

O que *pode* ser objeto de registro

Denis Borges Barbosa (2012)

Em princípio, *todo* o sinal visualmente representado, que é configurado *para o fim específico* de distinguir a origem dos produtos e serviços é registrável, desde que *novo, distintivo e intrinsecamente veraz*. Essa é a regra. As exceções são aquelas especificamente listadas na lei.

Cuidamos aqui dos requisitos *positivos* de registrabilidade; não cuidaremos, assim, dos requisitos *negativos*, ou seja, das exclusões ao registro. A casuística recita tais requisitos positivos:

Ementa: mandado de segurança - marca comercial - o registro de marca deve obedecer os requisitos de distinguibilidade, novidade relativa, veracidade e licitude. Buscam, além disso, evitar repetições ou imitações que levem terceiros, geralmente o consumidor, a engano. De outro lado, cumpre observar a natureza da mercadoria. Produtos diferentes, perfeitamente identificáveis e inconfundíveis, podem, porque não levam aquele engano, apresentar marcas semelhantes. Superior Tribunal de Justiça, MS 90.0000845.0 no. :0000328, Primeira Seção, j. 24.04.1990, DJ de 21.05.1990, p. 04421.

Assim, todos os signos visuais podem ser marcas registradas, desde que atendam as noções de distintividade, veracidade e de novidade relativa. Tais requisitos são, simultaneamente, de ordem jurídica e prática:

Contudo, no caso das marcas, nem tudo que não é expressamente proibido pode ser registrado como marca. Esta particularidade decorre das funções que a marca deve exercer no mercado. Já nos diz o artigo 122 da nova lei que são suscetíveis de registro como marca os sinais distintivos. Portanto, os sinais que, de fato, não forem capazes de distinguir, tais como aqueles excessivamente complexos ou longos, ou por presunção legal, tais como os sinais sonoros, não são registráveis¹.

A noção de “licitude”

Cita o acórdão recém mencionado a condição de "licitude" como um pressuposto da registrabilidade. Na verdade, é um termo despido de significado, não obstante muito repetido pela doutrina, inclusive clássica: diz tudo, e nada diz. Se a menção se faz à listagem do art. 124, e as demais vedações de outras normas, o resultante é: todo signo distintivo, intrinsecamente veraz e dotado de novidade relativa será registrável, *salvo* se não o for por outra razão.

¹ LEONARDOS, “A Perspectiva dos Usuários dos Serviços do INPI em Relação ao Registro de Marcas sob a Lei 9.279/96”. Revista da Associação Brasileira da Propriedade Intelectual - ABPI Anais do XVII Seminário Nacional de Propriedade Intelectual, 1997, p. 19.

Neste sentido, caberia igualmente condicionar as liberdades constitucionais a um limitador genérico de licitude: ao particular, tudo não é vedado por lei, é permissível.

Assim é que preferimos distinguir as condições *positivas* de registrabilidade das *negativas*, nos abstendo de utilizar a noção difusa e pouco útil de “licitude”.

Distintividade

A marca é um símbolo, e como tal, deve ser hábil a carregar significado *como marca*. A marca deve ser capaz de exercer a *função distintiva*, ou seja, de assinalar e distinguir produtos e serviços postos no comércio, de outros produtos ou serviços, provindos de diferentes origens:

A marca tem de distinguir. Se não distingue, não é sinal distintivo, não "assinala" o produto, não se lhe podem mencionar "elementos característicos"².

Símbolo sempre, a marca será distintiva em duas vertentes³:

(a) ela deve ter as características que lhe permitam *exercer significação em termos absolutos*, de forma a distinguir-se dos símbolos de domínio comum que denotam o objeto. O direito marcário considera *res communis omnium* sejam os signos genéricos, os necessários, ou os de uso comum, sejam os signos descritivos⁴.

(b) deve ser capaz de distinguir sua origem, *em relação* a outras origens para itens que atendam a mesma demanda.

A distintividade absoluta como contributo mínimo

Como já dissemos:

[5] § 5 . - Princípio do contributo mínimo

Uma característica dos sistemas modernos de proteção por exclusiva é a invariabilidade do direito exclusivo oferecido em contrapartida à repartição das criações, oriundas de um processo de produção intelectual. As leis atuais não prescrevem, como acontecia nos privilégios reais do Ancien Regime, um conteúdo variável para o direito, localizando-o em área, ou definindo um tempo adaptável às circunstâncias de cada caso.(...)

Para que se justificasse esse aparato de proteção, pareceu logo aos aplicadores das leis que um mínimo de densidade do novo – um mínimo de contribuição ao conhecimento comum - seria necessário. É o que se denominaria o contributo mínimo. (...)

2 PONTES DE MIRANDA, Tratado de Direito Privado, tomo 17, § 2.009, n. 1, pág. 7.

3 Esta noção de duas formas distintas de distintividade se deve a Barton Beebe: Search And Persuasion In Trademark Law, Michigan Law Review, Vol. 103:2020 (2005) "The first is source distinctiveness, which a trademark must possess to fall within the subject matter of trademark protection. The second and more important is differential distinctiveness, the extent of which prescribes the scope of trademark protection when protection is given. This is the form of distinctiveness that trademark lawyers have in mind when they speak of trademark “strength.” The difference between these two forms of distinctiveness is crucial, not only for purposes of properly understanding and applying trademark doctrine but also for purposes of understanding how it is that trademarks generate and trademark law regulates persuasion".

4 Vide David Rangel Medina, Tratado de Derecho, Ed. Marcario, México, 1972, p. 216. Vide Maurício Lopes de Oliveira, Obras de Domínio Público e seu Registro como Marca, Revista da ABPI, No. 25, nov/dez 1996, p 21.

Como veremos no capítulo próprio, a distinguibilidade mínima é também um requisito dos signos distintivos. Não se oferece proteção a signos distintivos que não se distanciem suficientemente do domínio comum.

E, em obra à parte ⁵:

A questão é simples: basta que a criação, para ser objeto de uma proteção exclusiva pelos sistemas da Propriedade Intelectual, seja *nova*?

A noção de novo, neste caso, é simplesmente aquilo que a sociedade ainda não tinha acesso.

O pressuposto desta obra é que, em cada modalidade dessas exclusivas, uma exigência de fundo constitucional se impõe, para exigir, como um elemento *objetivo* da criação, um aporte à sociedade de algo a mais do que o simplesmente novo.

Numa destilação ainda mais incisiva do problema, a pergunta é: o direito exclusivo que se atribui ao criador – ou àquele que deriva seu título do criador, por cessão ou operação de lei – é *proporcional* ao acesso obtido pela sociedade? Há uma correlação razoável entre os benefícios que o criador obtém do sistema jurídico pela criação que fez, em face daquilo que todos demais tem de benefício?

Como se percebe, toda a questão pressupõe que a proteção exclusiva (a patente, a marca, o direito autoral, etc.) seja devida ao criador como uma retribuição por um benefício causado à sociedade. Se uma patente fosse dada como um dever absoluto e incondicionado do Estado, correlativa a um poder absoluto do criador de se ver protegido independentemente da sociedade na qual o direito vige, a proporcionalidade seria uma categoria impertinente. (...)

A questão do contributo mínimo em marcas testemunha um fenômeno curioso: o de uma solução dinâmica para uma criação que, aos contrário das outras até agora mencionadas, cresce ou se reduz no tempo. Como se testemunha, a proteção marcária é *juridicamente* proporcional à significação econômica do signo protegido. A marca é uma criação que não se consagra pela exclusiva, como objeto fixo e intocado. Dado um piso mínimo (a distintividade absoluta) de acesso à exclusiva, sua proteção se fixa *elasticamente* em face do aporte inicial – da criatividade do signo – e das vicissitudes do signo no mercado, como uma *obra aberta* proposta ao público, e que o público aceita, rejeita ou canibaliza.

Tudo isso pode ocorrer, como resposta *econômica*, a todos outros objetos da propriedade; a singularidade apontada no sexto texto deste livro é que a proteção *jurídica* é flexível

A questão do contributo mínimo no sub-sistema de marcas surge, assim, como o distância mínima do domínio comum que permita ao signo distintivo em questão funcionar efetivamente como indutor de investimentos e subsídio para a diminuição da assimetria de informações dos consumidores. Confundindo-se com o uso do signo que é de necessário para a utilização simbólica de todo mundo (a palavra “cadeira” para designar como marca uma cadeira) a marca não cumpriria suas funções de distinguir (do domínio

5 BARBOSA, Denis Borges; RAMOS, C. T. ; MAIOR, R. S. . O Contributo Mínimo na Propriedade Intelectual: Atividade Inventiva, originalidade, Distinguibilidade e Margem Mínima. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010.

público) e assinalar (imputando o bem da vida à fonte do investimento respectivo).

O problema do contributo mínimo, neste caso específico, tem características muito singulares. A extensão jurídica do exclusivo marcário não é estática e prefixada, como ocorre com a equação das patentes, cujo alcance é determinado ao momento da expedição pelo entrejogo do exposto e do reivindicado.

Pelo contrário, o poder de exclusão de uma marca cresce (e decresce) no tempo em função de seu conhecimento público, e da *eficácia* ou não do investimento em criar uma imagem-de-marca dotada de unicidade. Com isso, cresce a *penumbra* de proteção em torno do alcance inicialmente deferido, como aplicado pelos tribunais e – eventualmente – como complementado pela declaração de alto renome ou pela generificação.

Para a questão das mutações semiológicas que, *vide* a Seção [3] - Processos de mutação semiológica no direito de marcas, neste volume.

Assim, o problema visado pela noção de contributo mínimo – superar a rigidez da exclusiva em face do objeto da proteção – funciona aqui diversamente. A distintividade absoluta é um requisito de proteção contra a usurpação do domínio público – uma distância mínima perante o que é da sociedade –, enquanto a novidade relativa atua na proteção em face de direitos singulares de terceiros.

Na verdade, e isso é notável, a dimensão da distintividade marca a extensão inicial da exclusiva. Uma marca tem um espaço de exclusão inicialmente medido pela sua distintividade em face ao domínio público; e esse é um efeito jurídico, e não meramente econômico como ocorre com uma patente que, mesmo nos limites do reivindicado, é hábil a produzir retornos excepcionais.

A marca é um animal vivo.

Veracidade

A veracidade, como requisito da marca, é a exigência de que o signo não seja intrinsecamente deceptivo, de forma a lesar seja o consumidor, seja o competidor.

Novidade relativa

A novidade *relativa* constitui apenas o requisito de que a marca tem de se distinguir dos outros signos já apropriados por terceiros; mais precisamente, é a exigência de que o símbolo possa ser apropriado pelo titular, sem infringir direito de terceiros.

A noção de *novidade* neste contexto, aliás, que resulta de uma contigüidade com o conceito análogo do sistema de patentes, seria mais bem designado como *apropriabilidade*.

Ora, um complexo significativo é inapropriável por duas razões:

- (a) ou já se encontra no domínio comum da língua (*res communis omnium*) ou
- (b) já foi apropriado por terceiros (*res alii*).

O primeiro caso, como se viu, é considerado como sendo um pressuposto de distinguibilidade *absoluta*. É quanto à segunda razão que se fala, mais propriamente, de novidade. Consiste ela de uma distinguibilidade relativa *apurada ao momento do pedido de registro*.

Tais requisitos se refletem naturalmente na noção de irregistrabilidade. Para tal análise, a novidade se apura não só em face de reprodução literal, mas também de qualquer alternativa com que a marca, trazida a confronto, possa confundir-se:

Imitar a marca de outrem não é, portanto, simples e fielmente reproduzi-la, nos pormenores e no conjunto. É arremedá-la. É desfigurá-la, criando outra que, posto seja dela diferente, mantenha com ela tal semelhança ou contenha tantos de seus elementos característicos que facilmente se confunda uma com a outra⁶.

A boa-fé como requisito da aquisição de direitos de propriedade industrial

A noção de boa-fé como raiz da aquisição de direitos de propriedade intelectual e fundamento de seu exercício é um dos temas mais centrais desse ramo do direito. Assim notamos ⁷:

Diz Gama Cerqueira, num trecho tão conhecido ⁸:

A livre concorrência encontra, assim, os seus limites, primeiro, nos direitos alheios, depois, nos deveres do indivíduo para com a sociedade em que vive, e, finalmente, nos deveres da caridade. Ora, se os indivíduos observassem, espontaneamente, a regra moral que lhes deve pautar a atividade econômica, é evidente que não se tornariam necessárias as leis reguladoras da concorrência comercial e industrial, ou da concorrência econômica. Não é isso, porém, o que se verifica, mas justamente o contrário, tendendo a livre concorrência para o abuso desse direito, o que exige a intervenção do Estado nos seus domínios, a fim de contê-la dentro de certas regras impostas pela lealdade, pela boa-fé e pelo interesse social. Os princípios em que se funda a teoria da repressão da concorrência desleal dominam todos os institutos da propriedade industrial, como o reverso moral da lei positiva, revelando-se, assim, sob mais este aspecto, a unidade desse ramo do direito.

A aliança da concorrência à moral é extremamente popular:

“Do exposto, resta evidente que a pretensão do apelante de utilizar o nome de domínio Airtonsenna.com.br, na rede mundial de computadores internet, sem a indispensável autorização da autora-apelada, encontra óbice não só na lei, mas também, nas regras de ordem ética e moral que devem necessariamente pautar as

⁶ Waldemar Ferreira, Direito Comercial. Rio de Janeiro: Saraiva, 1962, v. VI, p. 599.

⁷ BARBOSA, Denis Borges Barbosa, A concorrência desleal, e sua vertente parasitária (agosto de 2011), encontrado em http://www.denisbarbosa.addr.com/arquivos/novidades/concorrenca_desleal.pdf, a ser publicado no número de novembro de 2011 da Revista Eletrônica do Instituto Brasileiro da Propriedade Intelectual, em <http://www.ibpibrasil.org/42715/home.html>. Neste estudo igualmente indicamos que a concorrência desleal se funda na noção de eficiência competitiva, e a rejeição do comportamento obstrutivo.

⁸ GAMA CERQUEIRA, João da, Tratado da Propriedade Industrial, vol. I, p. XVI, 3ª. Ed. (anotada por SILVEIRA, Newton e BARBOSA, D.B.), Lumen Juris, 2010.

relações humanas e comerciais”. Tribunal de Justiça do Estado do Paraná, 2ª Câmara Cível, Des. Sidney Mora, AC 0086382-5, DJ 29.03.2000.

"o sistema jurídico nacional, "deve ser interpretado e aplicado da tal forma que através dele possa ser preservado o princípio da boa-fé, para permitir o reconhecimento da eficácia e validade de relações obrigacionais assumidas e lisamente cumpridas, não podendo ser a parte surpreendida com alegações formalmente corretas, mas que se chocam com os princípios éticos, inspiradores do sistema."Agravo nº 70013531694, Décima Nona Câmara Cível do TJRS, relator o Desembargador Mário José Gomes Pereira.

Em que pese o brilho de tal orientação, penso que ela não merece prosperar, porque na fase pós-positivista atravessada pelo direito pátrio, a doutrina contemporânea admite uma reaproximação entre direito e moral, ou seja, o operador jurídico, na sua tarefa hermenêutica, não deve se afastar das pautas éticas e axiológicas. E tanto isso é verdade que, entre os pilares principiológicos do novo Código Civil, não estão apenas a socialidade e a operabilidade, mas, sobretudo, a eticidade, cuja eficácia normativa preconiza a boa-fé nas relações travadas no âmbito privado. Tribunal de Justiça do Estado do Espírito Santo, 4ª Câmara Cível, Des. Catharina Barcellos, AC 030070038010, DJ 28.07.2009.

Essa visão é enfaticamente adotada pelas Turmas Especializadas em Propriedade Intelectual do TRF2, em julgados recentes, como *mácula obstativa da aquisição de direitos*:

"Os direitos da propriedade industrial estão permeados pela ideia de se construir uma sociedade fundada no trabalho e na boa-fé, reprimindo-se a má-fé e o aproveitamento parasitário do esforço alheio. Desenho industrial de que não resulta efeito atrativo, mas que tem aparência banal, comum, vulgar, não pode ser registrado (art. 100, II, LPI)."TRF2, AC 2008.51.01.805451-9, JFC Marcia Helena Nunes, 10 de setembro de 2009.

"I - Se o primado da boa-fé é pilar fundamental de toda a atuação dos sujeitos no campo de incidência do ordenamento jurídico, impõe-se a anulação de patentes requeridas sob flagrante má-fé, que se denota por terem os réus procedido ao registro à revelia dos demais inventores e pelo fato de ser conhecido o objeto da invenção antes mesmo do depósito do pedido. II - A ausência de invocação, durante o curso do processo, da má-fé presente na conduta dos réus no registro das patentes não representa óbice a que o Tribunal ad quem se pronuncie a respeito da questão, visto que, por ocasião do proferimento da solução dada ao caso concreto e da explicitação das premissas que a embasam, apenas é defeso ao juiz ultrapassar os limites demarcados no pedido (artigos 128 e 460 do Código de Processo Civil), podendo, por incidência dos princípios presentes nos aforismos *mibi factum dabo tibi ius* e *iura novit curia*, decidir até por fundamentos diversos dos levantados pelas partes. III - O fato de a ação versar sobre invalidação de patente, instituto próprio do direito da propriedade industrial, não impede a incidência do postulado da boa-fé, que é aplicável a todas as vertentes da ciência jurídica. IV - A constatação de que as testemunhas indicadas pela empresa autora foram, respectivamente, integrante do quadro societário dessa e empregada da empresa do réu não podem sustentar a recusa de seus depoimentos perante o juízo, pois as hipóteses de suspeição previstas nos incisos III e IV do § 3.º do artigo 405 do Código de Processo Civil ostentam evidente cunho subjetivo, a exigir prova contundente de que testemunha nutra sentimento de amizade íntima ou inimizade capital com relação à parte ou, ainda, possua interesse na causa. (...) Dessarte, não se pode, nesse ponto, sobrelevar o argumento de que a boa-fé é princípio do direito contratual; na realidade, o primado da boa-fé é pilar fundamental de toda a atuação dos sujeitos no campo de incidência do ordenamento jurídico. A eticidade é característica de toda ordem jurídica, como bem assevera o saudoso Miguel

Reale: "Poder-se-ia dizer que a bilateralidade atributiva se caracteriza pela sua estrutura axiologicamente binada, de tal modo que a correlação entre posse e debere, entre pretensão e prestação, graças a ela se exprime de maneira objetiva, ficando superado o plano da relação empírica entre dois sujeitos, visto se referir a algo essencial à vida do espírito: à possibilidade e à necessidade ética de obrigar-se o espírito também em virtude e em razão de algo transubjetivo". (em Filosofia do Direito, p. 694) Por conseguinte, não há atuação do sujeito desvinculada da eticidade, de sorte que a análise que se faz de um requerimento de patente deve tomar em consideração também a eticidade do postulante. Nega-se assim qualquer interpretação restritiva do art. 46 da Lei 9279-96, que estipula que "é nula a patente concedida contrariando as disposições desta Lei". Digo eu: é nula toda patente que seja concedida violando o ordenamento, e se o requerimento foi efetuado de má-fé, não pode prevalecer. Esta turma já decidiu, acertadamente, que "o Direito Marcário consagra os princípios da repressão à concorrência desleal, da exclusividade de uso, da especialidade e da originalidade." (REO 231369, DJU 04-04-2005, Relator JUIZ FRANÇA NETO). A mesma vedação à deslealdade, à má-fé e ao comportamento contraditório (venire contra factum proprium) deve incidir na proteção patentária, sendo que em alguns ordenamentos o requerimento de patente efetuado de má-fé é crime (como no Código de Propriedade Industrial Macaense, de 1995, que reproduz a lei chinesa - logo a China, ao estabelecer a conduta como crime no art. 262). (fl. 805-806) (...) Por derradeiro, também carece de fundamento a alegação de que, diante dos termos do inciso XXIX do artigo 5.º da Constituição da República, "retirar os direitos de Propriedade Industrial de um inventor sem justo motivo, significa infringir os interesses nacionais estabelecidos na Carta Magna". Primeiramente porque, no cotejo com os direitos decorrentes do registro da patente, deve prevalecer o interesse social inerente às criações industriais, cuja proteção, como se sabe, é exceção à regra de que permaneçam em domínio público, pois tal privilégio é sempre deferido por prazo limitado e se submete à observância de diversos requisitos, não se podendo olvidar que é de interesse de toda coletividade que não subsista a exclusividade sobre a exploração de determinada criação industrial. Além disso, mesmo que se considerasse proeminente no presente caso os alegados direitos do embargante HÉLIO JOSÉ AYRES MARQUES sobre os inventos em questão, tal premissa não poderia persistir diante da falta de ética que caracterizou a conduta dos réus, cabendo lembrar que a garantia constitucional invocada não pode - nem poderia - validar o registro de patente realizado com evidente má-fé." TRF2, EDAC 2000.02.01.018537-5, Segunda Turma Especializada do Tribunal Regional Federal da 2.ª Região, à unanimidade, Des. André Fontes, 26 de agosto de 2008.

"Age com má-fé o requerente de registro marcário que, não estando autorizado pelo titular do direito autoral sobre obra notoriamente conhecida a fazê-lo, ainda assim o faz. Não corre prescrição para as ações de nulidade de registro de marca notoriamente conhecida obtido de má-fé (art. 6º Bis (3) da CUP). É irregistrável o sinal que copia nome de obra artística e seu desenho, se não havia consentimento expresso do respectivo autor ou titular para tal." TRF2, AC 200102010150572, Segunda Turma Especializada, Des. Liliane Roriz, 10/06/2003

E ecoam os tribunais estaduais no mesmo teor:

Tal procedimento se encaixa no conceito de abuso de direito previsto no art. 187 do CC/02, a que se sujeita qualquer relação contratual - "Também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes". Sublinha Flávio Tartuce que "O abuso de direito também mantém relação com o princípio da eticidade, eis que o atual Código Civil prevê as consequências do ato ilícito para a pessoa que age em desrespeito à boa-fé, aqui prevista como de natureza objetiva, relacionada com a conduta leal e proba e integradora das relações negociais" (Direito

civil, volume 2, p. 319, Editora Método, 4ª ed., 2009). A ilicitude do abuso de direito reside na execução do ato. No caso, a recorrente extrapolou dos limites contratuais traçados, ao utilizar marcas de titularidade exclusiva da editora apelada para identificar sites na internet, de modo a redirecionar os usuários para seu próprio site, onde constava a mensagem "página em construção", com o logo Idea Valley, marca a ela pertencente. Desnecessário perquirir se o recorrente pretendeu, dolosa ou culposamente, ofender o direito da parte contrária, na esteira do verbete 127 deste Tribunal ("Para configuração do abuso do direito é dispensável a prova da culpa"), bastando que a conduta objetivamente analisada exceda o limite imposto." TJRJ, AC 0001112-78.2008.8.19, Segunda Câmara Cível, Des. Jesse Torres - Julgamento: 24/02/2011.

Num trecho bem soante, Diz Faria Correa ⁹:

A tese de que, no regime da lei brasileira, o registro perante o INPI tem carga constitutiva, ou seja, conforme o direito de propriedade industrial é, em certa medida, correta, até porque decorre claramente do texto legal. Traduz, porém, uma visão parcial de uma questão de magnitude muito mais ampla. Na realidade, o mundo do Direito é construído sobre diversos princípios que devem harmonizar-se. Inúteis as vigas que sustentam o teto, se frágeis as fundações. Ora, o princípio da atributividade do registro nada mais é do que expressão particular da máxima "prior in tempore, melior in jure". Todavia, essa máxima, para valer, depende da presença de um postulado mais alto: o postulado da boa-fé, de conteúdo axiológico mais alto. Quando a lei brasileira consagra a prioridade do registro, parte da premissa de que o requerente satisfaz, também, o princípio mais elevado; funda-se na presunção de que o pedido é sincero, ou seja, que o requerente, realmente, tem direito formativo gerador à aquisição do título de propriedade que a lei exige para garantir as diferentes ações que define. É a regra de que a fraude mancha tudo: "fraus omnia corrumpit". O regime do registro atributivo não foi criado para agasalhar a fraude no comércio, para premiar a astúcia. Foi criado, isto sim, para disciplinar com clareza e segurança as relações entre os concorrentes. Efetuar registro de marca que se sabe de terceiro constitui nítido abuso de direito. Significa empregar a norma jurídica para finalidade diversa daquela pretendida pelo legislador.

Relevante, mesmo predominante, tal entendimento não é porém uniforme. Vide, por exemplo, a posição de Paulo Figueiredo ¹⁰:

Na esfera civil, ressaltada a preocupação do legislador com o *bonus pater familias*, o homem médio, geralmente leigo, nada mais natural do que a importância dispensada à boa-fé nos negócios. Porém, na selva mercantil, onde as corporações, geralmente assessoradas por profissionais, se degladiam, muito pouco importa a fé de quem toma a iniciativa na busca da aquisição de um direito, ainda mais real, fruto de registro, como a propriedade industrial, quando em confronto com o dorminhoco. Não há mocinhos. Os diligentes prevalecem e devem mesmo prevalecer na luta pela conquista dos mercados. E, na conformidade da célebre conclusão de Gama Cerqueira, quando analisou as vantagens e desvantagens dos sistemas do registro declarativo ou atributivo da propriedade marcária, o Estado (e a lei, que dele emana) deve proteger os incapazes, não os negligentes.

9 CORREA, José Antonio Faria, Pré-Condições Para a Aquisição de Registros de Marcas no Brasil, Revista dos Tribunais | vol. 669 | p. 261 | Jul / 1991 | DTR\1991\141

10 FIGUEIREDO, Paulo Roberto Costa. Revista da Associação Brasileira da Propriedade Intelectual. O direito de precedência ao registro da marca e a marca notoriamente conhecida. Rio de Janeiro: ABPI, nº 45, mar/abr 2000, p.38.