



|                   |                                                                           |
|-------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| <b>Evento</b>     | Salão UFRGS 2018: SIC - XXX SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS        |
| <b>Ano</b>        | 2018                                                                      |
| <b>Local</b>      | Campus do Vale - UFRGS                                                    |
| <b>Título</b>     | A transferência de marcas e suas restrições à luz das relações de consumo |
| <b>Autor</b>      | FABIANE LORENZON SCHALY                                                   |
| <b>Orientador</b> | KELLY LISSANDRA BRUCH                                                     |

## Resumo para o Salão de Iniciação Científica da UFRGS

**Título:** A transferência de marcas e suas restrições à luz das relações de consumo

**Autora:** Fabiane Lorenzon Schaly

**Orientadora:** Kelly Lissandra Bruch

**Instituição de origem:** Universidade Federal do Rio Grande do Sul

### Breve Introdução:

As marcas, enquanto direito de propriedade intelectual, guardam relação não só com o seu titular, detentor do bem, mas também com os demais elementos do mercado, uma vez nele inseridas. Essas marcas, cujas funções reconhecidas variam conforme a mudança no tempo e no espaço, são passíveis de transferência, prática, inclusive, bastante comum. Assim, mostra-se relevante verificar, diante de suas funções atualmente reconhecidas, se a transferência de uma marca encontra restrições em razão do mercado, onde entra em contato com as relações de consumo. Sabe-se que, em diversos casos, as transferências marcárias são restringidas em razão do direito concorrencial, que tutela, primordialmente, o direito entre iguais. Contudo, em relação ao direito do consumidor, que trata de uma relação entre sujeitos desiguais, tal aproximação não se mostra, *a priori*, tão evidente. O Código de Defesa do Consumidor brasileiro é um microsistema normativo de ordem pública, com princípios irradiados diretamente da Constituição Federal, que garante ao consumidor um tratamento diferenciado, em razão da natureza das relações jurídicas envolvidas em uma economia de mercado e da sua qualificação como sujeito vulnerável. Ainda que, em princípio, os ramos do direito marcário e do direito consumerista possam ser vistos de forma estanque e separada, na realidade estão relacionados e se influenciam reciprocamente, de forma que uma visão sistemática, estabelecendo diálogo entre as fontes, parece uma abordagem adequada, possibilitando que dessa imbricação advenham desdobramentos, inclusive sobre a questão das restrições à transferência de marcas. Nesse contexto, o cerne da presente pesquisa consiste em saber se a transferência de marcas encontra restrições à luz de uma interpretação sistemática da legislação vigente no ordenamento brasileiro atinente aos consumidores e às marcas. Acerca disso, surgem duas hipóteses principais: a transferência de marcas encontra restrições ou consequências na proteção constitucionalmente assegurada aos consumidores, ou, por outro lado, a função distintiva da marca segue apenas os interesses do seu titular, “proprietário” do bem intelectual. Nesse sentido, o método de abordagem da presente pesquisa é o exploratório e visa, primeiramente, a realizar revisão bibliográfica e da legislação afim, para aprofundamento do tema. Depois, a examinar bibliografias estrangeiras e eventuais jurisprudências para fins de análise da questão em âmbito internacional. Por fim, a compreender quais os interesses tutelados que prevalecem na transferência de uma marca, bem como se uma análise sistemática do ordenamento brasileiro permite aferir restrições impostas pelo direito do consumidor à transferência de marcas. Por fim, anoto que a pesquisa está em fase preliminar, não sendo possível, ainda, alcançar alguma conclusão.