84.2013.4.02.5101*, Magistrado: EDUARDO ANDRÉ BRANDÃO DE BRITO FERNANDES Data de Julgamento: 12/05/2014, p. 1318.

como já dito por esta monografia a Apple não pediu a anulação total do registro da marca “iPhone”, o que permitiu o magistrado a confirmar sua posição conciliadora em sua decisão. O trecho a seguir ilustra o escrito acima:

A criação de marcas deve ser incentivada e protegida como forma de estimular a criatividade, não sendo vedado que pessoas físicas ou jurídicas usem tal expediente com vistas a auferir lucros. No mercado de domínios da internet, tal prática se tornou conhecida, mas quando ocorre o confronto, como no presente caso, não reconheço tal proteção como absoluta.

É certo que a empresa Ré não usou de má-fé para efetuar o registro da sua marca “GRADIENTE IPHONE”, porém não lançou smartphone com tal nome durante um bom período, mesmo após a concessão de seu registro em 2008. Também não discuto se a recuperação judicial pela qual passou, a impediu, na prática, da utilização desta marca ou não. Todavia, a verdade é que o mercado do IPHONE entre o depósito (2000) e a concessão (2008) do registro era um, e hoje é outro, completamente distinto.

Assim, permitir que a empresa Ré utilize a expressão IPHONE de uma forma livre, sem ressalvas, representaria imenso prejuízo para a Autora, pois toda fama e clientela do produto decorreram de seu nível de competência e grau de excelência. A pulverização da marca, neste momento, equivaleria a uma punição para aquele que desenvolveu e trabalhou pelo sucesso do produto.

(...)

Finalmente, como a Autora, não pretende a nulidade da marca “GRADIENTE IPHONE”, mas apenas que a empresa Ré seja obrigada a não utilizar a expressão IPHONE isoladamente, entendo que a mesma está requerendo o que já existe atualmente no mercado, sem trazer prejuízos a nenhuma das envolvidas, protegendo a sua conquista, assim como o registro concedido pelo INPI, para que a Ré possa comercializar o seu smartphone com o nome de “GRADIENTE IPHONE”²⁹.

O pedido da Autora foi então julgado procedente para que o registro fosse declarado parcialmente anulado quanto à exclusividade do termo “iPhone”. Esta porém não é a posição deste trabalho. Como já dito, esta monografia pretende mostrar uma alternativa para a superação legal e considera que a marca “iPhone” deve ser de propriedade daquele que trabalhou para a construção e valorização da

²⁹ JUSTIÇA FEDERAL, *Processo número 0490011-84.2013.4.02.5101*, Magistrado: EDUARDO ANDRÉ BRANDÃO DE BRITO FERNANDES Data de Julgamento: 12/05/2014, p. 1319.

marca e a utilização do conceito de propriedade de John Locke é o caminho para que se possa alcançar o objetivo da Lei 9.279 de 1996.

O julgador decidiu de forma que nenhuma das partes fosse extremamente prejudicada, porém não se utilizou da ideia proposta por este trabalho, que considera vital a identificação da forma como a propriedade é adquirida. Como já dito, para a aquisição da propriedade de algo o proprietário deve dispender a coisa seu trabalho, deve agregar à coisa a sua força de trabalho e melhorá-la, desenvolvê-la. Fica claro que ao optar pela utilização deste conceito, o julgador deveria, a despeito dos limites da sentença, uma vez que este trabalho não se propõe a discussões processuais, julgar de forma a garantir a propriedade da marca “iPhone” para a sociedade empresária que desenvolveu e atrelou à marca um produto inovador, que revolucionou o mercado que ocupa, e que fez com que a marca se tornasse mundialmente conhecida, através de intenso trabalho de marketing e de comprovada qualidade do produto.

Portanto, fica claro que com a utilização do conceito proposto por este trabalho, a propriedade da marca “iPhone” deveria ser garantida à sociedade empresária americana Apple Inc. por todos os motivos já expostos.

CONCLUSÃO

Após a exposição de todos os fatos e relaciona-los à teoria utilizada por esta monografia constatou-se que a valorização do trabalho sobre a coisa que pretende se tornar proprietário é uma forma mais justa de aferição da aquisição da propriedade e que atende aos anseios da Lei 9.279 de 1996 e da função social da propriedade.

O conceito de propriedade proposto por Locke atende os anseios tanto da Lei 9.279 de 1996 como também do mercado. A utilização de tal conceito é a valorização do desenvolvimento e do investimento na criação de novos produtos e da construção de marcas fortes, que representam qualidade e que estão presentes no imaginário do consumidor devido ao grande sucesso dos produtos a ela atrelados.

Trata-se, portanto, do direito reconhecendo um fato da economia e do comércio. O direito exercendo sua função como ciência social deve atender às mudanças e acompanhar a evolução de toda a sociedade, protegendo e incentivando o desenvolvimento tecnológico e econômico.

Após analisar o processo de disputa da marca “iPhone” envolvendo as sociedades empresárias Apple e Gradiente e observar os argumentos trazidos pelas partes pode-se concluir que a decisão do magistrado alcançou um objetivo de certa forma compreensível, em que nenhum dos lados fica extremamente prejudicado. Além disso, o juiz, limitado pelos princípios processuais, foi impossibilitado de decidir sobre a titularidade da marca pela Apple, o que devido a teoria trazida por este trabalho, seria o julgamento mais indicado e justo.

Porém, como já dito nesta monografia, os princípios processuais não devem limitar este estudo, pois através da desconsideração da correlação entre pedido e sentença, podemos construir uma sentença em que a propriedade da marca “iPhone” seria concedida a quem construiu uma imagem forte e mundialmente reconhecida para a marca e produziu um objeto eletrônico inovador e que conquistou o mercado consumidor de forma arrebatadora, a propriedade seria

concedida a Apple Inc. Então, ao analisar o caso pretendido e utilizar a teoria proposta, fica claro que para esta monografia a decisão correta quanto à aquisição da propriedade de uma marca deve ser baseada no trabalho dispendido à marca e ao produto vinculado a esse signo distintivo. No caso estudado, a propriedade da marca “iPhone” deveria ser concedida a sociedade americana Apple.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, Denis Borges, ***Uma Introdução à Propriedade Intelectual***, Disponível em: <<http://www.denisbarbosa.addr.com/arquivos/livros/umaintro2.pdf>>, Acesso em: 17/06/2014.

BRASIL. JUSTIÇA FEDERAL, ***Processo número 0490011-84.2013.4.02.5101***, Magistrado: EDUARDO ANDRÉ BRANDÃO DE BRITO FERNANDES Data de Julgamento: 12/05/2014.

LOCKE, John, ***Segundo Tratado Sobre o Direito Civil***, Disponível em: <http://www.xr.pro.br/IF/LOCKE-Segundo_Tratado_Sobre_O_Governo.pdf>, Acesso em: 08/06/2014.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de Direito Comercial, volume 1: direito de empresa**. 15ª edição. São Paulo: Saraiva, 2011.

GUSMÃO, Mônica. **Lições de Direito Empresarial**. 11ª edição. Editora Forense, 2012.

MAMEDE, Gladston. **Manual de Direito Empresarial**. 5ª edição. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2010.

NEGRÃO, Ricardo. **Direito Empresarial – Estudo Unificado**. 5ª edição. Editora Saraiva, 2014.

SANTOS, Elisabete Teixeira Vido dos. **Curso de Direito Empresarial**. 3ª edição. Editora Rt, 2013.

TOMAZETTE, Marlon. **Curso de Direito Empresarial – Teoria Geral e Direito Societário**. Volume 1. 6ªedição. Editora Atlas, 2014.

PEREIRA, Caio Mário da Silva. **Instituições de Direito Civil**. Volume 4. 21ªedição. Editora Forense, 2012.

BRASIL. **Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996.** Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm>. Acesso em: 17/06/2014.

BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002.** Institui o Código Civil. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406.htm>. Acesso em: 17/06/2014.

BRASIL. **Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 17/06/2014.