

O uso de um signo distintivo comum pelo grupo econômico

Denis Borges Barbosa (2008)

A questão aqui é da liceidade do co-uso de uma marca pelas várias empresas de um grupo econômico. Em várias hipóteses esse tema recorre:

- a) em relação à legitimidade de adquirir registro, atendendo o requisito legal de que o titular deve efetivamente praticar a atividade designada;
- b) em atenção ao eventual uso obrigatório;
- c) em relação ao princípio de veracidade, etc.

A economia corrente comporta multiplicidade de pessoas jurídicas constituídas com finalidades tributárias, administrativas ou tópicas, mas sob controle comum. As leis de marcas, destacando-se com dificuldade da tradição (abandonada há muito pelas legislações) de que a marca corresponde a um determinado estabelecimento, vem sendo condicionadas a essa realidade por mutação doutrinária, jurisprudencial, ou mesmo legislativa.

Da noção de controle no nosso sistema jurídico

Após a segunda guerra mundial, verificou-se uma crescente concentração de sociedades, mediante fusões, incorporações e aquisições de sociedades, o que levou à formação de grandes grupos empresariais, muitas vezes atuantes em diversos países.

Os grupos são normalmente identificados mediante a participação societária detida, direta ou indiretamente, por uma sociedade em outras e do controle que esta exerce em função dessa participação.

O controle societário é “o poder de dirigir as atividades sociais.” Essa noção tem um sentido material ou substancial e não apenas formal. Assim, o controle é “o poder *efetivo* de direção dos negócios sociais”, razão pela qual

“o controle deve ser ativo e não passivo, não se confundindo, pois, nesse novo contexto, com o acionista majoritário, que se limita a arriscar seu investimento pessoal em ações da companhia, sem, no entanto, exercer poder efetivo sobre ela.”¹

Não se trata de um poder potencial, eventual, simbólico ou diferido”, razão pela qual “o controle não se traduz por atos isolados, mas, sim, por uma situação que se caracteriza por uma relativa estabilidade.” Dessa forma, “o

¹ CARVALHOSA, Modesto. Comentários à Lei de Sociedades Anônimas v. 4 – Tomo II. Ob. cit., p. 430. CARVALHOSA, Modesto. Comentários à lei das Sociedades Anônimas V. 2, São Paulo, Saraiva, 1997, p. 366. LEÃES, Luiz Gastão Paes de Barros. Comentários à Lei das Sociedades Anônimas – Volume 2. Saraiva, São Paulo, 1980, p. 252.

controle existe e funciona como situação cuja determinante essencial é o poder permanente e concentrado em mãos de um ou de determinado grupo de acionistas. Trata-se de um poder individualizado.

É controlador aquele que exerce, na realidade, o poder. Internamente, mediante o prevailecimento dos votos. Externamente, por outros fatores extra-societários.² Controlar uma companhia, portanto, é o poder de impor a vontade nos atos sociais e, via de consequência, de dirigir o processo empresarial, que é o seu objeto.”³

Portanto,

“a noção de controle está evidentemente ligada aos negócios societários e ao procedimento empresarial que decorre da consecução do seu objeto. Ainda que o controlador não possa dispor dos bens como um proprietário, todas as decisões societárias e a atividade empresarial dependem de sua vontade, manifestada de forma permanente.”⁴

Efeitos da propriedade de marcas num grupo econômico

Sobre tal fenômeno, tivemos ocasião de nos estender, quanto à *legitimidade de adquirir registro* ⁵:

A Holding como Titular de Marcas

A questão analisada é a seguinte: dado um grupo econômico, constituído de várias pessoas jurídicas exercendo atividades empresariais diversas, no qual um dos membros do grupo enfeixa o controle das demais, é legítima a titularidade de marcas pela controladora, em relação às atividades desempenhada pelas controladas?

Como se verá, o problema é bem mais complexo do que a titularidade de marcas pela controladora, pois engloba a propriedade de marcas por outras pessoas jurídicas, ainda que não exercendo controle societário, mas pertencentes ao mesmo grupo econômico

2 “O exercício do poder, em qualquer sociedade, nem sempre se ajusta ao modelo normativo. Há poderes de fato e poderes de direito, assim como há soberanias efetivas e soberanias meramente formais, destituídas de qualquer efetividade. O diretor de uma companhia, que goza da confiança e intimidade de um Ministro de Estado, do qual depende em última instância a sobrevivência da empresa, costuma exercer um poder de fato incontestável, sem correspondência com as suas prerrogativas diretoriais. O voto da empresa pública acionista, ainda que minoritária, tem um peso desproporcional à sua participação no capital da outra sociedade. A companhia fabricante de autopeças, que vende toda a sua produção a uma única empresa automobilística, não se pode dar ao luxo de contrariar as decisões desta, ou mesmo os simples desejos de seus dirigentes, ainda que em assuntos de todo estranhos às suas relações contratuais. A pequena sociedade, beneficiária do direito de utilização de marcas e de processos de produção de uma macro-empresa de prestígio internacional, acha-se, normalmente, em situação de extrema dependência em relação a esta última”. COMPARATO, Fábio Konder. O Poder de Controle na Sociedade Anônima. 2a ed., Revista dos Tribunais, São Paulo, 1977, p. 27 e 28.

3 CARVALHOSA, Modesto. Comentários à Lei de Sociedades Anônimas v. 4 – Tomo II. Saraiva, São Paulo, 1998, p. 429 e 430.

4 CARVALHOSA, Modesto. Comentários à Lei de Sociedades Anônimas v. 4 – Tomo II. Ob. cit., p. 429.

5 Uma Introdução..., op. Cit. Tal incorpora e atualiza parecer que, como Procurador Geral do INPI, tive ocasião de proferir em 1987.

das empresas operacionais, que desempenham a atividade a qual a marca se vincula⁶.

Um outro aspecto do problema é o da colidência de marcas idênticas, dentro da mesma atividade ou de atividades afins, pertencentes a diferentes, pessoas do mesmo grupo econômico. Tal assunto, porém, tendo recebido discussão jurisprudencial, será discutido como subsídio ao nosso tema principal.

É *holding* a pessoa jurídica que, num grupo societário, detém a titularidade dos direitos de voto que corporificam o controle do grupo. Seja controladora (como no caso em que seus próprios sócios não exerçam controle sobre ela, ficando a direção efetiva com a administração) seja veículo de controle, de toda a forma de *holding* significa o centro último de imputação de direitos e obrigações que reuna, num grupo, o poder de controle.

Ora, dificilmente a *holding* desempenhará todas as atividades econômicas de que se ocupam as demais pessoas do grupo. Não estaria, desta feita, legitimada a deter marcas para uso dos outros membros do grupo não fora pela nova cláusula do CPI/96, e o mesmo se diria da pessoa jurídica essencialmente constituída para haver direitos intelectuais de uso do grupo (*licensing company*). Em sistemas jurídicos, como o brasileiro, em que o desempenho efetivo e lícito da atividade para a qual a marca se propõe é pré-requisito para obtenção do registro, o problema da legitimidade *ad acquirendum* das marcas por *holding* ou *licensing companies* assume assim as dimensões de um problema de monta.

A propriedade das marcas de uso do grupo, quando confiada à *holding*, tem uma função importante, de reforçar o próprio controle a *holding* sobre as empresas subordinadas. Se todos os produtos comercializados por uma empresa ostentam marca cuja propriedade é do controlador, qualquer *raider*, intentando tomar o controle de tal empresa contra a vontade da *holding*, terá de considerar a perda das marcas como um óbice considerável. De outro lado, a concentração das marcas numa *licensing company* pode atender objetivos de planejamento fiscal ou societário do grupo.

Justifica-se, assim a análise da legitimidade *ad acquirendum* de marcas pelas *holding* e *licensing companies*.

Não cabe discutir neste passo todas as conseqüências jurídicas desta figura do direito empresarial contemporâneo. A tendência à concentração empresarial implica na constituição de grupos de coordenação e de subordinação, cujas formas variam das redes de franchising aos grupos formais do direito alemão e da lei 6.404/76.

A existência destes grupos tem várias justificativas: a conveniência de reunir esforços de várias unidades empresariais num empreendimento comum, a possibilidade de dissociar uma só unidade empresarial em vários centros de imputação de direitos e obrigações, a regulação do mercado, etc. O que ressalta do

6 [Nota do original] Quanto ao uso de marca numa rede de concessão comercial, vide Barreto, Celso de Albuquerque. Contrato de concessão comercial. L. N. 6.729, de 28.11.1979. Posição da nova lei no direito comercial. Convenção das categorias econômicas e convenção da marca. Revista Forense, vol 271 n 925/927 p 29 a 34 jul/set 1980. Quanto às redes de franquia, vide Barroso, Luiz Felizardo. A importância do adequado registro das marcas para franqueadores e franqueados. Revista da ABPI, n 16 p 47 a 48 maio/jun 1995.

fenômeno, em sua essência, é a pluralidade de pessoas jurídicas envolvidas no exercício de atividades econômicas para cujo desempenho se estabelece algum mecanismo de ação comum.

A constituição de grupos econômicos, levando a cabo ação comum, afeta os padrões de concorrência e, pelas mesmas razões, atinge a função das marcas como instrumento e fruto da concorrência empresarial. Usa-se a marca como maneira de se individualizarem produtos e serviços postos no mercado, e garante-se a exclusividade de seu uso para assegurar os investimentos em qualidade e publicidade; o que é dizer: individualizar na concorrência, investir na concorrência.

Toda a teia das normas jurídicas do direito marcário pressupõe este papel da marca na concorrência empresarial. Se as condições de concorrência entre certas empresas são sensivelmente distintas do padrão normal de concorrência do mercado, a função das marcas dos membros do grupo torna-se inteiramente diversa das marcas de empresas dissociadas. O que se necessita determinar é como e em que proporção este padrão de concorrência difere e importa em tratamento jurídico distinto.

Vale concentrar a análise nas questões referentes aos grupos empresariais de subordinação, aqueles em que existe um controle central das atividades econômicas, uma direção unitária assegurada pela propriedade de capital e detenção de votos nas pessoas jurídicas subordinadas. As peculiaridades destes grupos, e o regime especial de que desfrutam no direito brasileiro, fazem-nos merecedores de uma atenção específica.

A Lei 6.404/76 veio a reconhecer a existência dos grupos empresariais de subordinação no direito brasileiro conferindo-lhes certas obrigações e vantagens (estas, através dos mecanismos fiscais do Dec. Lei 1.598/77, foram eliminadas em sua maior parte pela legislação superveniente). A par de reconhecer e das substâncias jurídicas ao fato da existência de grupos econômicos, a lei abriu a possibilidade de registro de grupos de direito (Art. 265) em que o controle e a subordinação se corporificam numa convenção que vincula, como obrigação em sentido próprio, as pessoas jurídicas do grupo.

A distinção entre os grupos de fato (Art. 243 § 2º.) e os de direito está, assim, em que aqueles resultam da existência de controle, um fato juridicamente momentâneo que se expressa pelo poder de voto, enquanto que os grupos previstos pelo Art. 265 constituem associações, sociedades sem personalidade jurídica mas cuja individualidade e autonomia são irrecusáveis.

Vale insistir, neste passo, no caráter juridicamente momentâneo do controle que forma os grupos de fato. A lei 6.404/76, em seus Art. 243 § 2º. e 116, se refere à permanência como requisito do controle; mas o requisito legal é aí uma verificação de fato⁷.

7 [Nota do original] Como o demonstra a interpretação dada ao tema pela Resolução do Banco Central nr. 401. Segundo o ato normativo, apura-se o controle, no caso em que o controlador não detenha a maioria absoluta de votos, pelo que factualmente ocorreu nas três últimas Assembléias Gerais.

Sendo o controle um fato jurígeno, não é, porém, um negócio jurídico que afete, como parte, as pessoas, membros do grupo econômico, pois a sua mudança não tem o condão de liberá-las das obrigações assumidas como pessoa moral, nem criar, por si só, obrigações. Em outras palavras, o controle é juridicamente momentâneo porque não afeta a personalidade (daí a capacidade de ter e exercer direitos) das pessoas jurídicas vinculadas, embora penetre intimamente no organismo societário; o controle diz respeito à sociedade, a propriedade de marcas diz respeito à pessoa jurídica.

Nos grupos de fato, a convenção vincula as pessoas sob controle na mesma esfera jurídica em que subsiste a propriedade das marcas e a capacidade de licenciá-la.

Entendendo como *holding* a pessoa jurídica que, num grupo societário, detém a titularidade dos direitos de voto que corporificam o controle do grupo: seja ela controladora (como no caso em que seus próprios sócios não exerçam controle sobre ela, ficando a direção efetiva com a administração) seja veículo de controle, de toda a forma de *holding* significa o centro último de imputação de direitos e obrigações que reuna, num grupo, o poder de controle.

Ora, dificilmente a *holding* desempenhará todas as atividades econômicas de que se ocupam as demais pessoas do grupo. Não estaria, desta feita, legitimada a deter marcas para uso dos outros membros do grupo, e o mesmo se diria da pessoa jurídica essencialmente constituída para haver direitos intelectuais de uso do grupo (*licensing company*). Em sistemas jurídicos, como o brasileiro, em que o desempenho efetivo e lícito da atividade para a qual a marca se propõe é pré-requisito para obtenção do registro, o problema da legitimidade *ad acquirendum* das marcas por *holdings* ou *licensing companies* assume assim as dimensões de um problema de monta.

Como já mencionamos anteriormente, a propriedade das marcas de uso do grupo, quando confiada à *holding*, tem uma função importante, de reforçar o próprio controle a *holding* sobre as empresas subordinadas.

Controle: direto e indireto

A Lei 9.279/96 fala em controle direto ou indireto como fundamento de legitimidade. A noção de controle, está claro, só poderia provir da legislação societária, pois seria absurdo tomá-la de norma cambial ou financeira. Com efeito, o que diz a Lei é controle e não a titularidade de 50%, ou mais, do capital com direito ao voto. Vale, no caso, o princípio da Lei societária, como nota a propósito da distribuição disfarçada de lucros, Bulhões Pedreira ⁸:

“O controle com base em participação societária não pressupõe maioria absoluta de votos. Nem a Lei 6.404/76 nem o Dec.-Lei 1.598/77 definem acionista controlador em função da maioria absoluta. Na sociedade anônima, dependendo do grau de pulverização da propriedade das ações, o controle pode ser exercido com menos da metade da totalidade dos votos. O que importa é que a pessoa, ou o grupo de pessoas, seja titular de direito

8 [Nota do original] Imposto de Renda, (p. 827).

de votos em número suficiente para assegurar, de modo permanente, a maioria nas deliberações da Assembléia Geral. Se não há maioria absoluta, a existência de controle prova-se através do seu exercício dentro ou fora das assembléias gerais”.

As palavras de Bulhões Pedreira são perfeitamente adequadas: vige, o art. 243 ou o 116 da Lei da S/A conforme o titular do recebimento (e do controle) seja pessoa jurídica ou física.

Assim sendo, é legitimada a pessoa física que é titular de direitos de sócio que lhe assegurem de modo permanente, a maioria dos votos nas deliberações da Assembléia Geral e o poder de eleger a maioria dos administradores da companhia e usa efetivamente seu poder para dirigir as atividades sociais e orientar o funcionamento dos órgãos da companhia (art. 116 - entenda-se, *mutatis mutandis*, o mesmo parágrafo aplicável às demais formas societárias diferentes das S/A). Quanto às pessoas jurídicas dispensa-se o requisito de uso efetivo do poder de controle.

É desta forma, possível dar legitimidade a pessoa que detenha somente 16.6% da ações ordinárias nominativas, ou até menos, se levarmos em conta os parâmetros da Resolução BACEN 401:

“IV - Na companhia cujo controle é exercido por pessoa, ou grupo de pessoas, que não é titular de ações que asseguram a maioria absoluta dos votos do capital social, considera-se acionista controlador, para os efeitos desta Resolução, a pessoa, ou o grupo de pessoas vinculadas por acordo de acionistas, ou sob controle comum, que é o titular de ações que lhe asseguram a maioria absoluta dos votos dos acionistas presentes nas três últimas Assembléias Gerais da Companhia.”

De outro lado, não é necessário que o controle seja direto. Ainda Bulhões Pedreira (loc. cit.):

“O controle indireto pode ser exercido através de duas ou mais sociedades, como no caso em que a sociedade A controla duas outras (B e C), cujas participações na sociedade D, quando somadas, asseguram seu controle. Nessa hipótese, embora as sociedades B e C, separadamente, não detenham o controle D, a sociedade A a controla, indiretamente.”

Da mesma forma, existe controle indireto quando as sociedades B e C, em conjunto controlam tanto a beneficiária, dos royalties quanto a pessoa que os paga.

O entendimento no direito estrangeiro pertinente

Em primeiro lugar, o co-uso da marca pelas empresas do mesmo grupo é plenamente admissível no direito italiano:

A admissibilidade da figura da marca de grupos, ou seja do uso do mesmo signo por parte de empresas coligadas, pode ficar fora das discussões.⁹

⁹ MASSA, Giovanni. *Funzione Attrattiva e Autonomia Del Marchio*. Itália: Jovene Editore, 1994, p. 61-73 O original diz: “L’ammissibilità della figura del marchio di gruppo, ossia dell’uso del medesimo segno da parte di imprese collegate, poteva ormai ritenersi fuori discussione.

É fato hoje admitido pela doutrina em geral ¹⁰:

Em um grupo industrial ou comercial a titularidade de um direito marcário è formalmente imputada a uma só sociedade (em geral a holding); a marca pode ser utilizada também por outras sociedades do grupo e, as vezes, não por aquela que é sua titular. Um caso jurisprudencial dos anos setenta (3) evidenciava, por exemplo, que a marca “Chevron” era utilizada na Itália pela Chevron Oil Italiana s.p.a., que todavia não era a titular do respectivo registro; essa era controlada pela Chevron Oil Europe Inc., controlada pela Califórnia Texas Oil Corp, por sua vez possuída em sua integralidade pela Standard Oil Company of Califórnia, que era a titular da marca italiana “Chevron”, mas não a usava.

A legitimidade de tal hipótese era, antes da reforma de 1992, validada pelas normas sobre cessão de marca. Num primeiro momento, a idéia da circulação “livre” da marca internamente no grupo vinha apoiada no conceito de licença implícita, ou seja, na idéia que a situação de grupo implicasse nos acordos em ordem sobre utilização das marcas.

Em um segundo momento tal idéia, aparentemente artificiosa (porque nenhuma licença era de fato rastreável), foi abandonada, mas a mesma solução permaneceu firme, afirmando-se que a situação de grupo (a condição, porém, que se tratasse de um grupo dotado de gestão unitária, e não de um grupo puramente financeiro) realiza uma substancial unidade de empresa, que se sobrepõe à pluralidade formal das sociedades do grupo.

E boas razões de fundo levam a isso:

Na realidade, se é observada a substância das coisas mais que as formas verbais, se é acolhido o conceito de grupo como organização produtiva unitária, no quanto é relativo à marca, vem construído não sob a uniformidade qualitativa dos produtos provenientes do grupo, mas sob a unicidade do poder decisório em relação à utilização da marca. A substituição do vínculo por elementos reais do fundo de

10 CATALDO, Vincenzo Di. I Segni Distintivi. Milão: Giuffrè, 1993, p. 33-35. In un gruppo industriale o commerciale la titolarità di un diritto di marchio è formalmente imputata ad una sola società (in genere alla capogruppo); il marchio poi viene utilizzato anche da altre società del gruppo, e, a volte, non anche dalla società che ne è formalmente titolare. Un caso giurisprudenziale degli anni settanta (3) evidenziava, ad esempio, che il marchio «Chevron» era utilizzato in Italia dalla Chevron Oil Italiana s.p.a., che però non era titolare della relativa registrazione; essa era controllata dalla Chevron Oil Europe Inc., controllata dalla California Texas Oil Corp., a sua volta interamente posseduta dalla Standard Oil Company of California, che era titolare del marchio italiano «Chevron», ma non lo usava.

La legittimità di tali ipotesi è stata, prima della riforma del 1992, valutata alla stregua della normativa sulla cessione del marchio. In un primo tempo, l'idea della circolazione «libera» del marchio all'interno del gruppo venne poggiata sul concetto di licenza implicita, e cioè sull'idea che la situazione di gruppo implicasse degli accordi in ordine all'utilizzazione dei marchi.

In un secondo momento tale idea, palesemente artificiosa (perchè nessuna licenza era davvero rintracciabile), fu abbandonata, ma la stessa soluzione rimase in piedi, affermandosi che la situazione di gruppo (a condizione, peraltro, che si tratti di un gruppo dotato di gestione unitaria, e non di un gruppo puramente finanziario) realizza una sostanziale unità d'impresa, che si sovrappone alla pluralità formale delle società del gruppo.

comércio com a precisão de um poder de direcionar a produção e do relativo poder de controle sobre a mesma, mais vezes relevada a propósito da licença, na temática das marcas de grupo foi objeto de uma evolução posterior; há assunto de fato de importância proeminente de tais poderes, no fim das contas, se é concretizado na autoridade decidir por quem e como pode ser utilizada a marca.

(...) na opinião da doutrina e da jurisprudência a legitimação da holding na aquisição do direito sobre o signo, a licitude do uso da mesma marca por parte de empresas juridicamente autônomas, a circulação livre da marca entre empresas do grupo, vinham substancialmente justificadas com base em um único forte argumento, a unidade do poder decisório sobre a utilização da marca. Tudo isto – se posto em relação com o fato que as marcas do grupo são sempre marcas que gozam de ampla notoriedade, que já não mudam mais – diz sobre a efetiva utilidade do liame entre o signo e os elementos reais da fonte de produção ao fim de uma eficiente tutela do consumidor.¹¹

E em outros direitos.¹²

Igualmente nos casos de marcas de grupo a marca poderá ser utilizada para distinguir os produtos procedentes das distintas sociedades que participam na sociedad Holding¹³. Uma vez superada a exigência de que o titular da marca disponha de uma empresa cujos produtos ou serviços serão distinguidos mediante a marca, no haverá nenhum obstáculo para que sejam as sociedades coligadas as que utilizem a marca, estando esta registrada em nome da sociedade mãe¹⁴.

11 MASSA, op. Cit., loc. Cit. No original: “In realtà, se si guarda alla sostanza delle cose più che alle forme verbali, ci si accorge che il concetto di gruppo come organizzazione produttiva unitaria, per quanto riguarda il marchio, veniva costruito non sull'uniformità qualitativa dei prodotti provenienti dal gruppo, bensì sull'unicità del potere decisionale in relazione all'utilizzazione del marchio. La sostituzione del vincolo ad elementi reali dell'azienda con la previsione di un potere d'indirizzo della produzione e del relativo potere di controllo sulla medesima, più volte rilevata a proposito delle licenze, nella tematica dei marchi di gruppo è stata oggetto di un'ulteriore evoluzione; ha assunto infatti preminente rilievo il secondo di tali poteri, il quale, in fin dei conti, si è concretato nell' autorità di decidere chi e come potesse utilizzare il marchio. (...) nell' opinione di dottrina e giurisprudenza la legittimazione della capogruppo all' acquisizione del diritto sul segno, la liceità del couso dello stesso marchio da parte di imprese giuridicamente autonome, la libera circolazione di esso tra le imprese facenti parte del gruppo, venivano sostanzialmente giustificate sulla base di un unico forte argomento, l'unicità del potere decisionale sull'utilizzazione del marchio. Tutto ciò - se messo in relazione col fatto che i marchi di gruppo sono sempre marchi che godono di larga notorietà, quelli che non tradiscono quasi mai -la dice lunga sulla effettiva utilità del legame tra segno ed elementi reali della fonte di produzione al fine di un' efficiente tutela del consumatore. “

12 Igualmente en los supuestos de marcas de grupo la marca podrá ser utilizada para distinguir los productos procedentes de las distintas sociedades que participan en la sociedad Holding. Una vez superada la exigencia de que el titular de la marca disponga de una empresa cuyos productos o servicios serán distinguidos mediante la marca, no habrá ningún obstáculo para que sean las sociedades filiales las que utilicen la marca, estando ésta registrada a nombre de la sociedad madre

13 [Nota do original] KUNZ-HALLSTEIN, H. P.: «Die absolute Bindung der Marke an der Geschäftsbetrieb und ihre Aufhebung durch das Erstreckungsgesetz», GRUR, 1993, pgs. 439 Y ss., en especial pg. 440.

14 [Nota do original] Vid., BEIER, F. K.: «Die gemeinschaftliche Benutzung von Warenzeichen in konventionsrechtlicher Sicht», en ULMER, E.: Die Warenzeichenlizenz, op. cit., pgs. 555 Y ss.; BEIER, F. K.: «Benutzung und Geschäftsbetrieb: Zur Markenrechtsfähigkeit von Holdinggesellschaften», GRUR, 1980, pgs. 352 y ss. Publicado también en BEIER, F.K.: Markenrechtliche Abhandlungen. Beiträge zur neuen Entwicklung des Warenzeichen-, Ausstattungs- und Herkunftsschutzes 1956-1985, Carl Heymanns Verlag. Köln, Berlin, Bonn, München, 1986, pgs. 317 y ss. En nuestra doctrina, vid. LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M.: Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas, Civitas. Madrid, 2002, pg. 727.

