

PEDRO MARCOS NUNES BARBOSA

pedromarcos@nbb.com.br

Doutor em Direito Comercial pela USP

Mestre em Direito Civil pela UERJ

Especialista em Direito da Propriedade Intelectual pela PUC-Rio

Professor de Direito Comercial e Direito Civil da PUC-Rio

Sócio de Denis Borges Barbosa Advogados

E-STABELECIMENTO

TEORIA DO ESTABELECIMENTO COMERCIAL NA INTERNET, APLICATIVOS, WEBSITES,
SEGREGAÇÃO PATRIMONIAL, TRADE DRESS ELETRÔNICO, CONCORRÊNCIA ONLINE,
ATIVOS INTANGÍVEIS CIBERNÉTICOS E NEGÓCIOS JURÍDICOS

EDITORA QUARTIER LATIN DO BRASIL

São Paulo, outono de 2018

quartierlatin@quartierlatin.art.br

www.quartierlatin.art.br

1158446

PEDRO MARCOS NUNES BARBOSA

E-stabelecimento:

*Teoria do Estabelecimento Comercial na Internet, Aplicativos, Websites,
Segregação Patrimonial, Trade dress Eletrônico, Concorrência online,
Ativos Intangíveis Cibernéticos e Negócios Jurídicos*
São Paulo: Quartier Latin, 2017.

ISBN 85-7674-908-4

1. Direito Empresarial. 2. Propriedade Intelectual. 3. Estabelecimento Comercial.
4. Direito e Internet. I. Título

Editor

Vinícius Vieira

Produção editorial

José Ubiratan Ferraz Bueno

Diagramação

Anderson dos Santos Pinto

Revisão gramatical

Ronaldo Santos Soares

Capa

Anderson dos Santos Pinto

EDITORA QUARTIER LATIN DO BRASIL

Rua General Flores, 508

Bom Retiro – São Paulo

CEP 01129-010

Telefone: (11) 3222-2423

Email: quartierlatin@globo.com

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS. Proibida a reprodução total ou parcial, por qualquer meio ou processo, especialmente por sistemas gráficos, microfílmicos, fotográficos, reprográficos, fonográficos, videográficos. Vedada a memorização e/ou a recuperação total ou parcial, bem como a inclusão de qualquer parte desta obra em qualquer sistema de processamento de dados. Essas proibições aplicam-se também às características gráficas da obra e à sua editoração. A violação dos direitos autorais é punível como crime (art. 184 e parágrafos do Código Penal), com pena de prisão e multa, busca e apreensão e indenizações diversas (arts. 101 a 110 da Lei 9.610, de 19.02.1998, Lei dos Direitos Autorais).

SUMÁRIO

Agradecimentos.....	11
Apresentação.....	15
Prefácio.....	19
1. Introdução.....	21

PARTE I

PERFIL CONCEITUAL – O ESTABELECIMENTO COMERCIAL NA CONTEMPORANEIDADE, E A AZIENDA VIRTUAL NA ATUALIDADE, 25

2. Primeiro Capítulo: O Estabelecimento Comercial e sua Virtualização	27
2.1. O Estado da Arte no Estudo do Estabelecimento Comercial: como a Internet Alterou os Parâmetros Jurídicos	28
2.2. O Perfil Institucional do Estabelecimento Comercial: Empresa, Estabelecimento e Aviamento	33
2.3. Os Elementos do Estabelecimento	44
2.4. A Minoração da Relevância Econômica do Trespasse	50
2.5. Causas da Relativa Estagnação Mercantil pelas vias Tradicionais	53
2.6. Algumas Causas da Expansão Mercantil pela Internet.....	56
3. Segundo Capítulo: O Estabelecimento Comercial na Internet e seu Impacto no Direito	69
3.1. Do Processo de Virtualização do Estabelecimento Comercial ..	69
3.2. Do Estabelecimento Comercial Clássico ao seu Desenvolvimento na Internet	72
3.3. Nomes de Domínio, um neo Destino Consumerista	81
3.4. Das Transformações Concorrenciais Advindas do Estabelecimento Comercial na Internet	85
3.5. O Estabelecimento na Internet: Comercial, Civil, Integral, Predominante e Acessório	95

PARTE II
**PERFIL ESTRUTURAL – AS PROPRIEDADES IMATERIAIS,
 UNIVERSALIDADES, SEPARAÇÃO PATRIMONIAL, TITULARIDADES
 COMERCIAIS E REGIME JURÍDICO, 111**

4. Terceiro Capítulo: um Estudo da Classificação do Estabelecimento Enquanto Universitas	113
4.1. Os Bens Jurídicos, Situação Jurídica Subjetiva e as Relações Jurídicas	113
4.2. As Universalidades Jurídicas e as Universalidades de Fato	125
4.3. O Estabelecimento Comercial: Divergências Doutrinárias sobre sua Classificação	128
4.4 O Estabelecimento Comercial como Personalidade Jurídica ...	144
5. Quarto Capítulo: Propriedades na Constituição e suas Diferentes Funções	155
5.1. Sistema Constitucional e as Propriedades	155
5.2. Propriedades Comerciais	165
5.3. O Estabelecimento Comercial na Internet como Objeto Proprietário	174
6. Quinto Capítulo: Exclusividades e Diferentes Atributos, a Afetação Patrimonial	197
6.1. Da Personalidade à Delimitação de Risco por Outras Técnicas	197
6.2. Do Dogma da Legalidade Estrita ao Princípio da Juridicidade	208
6.3. Da Afetação Patrimonial na Fundação	217
6.4. Da Afetação Patrimonial Voluntária por Analogia da <i>Lege Lata</i>	222
6.5. A Separação Intrapersonalidade do Patrimônio e Resguardos	228
6.6. Da Afetação Patrimonial nas Aziendas Comerciais na Internet	230

6.7. Da Publicização da Afetação Patrimonial Voluntária nos e-stabelecimentos	233
--	-----

PARTE III

PERFIL COMUNICACIONAL – O ESTABELECIMENTO COMERCIAL VIRTUAL, SIGNOS DISTINTIVOS, DIREITO À DISTINTIVIDADE, 237

7. Sexto Capítulo: Signos Distintivos e a Interface com a Clientela.....	239
7.1. A Semiótica (Semiologia) e a Pertinência Simbólica.....	239
7.2. Signos Distintivos e o Consumidor: Efeitos Econômicos e Psicológicos	254
7.3. Os Signos Distintivos e a Internet.....	269
8. Sétimo Capítulo: Direito à Diferença e o “Leading Time” Concorrencial	283
8.1. A Tutela da Identidade	283
8.2. Signos Distintivos não Registráveis e Distintividade	294
8.3. Parâmetros Estéticos e Vicissitudes	301
8.4. <i>Leading Time</i> como Método de Diferenciação.....	304
8.5. Metamorfoses Estéticas nos e-stabelecimentos	308
8.6. Um Encontro entre <i>Trade Dress</i> e <i>Software</i>	315
8.7. Os Elementos Simbólicos e a Internet.....	317
9. Conclusões	323
10. Referências Bibliográficas	329
10.1. Bibliografia Tradicional.....	329
10.2. Referências Extraídas na Internet	343
10.3. Referências Pretorianas.....	347
10.4. Referências de Precedentes Administrativos.....	350
10.5. Referências Legislativas	350