

**Kone Prieto Furtunato Cesário**

# **PROTEÇÃO DAS MARCAS VISUALMENTE PERCEPTÍVEIS**

**As Novas Marcas Visuais à Luz dos  
Princípios do Direito Comercial**

Curitiba  
Juruá Editora  
2019

---

Visite nossos *sites* na Internet  
[www.jurua.com.br](http://www.jurua.com.br) e  
[www.editorialjurua.com](http://www.editorialjurua.com)  
 e-mail: [editora@jurua.com.br](mailto:editora@jurua.com.br)

---

A presente obra foi aprovada pelo Conselho Editorial Científico da Juruá Editora, adotando-se o sistema *blind view* (avaliação às cegas). A avaliação inominada garante a isenção e imparcialidade do corpo de pareceristas e a autonomia do Conselho Editorial, consoante as exigências das agências e instituições de avaliação, atestando a excelência do material que ora publicamos e apresentamos à sociedade.

**ISBN: 978-85-362-9260-1**

**JURUÁ**  
 EDITORA

**Brasil** – Av. Munhoz da Rocha, 143 – Juvevê – Fone: (41) 4009-3900  
 Fax: (41) 3252-1311 – CEP: 80.030-475 – Curitiba – Paraná – Brasil

**Europa** – Rua General Torres, 1.220 – Lojas 15 e 16 – Fone: (351) 223 710 600 –  
 Centro Comercial D'Ouro – 4400-096 – Vila Nova de Gaia/Porto – Portugal

**Editor:** José Ernani de Carvalho Pacheco

---

Cesário, Kone Prieto Furtunato.

C421      Proteção das marcas visualmente perceptíveis: as  
 novas marcas visuais à luz dos princípios do direito  
 comercial./ Kone Prieto Furtunato Cesário./ Curitiba:  
 Juruá, 2019.  
 188p.

1. Marca registrada. 2. Sinais e símbolos na comunicações visual. 3. Direito comercial. I. Título.

00006

CDD 346.07 (22.ed)  
 CDU 347.7

---

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
 Bibliotecária: Maria Isabel Schiavon Kinasz, CRB9 / 626

11074

# SUMÁRIO

---

<b>LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS</b> .....	15
<b>INTRODUÇÃO</b> .....	17
<b>PARTE 1</b>	
<b>AS NOVAS MARCAS VISUAIS</b>	
<b>Capítulo 1 – A CRIAÇÃO DAS NOVAS MARCAS</b> .....	25
1.1 A Semiótica.....	25
1.2 O <i>Marketing</i> Sensorial .....	29
1.3 As Novas Mídias e Tecnologias.....	32
1.4 O Poder do <i>Marketing</i> e da Publicidade.....	34
1.5 A Capacidade Informativa .....	38
<b>Capítulo 2 – AS NOVAS MARCAS E O DIREITO MARCÁRIO BRA- SILEIRO</b> .....	47
2.1 Definição para as Novas Marcas .....	47
2.2 Novas Marcas Excluídas de Registro no Brasil .....	51
2.3 Marcas de Cores Únicas.....	62
2.4 A Regra do <i>Telle Quelle</i> e as Novas Marcas.....	67
<b>Capítulo 3 – AS NOVAS MARCAS VISUAIS</b> .....	75
3.1 Definição das Novas Marcas Visuais.....	78
3.2 As Novas Marcas e a Visão de Conjunto.....	94
3.3 Reconhecimento como Marca.....	97
3.4 Desafios para o Registro .....	101
3.4.1 A capacidade de distintividade .....	106
3.4.2 Funcionalidade.....	112

**PARTE 2 – OS FUNDAMENTOS DA  
PROTEÇÃO DAS NOVAS MARCAS VISUAIS**

<b>Capítulo 4 – O DIREITO DE PROPRIEDADE DAS NOVAS MARCAS VISUAIS</b> .....	123
4.1 A Teoria Utilitarista .....	125
4.2 A Teoria do Trabalho .....	130
4.3 O Reconhecimento da Propriedade às Novas Marcas Visuais .....	136
<b>Capítulo 5 – AS NOVAS MARCAS E OS PRINCÍPIOS DO DIREITO COMERCIAL</b> .....	141
5.1 A Importância do Princípio para a Interpretação do Direito Marcário..	141
5.2 O Princípio da Livre Iniciativa.....	147
5.3 O Princípio da Livre Concorrência .....	153
<b>Capítulo 6 – CONCLUSÕES</b> .....	161
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	167
<b>ÍNDICE REMISSIVO</b> .....	179