

## O TRADE DRESS E SUA APLICAÇÃO NO BRASIL: UMA ANÁLISE DO TRATAMENTO DISPENSADO PELA JURISPRUDÊNCIA

Guilherme Schneider Pavan<sup>1</sup>

Rodrigo Otávio Cruz e Silva<sup>2</sup>

### Resumo

Com vistas no interesse social e desenvolvimento tecnológico, o artigo 5º da Constituição Federal instituiu aos autores de inventos industriais o privilégio temporário para a sua utilização, bem como a proteção às criações industriais, à propriedade das marcas e outros signos distintivos. Por ser uma área do direito empresarial dos quais muitas normas decorrem de acordos e tratados internacionais, o direito de propriedade intelectual possui vários institutos ainda relativamente novos para a doutrina brasileira, sendo o trade dress um deles. Oriundo dos Estados Unidos da América, o trade dress não foi reconhecido pela legislação brasileira enquanto bem industrial. Entretanto, os tribunais pátrios vêm reconhecendo a necessidade de tutela do instituto no intuito de proteger interesses e investimentos realizados pelos empresários na composição de seu estabelecimento empresarial. Assim, o reconhecimento do trade dress decorre da constatação e da necessidade de reprimir eventual confusão e associação indevida de produtos e serviços promovida por concorrentes, ainda que tal repressão ocorra com fundamento no direito antitruste. Palavras-chave: Trade dress. Propriedade industrial. Concorrência desleal. Direito Comercial.

### 1 INTRODUÇÃO

Com a finalidade de enfrentar a grande competição do mercado econômico global, os empresários constantemente buscam novas estratégias que visem a diferenciação de seus produtos e serviços como instrumento para se destacar em relação aos concorrentes. Para alcançar

esse diferencial de mercado, são necessários investimentos em pesquisa e desenvolvimento, em marketing, na organização empresarial e, para o presente trabalho, investimentos em propriedade intelectual e produção de sinais distintivos do estabelecimento empresarial.

Os atos que desrespeitam as normas que regulam a concorrência entre as empresas são caracterizados como comportamentos fora dos padrões de lealdade e de boa-fé exigíveis na atuação dos agentes econômicos.

Vale destacar que o ordenamento jurídico brasileiro veda a concorrência desleal, especialmente condutas anticoncorrenciais que se utilizem de métodos voltados à ampliação do mercado e à captação ilícita de clientela alheia.

A apropriação ilícita de sinais distintivos alheios, desenvolvidos e utilizados por empresários para se identificar (consumidores) e se diferenciar (concorrentes) perante o mercado, incorre em concorrência desleal prevista na Lei 9.279/1996.

Em relação à concorrência desleal no âmbito dos sinais distintivos, campo empresarial, é destacável o reconhecimento e a proteção do trade dress enquanto conjunto de sinais desenvolvidos para definir a identidade visual do empresário em seu estabelecimento empresarial. Ocorre que, diferentemente de outros institutos, a legislação pátria não define especificamente a proteção do conjunto-imagem do trade dress.

Nessa perspectiva, o objetivo do presente trabalho é apurar, com fundamento nas jurisprudências firmadas pelos Tribunais, se a falta de legislação específica da tutela do trade dress impede a efetiva proteção contra a imitação ilícita. O procedimento metodológico do estudo se dará por pesquisa qualitativa, conforme o método dedutivo, composta por uma análise doutrinária e jurisprudencial.

Será apresentada uma introdução ao instituto do trade dress, sua origem no direito norte-americano, o conceito, além da forma de proteção com fundamento no ordenamento jurídico brasileiro.

Analisar-se-á o direito antitruste, a propriedade intelectual, os elementos caracterizadores da infração do trade dress. E com base nesse cotejo, será apresentado o tratamento dispensado pelos Tribunais, a fim de identificar se a legislação existente é capaz de garantir a proteção ao trade dress.

## 2 DESENVOLVIMENTO

No ordenamento jurídico brasileiro não há previsão legal do trade dress. Conforme abordado a seguir, sua proteção é realizada por meio da repressão à concorrência desleal. Nota-se, que a repressão à concorrência desleal busca preservar a licitude do ambiente com que os agentes econômicos concorrem no mercado, sob a orientação do princípio da livre concorrência (art. 170, IV, CF).

Com o passar do tempo, o uso de sinais e marcas em bens materiais passou a ser empregado em todas as partes do mundo, passando a ser uma condição fundamental para a comercialização de determinado produto (DI BLASI, 2005, p. 331).

Atualmente, amplamente utilizadas, as marcas possuem a capacidade de diferenciar bens e serviços, conferindo segurança e garantia de origem como estímulo para as pessoas consumirem determinados produtos em detrimento de outros. Essa capacidade de diferenciação de produtos e serviços por seus sinais distintivos atrai clientes e facilita os negócios (MAMEDE, 2015, p. 289).

Dessa forma, as pessoas identificam e reconhecem determinada marca através de sua identidade visual, como um conjunto de símbolos criados e organizados para caracterizar a identidade conceitual da marca, de acordo com os critérios e princípios pensados para a sua concepção (VÁSQUEZ, 2007, p. 206-207).

Quanto ao conjunto de condutas relacionadas à administração das empresas é conhecido como branding. Essas condutas, quando realizadas com competência e conhecimento, levam as marcas a fazer parte da vida

das pessoas, intervindo na cultura e influenciando nas escolhas dos indivíduos (MARTINS, 2006, p. 8).

E quando o branding torna a marca notória e reconhecida por milhares de pessoas, esta pode passar a ser alvo de imitação. Conforme mencionado por Martins (2009, p. 457), a apropriação indevida de bens intangíveis ocorre porque muitos empresários se aproveitam de forma ilegal dos elementos que formam o sucesso de seus concorrentes, objetivando obter vantagens com o produto do esforço alheio.

Com a finalidade de proteger elementos da identidade visual, o ordenamento jurídico brasileiro estabeleceu quais bens intangíveis seriam objeto de proteção pela Lei da Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/96).

A partir desse dispositivo e do que dispõe a LPI, observa-se que alguns elementos da identidade visual, como a marca e o desenho industrial, para obterem proteção legal, o titular precisa requerer o registro no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). No entanto, é importante destacar que, além das marcas e desenhos industriais, esses expressamente previstos na LPI, o legislador pátrio reconhece proteção “a outros signos distintivos” que possam consistir em elementos de identidade visual dos empresários e estabelecimentos.

Esses signos, enquanto elementos capazes de identificar e diferenciar produtos de determinada empresa, podem ser conhecidos como trade dress ou conjunto-imagem.

A origem do trade dress remonta ao julgamento nos Estados Unidos da América, em 1992, do famoso litígio entre as empresas Two Pesos Inc. e Taco Cabana Inc.. Na demanda, a rede de lanchonetes Taco Cabana propôs ação alegando que o concorrente Two Pesos fazia o uso indevido das características visuais de seus estabelecimentos (SANTOS, 2016, p. 36)

Outro precedente norte-americano que merece destaque sobre o tema é o caso envolvendo as empresas Samara Brothers e Wal-Mart Stores. A fabricante de vestuário infantil, após descobrir que a rede varejista Wal-Mart Stores estava vendendo uma linha de roupas inspiradas na sua coleção, ajuizou ação alegando a violação do trade dress de suas peças. O júri deu

ganho de causa à Samara Brothers, cuja decisão restou confirmada em segunda instância (UNITED STATES OF AMERICA, 2000).

Nesta demanda, a jurisprudência americana firmou-se no sentido de que a proteção do design e das cores dos produtos precisa ser demonstrada através da distintividade adquirida pelo uso. Já para as marcas nominativas e embalagens, a condição para proteção, é sua distintividade inerente, isto é, sua capacidade de diferenciar-se das demais (UNITED STATES OF AMERICA, 2000).

O trade dress é a identidade visual do objeto, do produto ou da embalagem de determinada empresa, sua finalidade é apresentar a organização para o mercado. Denis Borges Barbosa (2011, p. 9) conceitua que o trade dress é um “conjunto de cores, a forma estética, os elementos que compõem a aparência externa, como o formato ou apresentação de um produto, estabelecimento ou serviço, suscetível de criar a imagem-de-marca de um produto em seu aspecto sensível.”

Desse modo, o trade dress é composto por vários elementos distintivos que formam a identidade do produto ou do serviço, assim como do estabelecimento.

Para Gusmão e Hanens (2012, p. 591), o instituto “configura um vínculo entre o empresário e o consumidor, levando este último a optar pelo produto ou serviço baseado na memória da aparência ou da roupagem que os identificava em experiência satisfatória passada.”

Diferente não é a definição dada pela jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça. O entendimento já consagrado no Tribunal da Cidadania é no sentido de que o conjunto de elementos visuais e sensitivos que constituem um aspecto característico e suficientemente distintiva de apresentação do produto ou serviço no mercado consumidor, compreende o conceito de trade dress (BRASIL, 2018).

Para entender o campo de interação entre o direito de propriedade intelectual e o direito concorrencial, é imprescindível fazer uma conceituação e classificação da propriedade intelectual, bem como esclarecer a abrangência do direito concorrencial.

Muniz et al. (2013, p. 20) definem a propriedade intelectual como sendo um “conjunto de direitos de propriedade sobre toda a atividade inventiva e criatividade humana, em seus aspectos tecnológicos, científicos, artísticos e literários.”

Nesse sentido, Barbosa (2010, p. 7) expõe que, conforme a Convenção da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), a propriedade intelectual pode ser definida como a união de direitos inerentes às obras literárias, artísticas e científicas, aos institutos jurídicos protegidos pela propriedade industrial, bem como à proteção contra a concorrência desleal e todos os outros direitos relativos à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico.

Bastante internacionalizada, a propriedade intelectual é um conteúdo que abrange os direitos de propriedade industrial (patentes, modelos de utilidade, desenhos industriais e marcas) e direitos autorais (direitos de autor, direitos conexos e a proteção dos programas de computador), bem como outros sobre bens imateriais de vários gêneros (BARBOSA, 2010, p. 7; LILLA, 2014, p. 33).

O direito industrial é a área jurídica que cuida da atividade criativa humana com aplicabilidade industrial. Garante a uma pessoa física ou jurídica a ampla utilização de seus meios industriais e comerciais, conferindo uma contra a intervenção de terceiros por meio da falsificação e atos ilícitos (ROSSIGNOLI, 2016, p. 73).

Conforme Coelho (2011, p. 159), os institutos que estão sujeitos a proteção jurídica sob a concepção de “propriedade industrial” integram o estabelecimento empresarial e, desse modo, são considerados os bens imateriais de propriedade do empresário.

O direito industrial brasileiro é normatizado pela Lei da Propriedade Industrial –LPI (Lei nº 9.279/96) que traz quatro institutos jurídicos protegidos pela propriedade industrial, são eles: a invenção, o modelo de utilidade, o desenho industrial e a marca.

Ao contrário dos outros três bens industriais, a Lei da Propriedade Industrial não define o conceito de invenção. A Lei nº 9.279/96 limitou-se em

estabelecer os elementos da invenção, nos termos do art. 8º: “É patenteável a invenção que atenda aos requisitos de novidade, atividade inventiva e aplicação industrial.” (BRASIL, 1996).

A marca é definida pela Lei da Propriedade Industrial, nos termos do art. 122, como “os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais.” (BRASIL, 1996).

Os sinais distintivos visualmente perceptíveis, colocados nos produtos e serviços para diferenciá-los dos demais e facilitar sua comercialização, são nomeados de marca (BERTOLDI; RIBEIRO, 2011, p. 112).

Conforme apontado por Ramos (2016, p. 816), a finalidade da marca é identificar e diferenciar produtos e serviços de forma eficiente. Caso não alcance esse propósito, ela pode não ser classificada como marca e, por conseguinte, não ser registrada. É por esse motivo que não se aceita o registro como marca de expressões comuns e genéricas, que não conseguem individualizar o produto ou serviço e se diferenciar dos demais.

A livre concorrência, segundo Ramos (2013, p. 25), é um dos princípios basilares do direito empresarial. Está prevista no artigo 170 da Constituição Federal de 1988 como princípio constitucional da ordem econômica: “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: [...] IV - livre concorrência; [...]” (BRASIL, 1988).

As duas formas de práticas concorrenciais ilícitas que o direito concorrencial reprime são: a concorrência desleal e a infração da ordem econômica. As duas ilegalidades competitivas se diferenciam pelo fato de que os danos gerados pela concorrência desleal não atingem outros objetivos além dos do empresário prejudicado pela prática ilícita (COELHO, 2011, p. 208).

O conceito do instituto jurídico da concorrência desleal ainda está em formação, visto que a palavra concorrência possui significado definido e o adjetivo desleal é confuso, dependendo do ambíguo entendimento de deslealdade.

A proibição da concorrência desleal possui como objetivo proteger a clientela contra a atuação fraudulenta e denegridora de um concorrente. É importante frisar que a clientela mencionada diz respeito ao elemento do aviamento ou do fundo do comércio, ou seja, a clientela do empresário (REQUIÃO, 2015, p. 446).

Para promover o bem-estar econômico e social, a política da concorrência tem como intenção principal a proteção da livre competição entre os agentes econômicos mediante a punição do abuso do poder econômico. Nesse sentido, a finalidade do direito antitruste é regularizar as atividades dos agentes econômicos, considerando a proteção da concorrência e a liberdade de escolha dos consumidores (LILLA, 2014, p. 58-59).

A propriedade intelectual desenvolve as atividades de criação e desenvolvimento de novas invenções, tecnologias e expressões do conhecimento ao assegurar aos empresários o poder de exclusividade sobre suas criações intelectuais. Promovendo assim, o desenvolvimento econômico e tecnológico do país (LILLA, 2014, p. 64; GRAU-KUNTZ, 2011, p. 4).

Por depender das relações comerciais, o direito de propriedade intelectual só poderá ser desempenhado de acordo com as normas de preservação e com os fins políticos das transações comerciais. Dessa forma, a relação entre o instituto da propriedade intelectual e o direito concorrencial é entendida como de complementariedade (GRAU-KUNTZ, 2011, p. 2-3).

Preconiza Lilla (2014, p. 64) que, com base no exposto, a propriedade intelectual encontra absoluta afinidade com o direito concorrencial, visto que os dois institutos procuram a eficiência econômica das transações comerciais através da novidade e da individualização de produtos e serviços.

Apresentado o instituto do trade dress, o regime jurídico da propriedade industrial e a relação entre esta e o direito concorrencial, passa-se a analisar o reconhecimento e a proteção do trade dress pelos tribunais.

Dessa forma, com o escopo de atingir o objetivo do presente artigo analisa-se se a falta de legislação específica sobre a tutela do trade dress impede a efetiva proteção contra a imitação. No estudo apresenta-se dois acórdãos do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo em razão da peculiaridade e da contribuição acadêmica que referidos julgados apresentam para o desenvolvimento da pesquisa.

O primeiro julgado, sob o nº 0077960-09.2012.8.26.0100, retrata a lide entre as empresas Compagnie Gervais Danone e Danone Ltda, autora da ação, e a empresa S/A Fábrica de Produtos Alimentícios Vigor. No caso, a ação foi ajuizada pela Danone com a finalidade de reprimir a concorrência desleal promovida pela empresa Vigor no ramo de iogurtes funcionais.

Em primeiro grau, o magistrado entendeu que os termos “Acti” e “Lacti” não acarretam confusão em relação aos outros iogurtes disponíveis no mercado, dessa forma, inexistiria concorrência desleal por parte da requerida.

A Danone insurgiu-se contra a decisão de primeiro, sustentando que houve concorrência desleal por parte da Vigor, visto que esta teria se apropriado indevidamente da identidade visual dos produtos nas embalagens de seu trio de iogurtes.

Quanto à prova dos prejuízos arcados pelas apelantes, alegam que a existência de produtos da apelada no mercado com trade dress análogo ao seu ocasiona desgaste da imagem visual de seus produtos e induz em erro o consumidor. Dessa forma, o ato ilícito praticado e a vantagem obtida dão ensejo a condenação da apelada ao pagamento de indenização por dano material (SÃO PAULO, 2017a).

No julgamento pelo TJSP, os desembargadores entenderam que as partes disponibilizam ao mercado consumidor um trio de produtos com a mesmo propósito de consumo, denominações semelhantes e mesmas cores. Ademais, o tribunal reconheceu a existência de imitação no tocante à estilização das embalagens, formatos, posições dos letreiros e, para o caso do iogurte Cálcio+, identidade relativa à reprodução de arte gráfica (SÃO PAULO, 2017a).

Para os desembargadores, a razão para que concorrentes promovam a imitação de padrões cores, marcas e demais sinais distintivos de produtos, configurando a ausência de originalidade, conforme feito Vigor, apresenta-se como propósito de induzir em erro o consumidor, e, conseqüentemente, auferir a clientela e o mercado do concorrente de maneira mais rápida (SÃO PAULO, 2017a).

Conforme vem entendendo a jurisprudência brasileira, a questão concernente ao trade dress de um produto precisa ser avaliada com base na caracterização, inibição do aproveitamento parasitário e a confusão gerada aos consumidores do produto, em análise que antecipa qualquer demanda sobre registros marcários e exclusividade de exploração (SÃO PAULO, 2017a).

Assim, a proteção normativa do trade dress possui duas vertentes: a primeira, relativa à lealdade concorrencial, tutelada pelas normas de direito concorrencial, e a segunda relacionada a questões de propriedade intelectual e a proteção dos bens industriais. Em ambos os regimes jurídicos, basta que o infrator se aproveite indevidamente do esforço empreendedor e do prestígio do concorrente perante o consumidor, com a intenção de se beneficiar de forma indevida com a intenção de promover desvio da clientela e ganhos de capital (SÃO PAULO, 2017a).

O prejuízo material foi reconhecido pela TJSP, pois incontestável o fato da imitação do trade dress da Danone pela Vigor com repercussão no faturamento da primeira. Dessa forma, conforme o artigo 210, inciso II, da Lei de Propriedade Industrial, estabelece que os lucros cessantes sejam calculados com fundamento nos benefícios obtidos pelo autor da violação do direito (SÃO PAULO, 2017a).

Diante desse quadro, o tribunal deu parcial provimento à apelação da Danone, condenando a Vigor a se abster de copiar o trade dress da linha de iogurtes funcionais daquela, devendo alterar o conjunto-imagem de seus produtos. Ademais, condenou a Vigor ao pagamento de lucros cessantes na forma do art. 210, inciso II, da LPI, a ser apurado na fase de liquidação de sentença por arbitramento (SÃO PAULO, 2017a).

O segundo julgado, sob o nº 0113598-61.2007.8.26.0009, diz respeito à disputa que envolve a empresa Petrobrás Distribuidora S.A., autora, e a empresa Centro Automotivo Monte Moriah Ltda (Petromont).

O presente caso, em que a Petrobrás alegava que a empresa Petromont se apropriou indevidamente de seu trade dress dos postos de combustíveis, especialmente no tocante ao padrão de cores, verde, amarelo e branco, o magistrado de primeiro julgou procedente a ação de obrigação de não fazer cumulada com perdas e danos, mantendo a tutela antecipada que determinou à requerida promover a descaracterização do trade dress de suas instalações, condenando-a ao pagamento de 20% dos ganhos líquidos percebidos durante a utilização do conjunto-imagem da autora, além das verbas de sucumbência (SÃO PAULO, 2017b).

Para o Tribunal de Justiça de São Paulo, não houve dúvida de que a requerida se apropriou indevidamente do trade dress da Petrobrás, detentora das marcas “BR” e “Petrobrás”, e da parte superior das instalações nas cores amarela, verde e branca, todos devidamente registrados no INPI. O tribunal assim entendeu que a Petromont mantinha um conjunto-imagem semelhante aos postos de abastecimento da 20 Petrobrás, que possuem incontestável notoriedade e reputação no mercado brasileiro (SÃO PAULO, 2017b).

Percebe-se que a Corte destacou que o trade dress é digno de receber a mesma proteção dos bens da propriedade industrial, incidindo na espécie a norma do artigo 5º, XXIX da Constituição Federal. Destarte, quando o consumidor não consegue fazer a diferenciação de uma identidade visual original de um deturpado, trata-se de uma reprodução objetiva, ficando caracterizada a concorrência desleal nos termos do artigo 195, III e IV da Lei da Propriedade Industrial. Assim, ficou configurado o ato ilícito, posto que a requerida violou o trade dress da autora, ocasionando prejuízos de ordem material para esta (SÃO PAULO, 2017b).

A partir dos julgados acima analisados, percebe-se o reconhecimento pelos tribunais do instituto do trade dress, para além apenas da tutela das marcas, de modo que ocorrendo infração ao trade dress o Poder Judiciário

vêm aplicando normas de repressão à concorrência desleal a fim de tutelar o mercado e a clientela dos empresários que dispenderam esforços e investimentos no desenvolvimento de seus produtos e respectivos sinais distintivos.

### 3 CONCLUSÃO

Com o mercado econômico altamente competitivo, cada vez mais se mostra essencial aos empresários investir em sinais distintivos para destacar seus produtos e serviços, e se diferenciar de concorrentes, para assim conquistar mercados e consumidores.

Ponderados os principais aspectos do trade dress, especificamente a origem, conceituação e análise dos principais elementos que envolvem o instituto, e a relação entre o direito concorrencial e a propriedade intelectual, verifica-se que as normas de proteção à concorrência desleal são plenamente aplicáveis para reprimir os casos de imitação do conjunto-imagem de produtos ou serviços compreendidos no conceito de trade dress.

As jurisprudências analisadas bem demonstram o reconhecimento e a tutela do trade dress pelos tribunais brasileiros. Os casos apresentados enfatizam a relevância do trade dress e a sua proteção contra a confusão indevida, mesmo em casos em que não há registro de bens industriais junto ao INPI.

O modelo ideal seria o reconhecimento do trade dress pelo sistema jurídico brasileiro a fim de proteger o instituto de forma expressa, estabelecendo os requisitos e os limites de sua proteção. Nesse ensejo, ficaria estabelecido a possibilidade registro, os elementos passíveis de proteção, os direitos do titular, as penas aplicadas aos infratores, preservando assim os investimentos feitos pelos empresários no desenvolvimento de signos de produtos e serviços além das marcas, de modo a evitar que a proteção fique restrita às normas de repressão à concorrência desleal. E como dito, apesar do não reconhecimento legal do trade dress enquanto bem

industrial, restou demonstrado na presente pesquisa a proteção conferida pela jurisprudência pátria.

## REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Fernando de Paula. O instituto do trade dress e a proteção aos websites: um estudo de caso. Juiz de Fora, 2016. 44 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito)-Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2016. Disponível em: <<https://repositorio.ufjf.br/jspui/bitstream/ufjf/3338/1/fernandodepaulaandra.de.pdf>>. Acesso em: 26 mar. 2018.
- BARBOSA, Denis Borges. A concorrência desleal, e sua vertente parasitária. 2011. Disponível em: <[http://www.denisbarbosa.addr.com/arquivos/novidades/concorrencia\\_desleal.pdf](http://www.denisbarbosa.addr.com/arquivos/novidades/concorrencia_desleal.pdf)>. Acesso em: 17 set. 2018.
- BERTOLDI, Marcelo M.; RIBEIRO, Marcia Carla Pereira. Curso Avançado de Direito Comercial. 6. ed. rev. e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.
- BRASIL. Constituição. República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF: Senado Federal, 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: 17 set. 2018
- COELHO, Fábio Ulhoa. Curso de Direito Comercial: Direito de Empresa. 15. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.
- DI BLASI, Gabriel. A propriedade industrial: Os sistemas de marcas, patentes e desenhos industriais analisados a partir da Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Rio de Janeiro: Forense, 2005.
- GUSMÃO, José Roberto d’Affonseca; HANENS, Laetitia Maria Alice Pablo d’. Breves comentários sobre a proteção ao trade dress no Brasil. Revista dos Tribunais, n. 919, p. 585 - 597, maio. 2012. Disponível em: <<http://www.gipi.com.br/noticias-publicacoes/publicacoes-e-artigos/propriedade-intelectual/breves-comentarios-sobre-a-protecao-ao-trade-dress-no-brasil/126>>. Acesso em: 04 mar. 2018.
- LILLA, Paulo Eduardo. Propriedade Intelectual e Direito da Concorrência: Uma abordagem sob a perspectiva do acordo TRIPS. São Paulo: Quartier Latin, 2014.
- MAMEDE, Gladston. Manual de direito empresarial. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2015. 289 p.
- MARTINS, Fran. Curso de direito comercial. 32. ed. rev., atual. e ampl., Rio de Janeiro: Forense, 2009. 479 p.
- MUNIZ, R. M. R. et al. Manual Básico: Propriedade intelectual e transferência de tecnologia. 2. ed. Brasília : Centro de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico, 2013. Disponível em: <[http://www.cdt.unb.br/vitrinetecnologica/arquivos/bibliotecavirtual/manuals\\_cdt/livro3\\_propriedade\\_intelectual\\_completo.pdf](http://www.cdt.unb.br/vitrinetecnologica/arquivos/bibliotecavirtual/manuals_cdt/livro3_propriedade_intelectual_completo.pdf)>. Acesso em: 2 jun. 2018.

PEREIRA, Vanessa Adelaide Ferreira Neno Amarantes. Trade Dress e a Concorrência Desleal. 2009, 120 p. Dissertação (Mestrado em Contabilidade)-

Universidade de Aveiro, Aveiro, 2009. Disponível em:

<<https://ria.ua.pt/bitstream/10773/3235/1/2010000273.pdf>> Acesso em: 25 mai. 2018.

REQUIÃO, Rubens. Curso de direito comercial: volume1. 34. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2015.

ROSSIGNOLI, Estefânia. Direito empresarial. 5. ed. rev. e ampl. Salvador: Juspodivm, 2016

UNITED STATES OF AMERICA. Supreme Court of United States. Qualitex Co. v. Jacobson Products Co., 514 U.S. 159. 1995. Disponível em:

<<https://supreme.justia.com/cases/federal/us/514/159/case.pdf>>. Acesso em: 13 maio 2018.

Sobre o(s) autor(es)

1 Graduando do curso de Direito pela Universidade do Oeste de Santa Catarina - Unoesc; guilhermeschneiderpavan@outlook.com.

2 Doutorando em Direito pela Universidade Federal do Paraná - UFPR, Mestre e Bacharel em direito

pela Universidade Federal de Santa Catarina. Advogado e docente do curso de direito na Universidade

do Oeste de Santa Catarina - Unoesc; rodrigoocs@hotmail.com.