



Setembro 2009

## PROPRIEDADE INTELECTUAL, MARCAS E PATENTES



### EDITORIAL

Manuel Lopes Rocha

Sócio  
mnlr@plmj.pt

### CONTEÚDOS EDITORIAIS

Editorial

Manuel Lopes Rocha

A Multiprotecção Jurídica

Manuel Lopes Rocha

A Moda na Moda...

Rita Sáragga Leal

...e Também na Internet

Claúdia Trabuco

## DIREITO DA MODA

A Moda é um fenómeno universal, permanente, constantemente renovado. Os mais variados ângulos de análise que permite interessam disciplinas como a Economia, a Sociologia, a Semiologia e o Direito. Como escreveu Roland Barthes, um dos seus maiores estudiosos, à ausência da Moda corresponde uma Sociedade totalmente estagnada. Pelo que a Moda se confunde com a Vida, com a Liberdade e a Democracia. Por isso, na manhã em que Robespierre era conduzido à guilhotina, ele que tinha imposto uma farda geral cinzenta aos seus compatriotas, ainda terá visto algumas parisienses que, timidamente, começavam a usar cores mais alegres e flores no cabelo, como sinais de que se estavam a libertar do pesadelo totalitário...

A Moda tem um sentido amplo que engloba não só o vestuário, a sua indústria, mas também sapatos e acessórios como chapéus, óculos, cintos, bijutaria, relógios, além de englobar, para este efeito, os perfumes. Na semana de 14 de Setembro decorreu a Fashion Week em New York. Só em NY a indústria da moda emprega mais de 170.000 pessoas. Por outro lado, o sector do "luxo" inserido nesta ampla definição de Moda, é responsável na Europa por 200.000 empregos directos e 800.000 indirectos, muitos deles inseridos em Pequenas e Médias Empresas. Portugal tem uma grande tradição no vestuário e no têxtil, como é sabido. Por outro lado, há muito que deixou de ser, apenas, um país importador de grandes marcas, para passar a apostar em sectores da Moda,

sendo essa aposta não meramente interna, mas destinada ao competitivo mercado exterior. Deixamos de ser um local de mão-de-obra barata para apostar na criação e no design em todos os sectores.

Um dos exemplos mais recentes é o do Calçado. Segundo notícias de há poucos dias, nos primeiros sete meses deste ano, a indústria do calçado já registou mais modelos do que em todo o ano de 2008. Por outro lado, a esta efervescência que se nota nos sectores da Moda, entre nós, não é alheia uma mudança no nosso enquadramento legal e, até, na prática dos tribunais e das entidades com competências nesta área. Portugal parece ter voltado a página do país pobre onde a contrafacção era tolerada e até, por vezes, incentivada como forma de "responder" às multinacionais predadoras. Este ponto de vista limitado e limitador nunca "explicou" quais os resultados, para a nossa Economia, de anos de contrafacção generalizada. Por outro lado, a desprotecção dos criadores e inventores "de fora", também atingia, e de que maneira, os nossos criadores e inventores sempre bem mais vulneráveis que as empresas multinacionais. No entanto, parece estar a fazer o seu caminho a ideia de que Portugal só sobrevive se apostar e acarinhar o seu património secular, mas também o seu património imaterial, fruto da actividade da Criação, da Invenção ou do Empreendedorismo locais. É neste ponto que o diálogo entre o Direito e a Moda mais se afirma.



Manuel Lopes  
Rocha  
mnlr@plmj.pt

## A Multiprotecção Jurídica

A Moda, as suas criações, e até as invenções relacionadas, vive da sua protecção jurídica. Sem esta, os investimentos perdem-se na saída da fábrica ou do atelier. É assim em todo o mundo, como reforçaremos nos exemplos infra. A uma enorme variedade de criações que a Moda “produz” corresponde uma multiprotecção jurídica. Assim, os artigos da Moda são protegidos pelas patentes, pelas marcas, pelos desenhos ou modelos cujo quadro legal se encontra no Código de Propriedade Industrial (DL nº143/2008, de 25 de Julho, sucessivamente alterado), mas também pelo Direito de Autor (Código do Direito de Autor e dos Direitos Conexos, DL nº63/85, de 14 de Março, sucessivamente alterado). Estas protecções são, muitas vezes, cumulativas, sem esquecer a concorrência desleal e, até, noutra plano, o Direito da Publicidade ou o Direito de Imagem, hoje tão em voga (ou “na moda”?). Cumpre assinalar que muitas destas normas constituem direito comunitário unificado.

Por outro lado, o sector da Moda tem características que outros sectores não têm, como a periodicidade com que as suas criações são lançadas, e a rápida obsolescência de grande parte delas. Por tudo isto, mas não só

Em Portugal, com esta nova lei, o infractor vai deixar de “lucrar” com a sua infracção. Mas não há boas leis sem uma prática correcta. Por isso, e atendendo ao carácter sazonal de grande parte dos produtos da indústria da Moda, os conteúdos da lei devem ser implantados, com celeridade, na prática.

por isto, em Portugal, como em toda a parte, os criadores e industriais da Moda estão confrontados com o flagelo da contrafacção e a dificuldade em o combater. Os sectores da Moda, ou os do Vestuário ou do Têxtil têm sido dos mais causticados, em Portugal, por esta prática ilícita. Contudo, e ainda que estejamos longe de uma situação ideal, a verdade é que, como corolário do novo ambiente que rodeia, entre nós, agora, a Propriedade Intelectual, os últimos tempos têm-nos trazido algum sopro de esperança. O quadro legal que inaugurou esta nova fase está contido na Lei 16/2008, de 1 de Abril, vulgarmente denominada como lei do enforcement. Hoje está definitivamente consagrado na lei, e os nossos tribunais têm-no, neste último ano, compreendido e aplicado, o carácter absoluto e exclusivo dos direitos de propriedade intelectual. Por isso, arriscamos dizer que os Criadores e Empreendedores, nesta área, estão mais protegidos. Por um lado, são mais fáceis as medidas cautelares de interrupção de ilícitos e serão bem maiores as indemnizações quando os processos estiverem concluídos. Em Portugal, com esta nova lei, o infractor vai deixar de “lucrar” com a sua infracção. Mas não há boas leis sem uma prática correcta. Por isso, e atendendo ao carácter sazonal de grande parte dos produtos da indústria da Moda, os conteúdos da lei devem ser implantados, com celeridade, na prática. Esta não é uma área em que os registos tudo resolvam, pelo contrário. Na verdade, por causa desse carácter sazonal que referimos, muitos registos, de desenhos ou modelos, são inúteis. Mas também para isso a lei tem respostas e as autoridades competentes deverão, por seu turno, prolongar este novo espírito de defesa da Criação, da Invenção e do Empreendedorismo que se vive entre nós. Na ordem do dia está a criação do Tribunal de Propriedade Intelectual que, a acontecer, será o encerramento definitivo de um ciclo de menosprezo pela Criação e Invenção, entre nós, libertando energias para maiores investimentos nesta e noutras áreas.



FUNDAÇÃO  
PLMJ

Isabel Pinheiro  
Detalhe

Obra da Colecção da Fundação PLMJ

Os artigos da Moda são protegidos pelas patentes, pelas marcas, pelos desenhos ou modelos cujo quadro legal se encontra no Código de Propriedade Industrial (DL nº143/2008, de 25 de Julho, sucessivamente alterado), mas também pelo Direito de Autor (Código do Direito de Autor e dos Direitos Conexos, DL nº63/85, de 14 de Março, sucessivamente alterado).



Rita  
Sáragga  
Leal  
rtsa@plmj.pt

## A Moda na Moda...

A importância do diálogo entre o Direito e a Moda é de tal monta que basta percorrer o noticiário dos últimos meses para ver que este é, continua a ser, um tema de actualidade permanente. Em Maio, Woody Allen chegou a acordo nos tribunais com o fabricante de roupa norte-americano, American Apparel por ter utilizado imagens do célebre filme Annie Hall numa campanha promocional. Esta empresa pagou 5 milhões de USD aquele actor e realizador. Em Junho, Katy Perry processou a estilista australiana, com o mesmo nome, intimando-a a mudar as marcas com este nome, na sua linha de roupa de praia, do mesmo modo que pretendia proibir a circulação de tais roupas e a respectiva publicidade. Já em Novembro do ano passado um fabricante de perfumes, Revelations, anunciou ir processar o cantor Prince e a sua editora por não terem promovido, eficazmente, o perfume "3121", o mesmo nome de um disco de Prince. O valor do pedido, como anunciado, era de 100.000 USD. Em Agosto último foi noticiada a disputa entre a esposa do vocalista dos U2, Bono, e a filha de Paul McCartney, uma conhecida

estilista, pela violação dos direitos de autor e de marca sobre uma simples palavra, Nude. A Senhora Bono dirige a empresa Nude Skincare que comercializa uma linha de produtos "éticos". A filha do ex-Beatle, por seu turno, além das suas colecções de roupa exclusiva, estendeu a sua actividade ao sector dos perfumes, pretendendo lançar um perfume com o nome de Stella Nude...

Finalmente, também em Agosto último, quer num tribunal de Hong-Kong, quer num tribunal de New York, os netos e familiares de Guccio Gucci, o fundador da empresa Gucci, foram proibidos de usar o seu nome de família em produtos que fazem concorrência aos produtos da "legítima" marca Gucci. Como alguém comentou, a lei é suficientemente forte para proibir a utilização de um nome de família se tal utilização cria confusão nos consumidores...

Mesmo no Desporto, a actualidade é feita de patentes...A Warnaco é detentora da patente do Speedo LZR Racer, o fato de banho utilizado pelos nadadores de alta

competição. Assim, 94% das medalhas de ouro na natação, nos Jogos Olímpicos de Pequim 2008, foram ganhas por este "fato". E o mesmo fato, bem como os seus "concorrentes", foram as grandes vedetas dos Munidas de Natação em Roma, este Verão...

Noutro plano, foi recentemente noticiado que uma empresa portuguesa, BioDevices, uma empresa que é um spin-off da Universidade de Aveiro, é a responsável pela invenção de uma t-shirt que constitui um vestuário electrónico que permite recolher os sinais vitais do organismo, podendo vir a ter duas aplicações principais na área clínica e de controle da evolução de desportistas.

Finalmente, ainda que na área da actualidade jurídica, mas com enormes reflexos no mundo da Moda, o Tribunal de Justiça da União Europeia pronunciou-se através de dois importantes acórdãos relativos a marcas das mais prestigiadas. O primeiro é de 23 de Abril de 2009 tirado no caso Copad SA vs Christian Dior couture SA e o segundo é de 18 de Junho último, tirado no caso L'Oréal vs Bellure.



Cláudia  
Trabuco  
cltr@plmj.pt

## ...e Também na Internet

A Internet e a sua poderosa capacidade de divulgar instantaneamente conteúdos, bem como o alcance incomensurável que permite, tem concentrado a atenção de criadores e empresários da Moda, de empresas cujo único negócio é justamente operar na Internet, bem como dos tribunais. A Dior difundiu um filme promocional de seis minutos exclusivamente na Internet. Mas o mesmo vem sucedendo com outras grandes marcas como a Cartier, a Prada, Louis Vitton ou Gucci, ainda que, como é óbvio, não seja fácil lançar perfumes na Internet, prescindindo do contacto directo com os clientes. Mas muitas

destas marcas estão a abrir boutiques virtuais em que algumas procuram um serviço de encomendas personalizado. Mesmo os desfiles, típicos do lançamento de colecções novas, também já se fazem na Internet, como proposto pelos costureiros Viktor & Rolf. No entanto, por outro lado, as grandes marcas disputam, em Bruxelas, com o eBay, a manutenção das isenções para distribuição selectiva, sendo que esta última pressiona para que tais isenções cessem. Por outro lado, é já muito longo o historial da luta mundial, nos mais variados tribunais, entre o eBay e as principais marcas mundiais neste sector. Trata-se de uma luta titânica, sem



 FUNDACÃO  
PLMJ  
Raquel Gomes  
Detalhe  
Obra da Colecção  
da Fundação PLMJ

Como se conclui, a Internet, no domínio da Moda, como na quase totalidade das áreas da vida em sociedade, combina novas e grandes oportunidades com situações litigiosas.

fim à vista, em que se somam vitórias e derrotas para os dois lados. Por exemplo, se em 2008 os tribunais franceses condenaram o eBay a pesadas multas por não ter impedido a comercialização de produtos contrafeitos, uma decisão recente do Tribunal de Grande Instance de Paris parece dar um novo sinal incitando as partes (L'Oréal e eBay à cooperação). Já neste mês de Setembro a Louis Vuitton anunciou ter ganho o processo intentado em 2007 contra o intermediário Akanok, no tribunal de primeira instância de San José (Califórnia) por violação do direito de autor e de marca. Ou seja, o tribunal considerou aquele intermediário responsável pela existência de materiais contrafeitos nos seus ficheiros, nada tendo feito mesmo depois de alertado. A indemnização decretada pelo tribunal ascendeu a 32, 4 milhões de USD. Mais prudente foi a

Chancery Division of the High Court of England and Wales na sua decisão de 22 de Maio último num litígio opondo a L'Oréal ao eBay International AG. O tribunal inglês não aceitou a tese da responsabilidade do eBay na existência de objectos contrafeitos no seu auction site, mas recomendou uma atitude mais criteriosa a este intermediário, ao mesmo tempo que reenviou parte das questões no litígio para o Tribunal de Justiça da União Europeia.

Como se conclui, a Internet, no domínio da Moda, como na quase totalidade das áreas da vida em sociedade, combina novas e grandes oportunidades com situações litigiosas. Mais tarde ou mais cedo também os tribunais portugueses serão chamados a lidar com estas matérias.

---

**"Sociedade de Advogados Portuguesa do Ano"**

*Chambers Europe Excellence 2009, IFLR Awards 2006 & Who's Who legal Awards 2006, 2008, 2009*

**"Melhor Sociedade de Advocacia de negócios da Europa do Sul"**

*ACQ Finance Magazine, 2009*

**"Melhor Sociedade de Advogados no Serviço ao Cliente"**

*Clients Choice Award - International Law Office, 2008*

**"Melhor Departamento Fiscal do Ano"**

*International Tax Review - Tax Awards 2006, 2008*

**Prémio Mind Leaders Awards™**

*Human Resources Suppliers 2007*

---

A presente Newsletter destina-se a ser distribuída entre Clientes e Colegas e a informação nela contida é prestada de forma geral e abstracta, não devendo servir de base para qualquer tomada de decisão sem assistência profissional qualificada e dirigida ao caso concreto. O conteúdo desta Newsletter não pode ser reproduzido, no seu todo ou em parte, sem a expressa autorização do editor. Caso deseje obter esclarecimentos adicionais sobre este assunto contacte **Manuel Lopes Rocha-mnlr@plmj.pt**