

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

PAULA TELES SILVEIRA

**O REGISTRO DE DIREITOS DA PERSONALIDADE COMO MARCA**

Rio de Janeiro

2024

Paula Teles Silveira

**O registro de direitos da personalidade como marca**

Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Inovação, do Instituto Nacional da Propriedade Industrial.

Orientadora: Profa. Dra. Patricia Pereira Peralta

Rio de Janeiro

2024

S587 Silveira, Paula Teles.  
O registro de direitos da personalidade como marca. / Paula Teles Silveira.  
–2024.

179 f. ; figs. Apêndice.

Dissertação (Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação) -  
Academia de Propriedade Intelectual Inovação e Desenvolvimento, Divisão de  
Programas de Pós-Graduação e Pesquisa, Instituto Nacional da Propriedade  
Industrial – INPI, Rio de Janeiro, 2024.

Orientadora: Profa. Dra. Patricia Pereira Peralta.

1. Propriedade Industrial – Marca. 2. Marca – Direito da personalidade.  
3. Marca – Tutela jurídica. I. Instituto Nacional da Propriedade Industrial  
(Brasil).

CDU: 347.772(81)

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta Tese, desde que citada a fonte.

---

Assinatura

---

Data

Paula Teles Silveira

**O registro de direitos da personalidade como marca**

Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Inovação, do Instituto Nacional da Propriedade Industrial.

**Aprovada em 27 de setembro de 2024.**

**Orientadora:**

Profa. Dra. Patricia Pereira Peralta  
Instituto Nacional da Propriedade Industrial

**Banca Examinadora:**

Prof. Dr. Vinícius Bogéa Câmara  
Instituto Nacional da Propriedade Industrial

Profa. Dra. Ingrid Jensen Schmidt  
Instituto Nacional da Propriedade Industrial

Profa. Dra. Veronica Lagasse  
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Rio de Janeiro

2024

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a meu filho Rafael, que abriu mão de horas preciosas de passeios, conversas e jogos para a mamãe se dedicar aos estudos e que comemorou efusivamente a conclusão deste trabalho.

À minha família, à minha namorada, Maria Cecília, e às minhas amigas-irmãs, Andréa, Maria Pia e Marcela, por toda confiança, paciência e apoio emocional ao longo do caminho. Sem vocês, esse trabalho jamais teria acontecido.

Agradeço aos colegas e amigos do INPI, por todo o companheirismo e a troca proporcionada. Eu aprendo e me divirto com vocês todos os dias. Um agradecimento especial à equipe do SEGEC e ao meu chefe, Rafael Cardoso, por sempre apoiar os nossos projetos e facilitar ao máximo o delicado equilíbrio entre vida pessoal e profissional.

Ao colega de trabalho e de Mestrado, Pedro Sloboda, e à equipe da Coordenação-Geral de Tecnologia da Informação do INPI, meus agradecimentos pelo fornecimento de dados relativos a processos administrativos que serviram de base para a presente pesquisa.

À minha orientadora, Profa. Dra. Patrícia Pereira Peralta, muito obrigada por sua inacreditável disponibilidade e atenção, me acolhendo nos muitos momentos de desespero e transmitindo tranquilidade e ensinamentos valiosos para a condução deste trabalho.

Aos membros da banca de defesa, Prof. Dr. Vinicius Bogéa Câmara, Profa. Dra. Ingrid Jensen Schmidt e Profa. Dra. Verônica Lagassi, e aos membros suplentes, Profa. Dra. Elisângela Santos Silva Borges e Profa. Dra. Elizabeth Ferreira da Silva, meus agradecimentos pela solicitude com que aceitaram o convite para participar da banca de avaliação e contribuir para a presente pesquisa.

## RESUMO

SILVEIRA, Paula Teles. **O registro de direitos da personalidade como marca**. 2024. 180 f. Dissertação (Mestrado em Propriedade Intelectual e Inovação) – Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, 2024.

A dissertação aborda a tutela jurídica conferida aos direitos da personalidade e ao direito de marcas no Brasil, procurando estabelecer a relação mantida entre eles e os possíveis conflitos que podem surgir a partir do pedido de registro de sinais que imitem ou reproduzam direitos da personalidade. Realiza, para tanto, um breve apanhado histórico e conceitual sobre os direitos da personalidade, para então focar nas razões e nas condições em que o ordenamento nacional admite o aproveitamento econômico de nomes e imagens de pessoas. Trata ainda da tutela conferida às marcas, enfatizando as discussões doutrinárias acerca de sua natureza jurídica e das funções para as quais são concedidas. Apresenta então a complexidade da relação jurídica estabelecida entre esses dois institutos e o propósito de ser exigido o consentimento do titular do direito da personalidade para o registro de nomes e imagens como marca. Conclui expondo os desafios identificados no exame de pedidos de registro de marcas realizado pelo INPI e propondo possíveis alterações de procedimento que possam tornar o exame mais claro, objetivo e previsível, de modo a alcançar a necessária segurança jurídica.

Palavras-chave: Propriedade Industrial. Marcas. Direitos da Personalidade.

## ABSTRACT

SILVEIRA, Paula Teles. **The registration of personality rights as trademarks**. 2024. 180 f. Dissertação (Mestrado em Propriedade Intelectual e Inovação) – Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, 2024.

This dissertation addresses the legal protection granted to personality rights and trademark rights in Brazil, seeking to establish the relationship between them and the possible conflicts that may arise from the application for registration of signs that imitate or reproduce personality rights. To this end, it provides a brief historical and conceptual overview of personality rights, and then focuses on the reasons and conditions under which the national legal system allows the economic use of people's names and images. It also addresses the protection granted to trademarks, emphasizing the doctrinal discussions about their legal nature and the functions for which they are granted. It then presents the complexity of the legal relationship established between these two institutes and the purpose of requiring the consent of the holder of the personality right for the registration of names and images as trademarks. It concludes by explaining the challenges identified in the examination of trademark registration applications carried out by the INPI and proposing possible procedural changes that could make the examination clearer, more objective and predictable, in order to achieve the necessary legal certainty.

Keywords: Industrial Property. Trademarks. Personality Rights.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	Marca contendo imagens pessoais em escala diminuta.....	126
Figura 2 –	Pedido 903906627.....	132
Figura 3 –	Pedido 904115011.....	132
Figura 4 –	Elemento secundário que constitui mera indicação de localidade.....	134



## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CJF	Conselho da Justiça Federal
COPEX	Comitê de Orientação sobre Procedimentos de Exames de Marcas, Desenhos Industriais e Indicações Geográficas
CPAPD	Comitê Permanente de Aprimoramento dos Procedimentos e Diretrizes de Exame de Marcas, Desenhos Industriais e Indicações Geográfica
DDHC	Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão
EUIPO	<i>European Union Intellectual Property Office</i>
INPI	Instituto Nacional da Propriedade Industrial
IPAS	<i>Industrial Property Administration System</i>
LPI	Lei de Propriedade Industrial
PFE	Procuradoria Federal Especializada
RPI	Revista de Propriedade Industrial

## SUMÁRIO

<b>OBJETIVOS .....</b>	<b>10</b>
OBJETIVO GERAL .....	10
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	10
<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>2 DIREITOS DA PERSONALIDADE .....</b>	<b>14</b>
2.1 EVOLUÇÃO HISTÓRICA .....	14
2.2 DIREITOS HUMANOS, DIREITOS FUNDAMENTAIS E DIREITOS DA PERSONALIDADE .....	19
2.3 TUTELA JURÍDICA DOS DIREITOS DA PERSONALIDADE .....	21
2.4 O ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO.....	25
2.5. LIMITAÇÃO AO EXERCÍCIO DOS DIREITOS DA PERSONALIDADE .....	28
2.6 O DIREITO AO NOME.....	39
2.6.1 Elementos do Nome Civil.....	43
2.7 O DIREITO À IMAGEM.....	49
<b>3 DIREITO DE MARCA .....</b>	<b>56</b>
3.1 TUTELA JURÍDICA DA MARCA .....	56
3.2 FUNÇÕES DA MARCA .....	64
3.2.1 As funções distintiva e de indicação de origem.....	65
3.2.2 Função publicitária .....	69
3.2.2.1 Merchandising .....	71
3.3 A RELAÇÃO JURÍDICA ESTABELECIDADA ENTRE O DIREITO DE MARCAS E O DIREITO DA PERSONALIDADE .....	74
3.4 ESCOPO DE APLICAÇÃO DOS INCISOS XV E XVI.....	89
<b>4 DESAFIOS IDENTIFICADOS.....</b>	<b>97</b>
4.1 NOTORIEDADE .....	98
4.1.1 Apelidos e pseudônimos .....	99
4.1.2 Nomes artísticos .....	105
4.1.3 Patronímicos .....	111
4.2 HOMONÍMIA .....	115
4.2.1 Convivência entre sinais de titulares homônimos.....	120
4.3 MARCAS DISSOCIADAS DA PERSONALIDADE .....	123
4.3.1 Nomes e imagens inventados .....	124
4.3.2 Nomes de localidades.....	129
4.4 REGULARIDADE DO CONSENTIMENTO PARA REGISTRO .....	135
4.4.1 Titularidade do direito da personalidade.....	135
4.4.2 Forma e efeitos do consentimento .....	139
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>150</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>154</b>
<b>APÊNDICE .....</b>	<b>166</b>

## OBJETIVOS

### OBJETIVO GERAL

O trabalho tem como objetivo geral analisar as relações entre os direitos da personalidade e o direito de marcas, a partir de uma investigação das decisões do INPI que envolvam nome civil, assinatura, patronímico, imagem, apelido, pseudônimo ou nome artístico, à luz da literatura existente sobre a matéria.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar as relações existentes entre os direitos da personalidade e o direito de marcas;
- Levantar decisões dadas no âmbito da primeira instância do INPI referentes a marcas que envolvam direitos da personalidade;
- Classificar tais decisões de acordo com o bem da personalidade envolvido e as principais argumentações apresentadas;
- Analisar as decisões, de forma a compreender como tem sido a relação entre direito de marca e direito da personalidade e quais os pontos controversos sobre a matéria que impactaram mais diretamente o exame desses pedidos.

## 1 INTRODUÇÃO

Marcas são ativos de propriedade industrial que podem ser compostos por nomes civis, pseudônimos, imagens ou outros signos protegidos como direitos da personalidade. Embora não haja incompatibilidade entre a convivência dos dois institutos, a dupla função que o signo passa a desempenhar pode vir a gerar conflitos, demandando soluções capazes de garantir a necessária segurança jurídica.

As previsões contidas nos incisos XV e XVI do artigo 124 da Lei de Propriedade Industrial nº 9.279/96 (LPI) estipulam apenas uma normativa geral sobre o tema, deixando muitas questões em aberto acerca da relação estabelecida entre esses direitos. Alguns autores trataram do assunto como parte de discussões mais abrangentes, como Morgado (2009), Barbosa, D. (2014) e Amaral e Silva (2013). Outros dirigiram seus estudos à realidade de ordenamentos jurídicos diversos, como Lamas (2004) e Lalonde e Gilson (2010).

O presente trabalho estuda a relação existente entre direito de marcas e direitos da personalidade e os possíveis desafios que essa interação traz ao exame de registrabilidade de marcas realizado pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), autarquia federal à qual cabe a análise e a concessão dos direitos de propriedade industrial no Brasil. A pesquisa tem como objeto os pedidos de registro de marcas que foram indeferidos ou sofreram exigência de mérito em razão da reprodução indevida de direitos da personalidade, no período compreendido entre 01/01/2017 a 31/12/2021.

Os direitos da personalidade são direitos subjetivos privados conferidos a todos os seres humanos em razão da simples existência. Recaem sobre os atributos mais essenciais do indivíduo e estão diretamente relacionados com a tutela da dignidade humana, que orienta todo o ordenamento jurídico brasileiro, em função do que dispõe o art. 1º, inciso III da Constituição Federal de 1988.

Enquanto direitos existenciais, estão submetidos a um regime jurídico especial e por isso são usualmente descritos como extrapatrimoniais e indisponíveis, ou seja, não suscetíveis de avaliação pecuniária ou de transferência a terceiros. Isso não impede, contudo, que venham a gerar reflexos econômicos ou que tenham seu exercício pontualmente limitado com vistas a atender aos interesses do próprio titular.

Segundo a maioria da doutrina brasileira, a exemplo de Cantali (2009) e Schreiber (2011), a admissibilidade dessas limitações não encontra fundamento na existência de autorização legislativa (como indica a literalidade do artigo 11 do Código Civil de 2002), mas na própria tutela da dignidade humana. O ordenamento confere a cada pessoa não apenas instrumentos para se proteger contra eventuais lesões à sua personalidade, mas também poderes de autodeterminação pessoal, para que possa gerir os bens da personalidade com vistas ao seu livre desenvolvimento.

A essencialidade dos direitos envolvidos e o vínculo inerente com a pessoa de seu titular impedem que eles saiam da esfera jurídica a que pertencem em razão de eventual acordo com terceiros. As limitações voluntárias devem ser pontuais e recair sobre o exercício dos direitos da personalidade, nunca sobre sua titularidade. É nesse sentido que dispõe o enunciado nº 4 da I Jornada de Direito Civil do Conselho da Justiça Federal: “o exercício dos direitos da personalidade pode sofrer limitação voluntária, desde que não seja permanente nem geral” (CJF, 2002).

A Lei de Propriedade Industrial admite o registro de marca que contenha nomes e imagens pessoais, caso haja “[...] consentimento do titular, herdeiros ou sucessores” (Brasil, 1996). Isso significa que elementos identificadores do próprio indivíduo podem passar a exercer uma segunda função, de natureza mercadológica, identificando também produtos ou serviços oferecidos no mercado.

A lei não exigiu para isso a identidade entre os titulares, mas apenas o consentimento, possibilitando o registro de marca tanto em nome próprio, como em nome de terceiro. A relação jurídica que surge dessa manifestação de vontade, seja ela fruto de negociações gratuitas ou onerosas, gera importantes questionamentos, a exemplo da legitimidade para consentir, da forma exigida para tanto e da possibilidade de revogação unilateral.

A proteção conferida às marcas como bens de propriedade industrial visa não apenas facilitar as transações comerciais, mas também inibir comportamentos desleais de mercado, tendo como objetivo maior estabelecer as condições propícias para o desenvolvimento econômico. Essas condições, todavia, dependem da compreensão e da confiança dos atores na aplicação das normas que regem seus direitos de marca. É nesse ponto que se torna vital estabelecer procedimentos uniformes e embasados para a concessão das inúmeras marcas compostas por direitos da personalidade.

O presente trabalho propõe um estudo de cunho qualitativo e exploratório, baseado em revisão bibliográfica e em análise documental acerca da relação estabelecida

entre marcas e direitos da personalidade, tendo em conta as diferentes funções e os diferentes regimes a que um mesmo sinal pode se submeter, a depender da natureza jurídica do bem tutelado. O debate tem como principal diretriz compreender quais seriam as melhores práticas para tratar as marcas constituídas por direitos da personalidade, diante dos desafios observados no exame de pedidos desta natureza examinados pelo INPI entre 2017 e 2021.

Para o escopo pretendido, foi traçado um recorte que foca especialmente na concessão de direitos de marcas em vista das proibições contidas no artigo 124, incisos XV e XVI da LPI. Não serão abordadas em profundidade questões envolvendo o uso dos sinais, a transferência de direitos ou as proibições decorrentes de violação à ordem pública ou aos bons costumes (inciso III do mesmo artigo). Tampouco será analisada a possibilidade de a pessoa jurídica ser titular de direitos da personalidade, já que o tema não se encontra contemplado nos mencionados incisos e renderia, por si só, uma nova dissertação.

A partir da compilação dos arquivos XML das Revistas de Propriedade Industrial (RPIs) publicadas nesse período, foram extraídos dados relativos a exigências de mérito ou indeferimentos motivados pelos incisos XV ou XVI do artigo 124 da LPI. Procedeu-se, assim, a uma análise detalhada dos argumentos apontados pelas partes e das respostas fornecidas pelo instituto em 755 processos, buscando-se identificar quais as questões controversas ou as lacunas de conhecimento que impactavam verdadeiramente o exame de marcas e que demandavam maior aprofundamento teórico.

No capítulo 2, apresentam-se as condições que fundamentam a tutela dos direitos da personalidade, dando especial atenção às normas que regem a proteção e o aproveitamento dos direitos ao nome e à imagem no Brasil. No capítulo 3, discute-se a natureza jurídica e as funções desempenhadas pelas marcas, buscando-se compreender em que medida o direito existencial subjacente segue convivendo com o novo direito patrimonial e o que a LPI pretende proteger ao exigir o consentimento do titular do nome ou da imagem reproduzida. Por fim, no capítulo 4, são apresentados os desafios identificados no exame de marcas e as possíveis soluções a serem implementadas a partir do ferramental teórico desenvolvido nos capítulos anteriores.

## 2 DIREITOS DA PERSONALIDADE

### 2.1 EVOLUÇÃO HISTÓRICA

Direitos da personalidade são aqueles assegurados pelo ordenamento jurídico em função da própria existência do ser humano, tendo como objetivo fundamental resguardar sua dignidade e sua integridade física, moral ou psíquica.

Importante destacar, nesse contexto, o que se entende por personalidade, uma vez que o termo admite duas acepções jurídicas distintas. Uma primeira acepção relaciona a personalidade à capacidade de toda pessoa ser titular de direitos e deveres na ordem civil, tal qual previsto no art. 1º do Código Civil brasileiro. Não é esse, porém, o conceito que o presente trabalho pretende explorar.

Ao abordarmos os direitos da personalidade, estaremos tomando a personalidade como o “[...] conjunto de atributos humanos ínsitos e indispensáveis [...]” (Brandelli, 2012, p. 47), atributos esses que individualizam a pessoa e que são essenciais ao seu pleno desenvolvimento. São exemplos de atributos que compõem a personalidade humana o corpo, o intelecto, a honra, a imagem e a identidade pessoal – âmbito no qual se insere o direito ao nome.

Os direitos que visam proteger e promover esses atributos humanos, enquanto expressões parciais da própria personalidade, são chamados de direitos da personalidade.

Consideram-se como direitos da personalidade os direitos reconhecidos à pessoa humana tomada em si mesma e em suas projeções na sociedade, previstos no ordenamento jurídico exatamente para a defesa de valores inatos ao homem, como a vida, a higidez física, a intimidade, a honra, a intelectualidade e outros tantos. (Bittar, 1999, p. 1).

A terminologia adotada por Bittar (1999), especialmente no que tange ao reconhecimento de direitos inatos da personalidade pelo ordenamento jurídico, reflete a concepção jusnaturalista adotada pelo autor e por grande parte da doutrina brasileira. Segundo essa corrente doutrinária, os direitos da personalidade teriam sua fonte na própria natureza humana. Eles precederiam e independeriam de qualquer previsão legislativa, uma vez que o fundamento de sua proteção não seria propriamente a lei, mas a “[...] natureza das coisas, noutras palavras, o Direito Natural [...]” (França, 2011, p.

656). Assim, ao positivizar esses direitos por meio de textos legais ou constitucionais, o ordenamento jurídico nacional não os estaria criando, mas simplesmente reconhecendo sua pré-existência e viabilizando um sistema para sua proteção.

Cantali (2009) explica que o Direito Natural condiciona a validade das normas jurídicas a uma determinada concepção de justiça. As normas não retirariam sua validade do próprio ordenamento que as criou, mas de um referencial de justiça a ele pré-existente, como a razão (Antiguidade), a vontade divina (Idade Média) ou a natureza humana (Idade Moderna). Assim, para a chamada Escola do Direito Natural, surgida no século XVII, as leis de um país só teriam validade se respeitassem os direitos essenciais inatos aos homens.

Opondo-se à concepção jusnaturalista, Cupis (2008) sustenta que os direitos considerados essenciais pela sociedade mudam conforme mude a importância conferida ao indivíduo em cada sociedade, visto que as ideias dominantes em determinado período histórico exercem forte influência sobre o ordenamento jurídico. Assim, apenas aqueles direitos compreendidos e positivados em lei como verdadeiramente imprescindíveis à personalidade humana seriam merecedores de proteção pelo ordenamento.

Tepedino (2004) admite que a ideia de direitos inatos ao homem em razão de sua natureza se justifica historicamente, tendo em vista que descende das declarações de direitos humanos, as quais visavam assegurar direitos mínimos contra a interferência estatal. Não faria sentido que esses mesmos direitos dependessem da vontade legislativa dos Estados contra os quais se erigiam. No entanto, lembra que inúmeros abusos já foram cometidos pelos Estados em nome de valores supra legislativos e que, nesse sentido, o positivismo poderia servir de proteção às garantias sociais e individuais já estabelecidas em um estado social de direito.

Compartilhando desse entendimento, Brandelli (2012) acrescenta que a escolha dos valores de uma sociedade democrática seria estabelecida por seu ordenamento jurídico e não por um direito natural que lhe seja pré-existente. No entanto, como o ordenamento seria dotado de uma pretensão de correção, não haveria possibilidade de escolha de valores que levassem a grave injustiça.

Zanini e Queiroz (2021b) apontam que a dicotomia entre as correntes naturalista e positivista se encontra hoje superada pelo chamado fundamento histórico. Segundo esses autores, o que se entende por direitos humanos varia de acordo com o tempo e com a sociedade em análise, não decorrendo de modo predeterminado da natureza das coisas. Eles seriam frutos de construção e conquistas humanas, tal qual já defendiam os



positivistas. No entanto, não poderiam ser cristalizados pelo ordenamento jurídico, tendo em vista que se encontram em constante evolução. São conceitos que se alteram e evoluem à medida em que a sociedade passa por sucessivas mudanças políticas, sociais e culturais.

A importância do contexto histórico é ressaltada ainda por Tepedino (2004) e por Cantali (2009), ao esclarecerem que conceitos e valores hoje atribuídos a determinados direitos considerados fundamentais, como a própria dignidade humana, já variaram substancialmente ao longo do tempo em razão da conjuntura social apresentada.

A rigor, poder-se-ia mesmo dizer que, fora de um determinado contexto histórico, não existe possibilidade de se estabelecer um bem jurídico superior, já que a sua própria compreensão depende de condicionantes multifacetados e complexos atinentes aos valores sociais historicamente consagrados. (Tepedino, 2004, p. 41).

A pessoa humana é hoje entendida como o valor máximo do ordenamento jurídico brasileiro (Tepedino, 2004). No entanto, a proteção conferida aos indivíduos e aos direitos da personalidade variou significativamente ao longo da História (Doneda, 2005).

Cantali (2009) menciona que o direito romano já previa mecanismo para inibir ataques físicos ou morais à pessoa: a chamada *actio injuriarum*. No entanto, a tutela dos direitos da personalidade era então concebida em moldes bastante distintos dos atuais, uma vez que consistia em manifestações isoladas, cuja disponibilidade dependia do status atribuído a cada indivíduo.

Contribuições mais diretas à teoria dos direitos da personalidade são enxergadas por Doneda (2005) no advento do Cristianismo (que destacou a importância do homem enquanto ser dotado de dignidade) e nas declarações de direitos da segunda metade do século XVIII (que visaram proteger o indivíduo frente aos abusos cometidos pelo Estado).

O art. 2º da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão (DDHC), aprovada pela Assembleia Nacional Constituinte da França em 1789, previa serem direitos naturais e imprescritíveis do homem “[...]a liberdade, a propriedade, a segurança e a resistência à opressão [...]”<sup>1</sup>. Em tom semelhante, embora recorrendo à origem divina desses direitos, a Declaração de Independência dos Estados Unidos da América, de 1787, afirmava serem “[...] verdades como evidentes por si mesmas, que todos os homens são criados iguais,

---

<sup>1</sup>Tradução disponível em: <https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/414/2018/10/1789.pdf> Acessado em 18/11/2023

dotados pelo Criador de certos direitos inalienáveis, que entre estes estão a vida, a liberdade e a procura da felicidade [...]”<sup>2</sup>.

Esses primeiros documentos visavam impor limites à atuação do Poder Público frente aos interesses individuais. Reconhecia-se a existência de direitos e liberdades que nasceriam com o próprio indivíduo e a ele pertenceriam, sem necessidade de efetiva atuação legislativa.

A crença de que o homem possui direitos naturais, vale dizer, um espaço de integridade e de liberdade a ser preservado e respeitado pelo próprio Estado, foi o combustível das revoluções liberais e fundamento das doutrinas políticas de cunho individualista que enfrentaram a monarquia absoluta. (Barroso, 2004, p. 319-320).

As liberdades individuais asseguradas pelo moderno Estado de Direito rompiam com o sistema anterior ao criar mecanismos jurídicos de freio às interferências abusivas do Estado em aspectos considerados essenciais à vida privada dos cidadãos. No dizer de Ascensão (2006, p. 148), os direitos fundamentais então estabelecidos “[...] tomam uma feição de direitos contra o Estado [...]”, sendo “[...] essencialmente defensivos [...]”.

Pinheiro (2006) explica que as constituições liberais dos séculos XVIII e XIX passaram assim a garantir as chamadas liberdades públicas (ou direitos fundamentais de primeira dimensão), como os direitos à propriedade privada, à privacidade e à liberdade de pensamento. Essas garantias foram estabelecidas apenas em âmbito público, já que tinham por objetivo impor uma obrigação negativa ao Estado, regulando a relação desigual estabelecida com seus cidadãos. Na relação entre os indivíduos, adotou-se a concepção de igualdade formal perante a lei, assegurando a todos os mesmos direitos e a mesma autonomia para agir e contratar (Cantali, 2009).

Estabelecia-se assim a dicotomia de tratamento entre o Direito Público e o Direito Privado. As Constituições se limitavam a regular os poderes políticos do Estado. Já as relações entre particulares eram normatizadas através dos códigos civis, tendo como valor central os direitos patrimoniais (Cantali, 2009).

Os códigos debruçavam-se sobre as relações privadas de maneira minuciosa, deixando a menor margem possível a interpretações. Barroso (2004) ensina que a técnica de codificação buscava maior clareza, unidade e simplificação do sistema jurídico, trazendo consigo a percepção de equivalência entre direito e lei, própria do positivismo dominante no século XIX.

---

<sup>2</sup>Tradução disponível em: [https://www.arqnet.pt/portal/teoria/declaracao\\_vport.html](https://www.arqnet.pt/portal/teoria/declaracao_vport.html) Acessado em 18/11/2023

A proteção conferida à pessoa ficava assim dividida entre aquela prevista pelo Direito Público para sua defesa em relação ao Estado e aquela regulada pelo Direito Privado no tocante às relações interpessoais. Não havia uma unidade valorativa que permeasse todo o sistema jurídico (Doneda, 2005).

A lógica do individualismo e da igualdade formal estabelecida entre os indivíduos – que nasceriam livres e iguais em direitos, tal como dispunha o artigo 1º da DDHC – não parecia admitir argumentos baseados na proteção da pessoa humana frente às demais. As relações privadas se estruturavam em torno de uma visão jurídica essencialmente patrimonial, em que predominava a autonomia da vontade. Na síntese de Brandelli:

As pessoas, nessa ótica, eram apenas sujeitos de direito, ou seja, eram agentes que poderiam ser titulares dos direitos centrais do ordenamento, e que poderiam dispor de tais direitos através da manifestação absoluta de suas vontades. (Brandelli, 2012, p. 51).

Schreiber (2011) aponta que a interferência do Estado nas relações entre particulares era entendida como um entrave ao desenvolvimento econômico. No entanto, a aplicação irrefletida da igualdade formal mostrou-se insuficiente para atender às demandas da sociedade. “Qualquer renúncia do homem a seus direitos mais essenciais era vista como legítima porque fundada na ‘livre manifestação da vontade’ do renunciante” (Schreiber, 2011, p. 4).

Pinheiro (2006) narra, assim, o surgimento das chamadas constituições sociais, das quais são pioneiras a Constituição mexicana de 1917 e a alemã de 1919 – conhecida como Constituição de Weimar. Além de tratar de direitos e garantias individuais, essas cartas passaram também a dispor de maneira sistematizada sobre direitos fundamentais de natureza social, como educação, moradia e condições dignas de trabalho. Doneda (2005) acrescenta que a Constituição de Weimar teve ainda como importante contribuição tratar, em sede constitucional, de institutos típicos do direito civil, como família, propriedade e contrato, diminuindo o grau de separação entre Direito Público e Privado.

As grandes guerras mundiais da primeira metade do século XX tornaram ainda mais evidente a insuficiência do positivismo jurídico e a necessidade de proteger a pessoa frente às ameaças vindas do Estado ou de outros indivíduos (Ascensão, 2006). Era preciso assegurar um núcleo mínimo de proteção fundada na dignidade humana.

Houve uma mudança de perspectiva tanto em relação ao papel do Estado nas relações interpessoais, como em relação ao papel do ser humano no ordenamento jurídico. Reconheceu-se a desigualdade fática de oportunidades e a ineficiência da suposta

igualdade formal juridicamente estabelecida, sendo o Poder Público incitado a promover efetivas condições para que os indivíduos pudessem ter acesso ao que lhes era garantido (Brandelli, 2012).

Ao mesmo tempo, a pessoa deixou de ser vista apenas como sujeito de direito – ou seja, como uma “[...] entidade abstrata, alheia ao meio social [...]” (Canteli, 2006, p. 38) – para se tornar o fundamento de todo o ordenamento jurídico e de toda a estrutura política criada para lhe servir (Ascensão, 2006). Ascensão (2006) aponta como evidência dessa mudança valorativa a primeira frase da Constituição alemã de 1919, que declara ser a dignidade humana inviolável.

Por fim, Barroso (2004, p. 326) pontua ter havido uma “[...] reaproximação entre ética e direito [...]”, de modo que os valores de determinada sociedade passaram a ser incorporados a seu ordenamento jurídico por meio de princípios implícita ou explicitamente contemplados na constituição e dotados de força normativa. A Constituição teria assim assumido a posição de eixo de referência para os sistemas legislativos setoriais, conferindo-lhes unidade valorativa centrada na dignidade humana e nos direitos fundamentais (Cantali, 2009).

## 2.2 DIREITOS HUMANOS, DIREITOS FUNDAMENTAIS E DIREITOS DA PERSONALIDADE

Direitos humanos, direitos fundamentais e direitos da personalidade compartilham da mesma origem histórica. São frutos da crescente proteção conferida à pessoa. Bittar (1999), Schreiber (2011) e Morato (2012) explicam tratar-se de direitos que visam proteger essencialmente o mesmo objeto (a dignidade humana), variando apenas o plano em que se manifestam.

Os direitos humanos correspondem a expressão tradicionalmente adotada no âmbito de declarações e tratados internacionais, visando assegurar garantias mínimas comuns a todos os seres humanos. Zanini e Queiroz (2021b) apontam que seus dispositivos nem sempre são acompanhados de medidas eficazes de implementação dos direitos enunciados e frequentemente restringem o acesso às pessoas jurídicas de direito público ou demandam prévio esgotamento das instâncias nacionais. Na síntese de Morato

(2012, p. 132), “[...] os Direitos humanos fariam parte do Direito Internacional Público, no qual os Estados – entre si – exigiriam o respeito aos direitos da pessoa humana”.

Quando um Estado incorpora um direito essencial ao ser humano em sua carta constitucional, garantindo meios de proteção contra eventuais abusos que possam ser cometidos pelo Poder Público, estamos diante do reconhecimento de um direito fundamental, também denominado por alguns autores como liberdades públicas (Bittar, 1999). Um exemplo seria o direito à liberdade de expressão, previsto no artigo 5º, inciso IV da Constituição Federal brasileira de 1988.

Os direitos da personalidade também encontram respaldo no ordenamento jurídico de cada Estado e visam proteger os atributos ou características essenciais à personalidade humana. Tepedino (2004) explica que, quando a pessoa humana começou a ser também protegida no âmbito das relações interpessoais, foram estabelecidos direitos subjetivos privados para tutelar bens da personalidade que já eram protegidos em relação aos arbítrios do Estado.

Assim, no entendimento de Bittar (1999, p. 3), direitos da personalidade e direitos fundamentais “[...] são, pois, os mesmos direitos, mas examinados em planos distintos: de uma pessoa em relação a outras, e frente ao Estado”. O autor observa, no entanto, que o conjunto de direitos fundamentais pode ser mais amplo, pois nem todos os direitos que visam proteger o indivíduo frente ao Estado se referem aos atributos essenciais da personalidade humana. A esses podem se somar direitos de cunho econômico, político ou social.

Quanto à correlação inversa, Schreiber (2011) lembra que a maioria dos direitos da personalidade previstos no Código Civil também encontra previsão no rol de direitos fundamentais do artigo 5º da Constituição. E os que não estão expressamente ali contemplados derivam diretamente da dignidade da pessoa humana, protegida pelo artigo 1º, inciso III da Constituição. Assim, conclui o autor que todos os direitos da personalidade são também direitos fundamentais.

Opondo-se a esse entendimento, Zanini e Queiroz (2021b) sustentam que a preocupação principal de cada norma é distinta. Direitos fundamentais teriam em mente sobretudo a posição do indivíduo frente ao Estado, ao passo que os direitos da personalidade se preocupariam com a dignidade de cada indivíduo, independentemente da estrutura política que os cerca. Apenas os direitos da personalidade considerados mais importantes pelo ordenamento teriam sido recepcionados pela Constituição como direitos

fundamentais. E mesmo nesses casos, cada norma desempenharia uma função distinta a depender do plano – público ou privado – em que o bem da personalidade seria tutelado.

A consequência prática dessa discussão está em identificar o regime jurídico aplicável à tutela da personalidade, especialmente no âmbito das relações privadas. Tomando o Código Civil como a fonte principal para defesa e reparação dos direitos da personalidade, Zanini e Queiroz (2021b) defendem que os direitos fundamentais não devem ter aplicação imediata nas relações entre particulares. Segundo os autores, as normas de direitos fundamentais teriam conteúdo mais abstrato e demandariam prévia interpretação pelo legislador infraconstitucional, sob pena de restringir-se inadequadamente a autonomia privada ou de banalizar-se a aplicação dos direitos fundamentais.

Por outro lado, Cantali (2009) lembra que a Constituição não se dirige apenas a ditar regras de organização política, mas a atuar como verdadeiro centro unificador do sistema, colocando a pessoa humana como valor fundante de todo o ordenamento jurídico. Suas normas teriam, portanto, eficácia direta para a proteção e promoção da dignidade humana em todas as esferas, inclusive nas relações interpessoais.

A autora acrescenta que a eficácia direta e imediata dos direitos fundamentais não leva à supressão radical da autonomia da vontade em razão da necessária ponderação de interesses para a solução de casos concretos. Sempre que diferentes direitos fundamentais estejam em conflito, deverá ser realizada uma ponderação com base no princípio da proporcionalidade, de modo a se chegar a uma solução constitucionalmente adequada e que preserve ao menos o núcleo essencial de cada direito contraposto.

## 2.3 TUTELA JURÍDICA DOS DIREITOS DA PERSONALIDADE

A teoria dos direitos da personalidade é fruto de construção jurídica recente. Embora sua origem esteja estreitamente relacionada com os direitos fundamentais erigidos para proteção do indivíduo frente ao Estado, foi a partir do século XX, com a consagração da dignidade humana como valor fundante de todo o ordenamento jurídico, que os direitos da personalidade assumiram papel de maior relevância na estruturação do sistema (Cantali, 2009).

Tepedino (2004) observa que a incorporação desses direitos ao ordenamento encontrou certa resistência por parte da doutrina civilista, uma vez que a existência dos direitos da personalidade enquanto direitos subjetivos autônomos não parecia se encaixar perfeitamente no modelo já adotado para os direitos de natureza patrimonial. Apontava-se que a categoria de direitos subjetivos se destinava à tutela de bens patrimoniais exteriores ao próprio sujeito, e que o indivíduo não poderia ocupar ao mesmo tempo a posição de sujeito e de objeto do direito a ser protegido.

O autor explica que o questionamento partia de uma premissa equivocada acerca do conceito de personalidade. Embora o termo possa ser utilizado como sinônimo de capacidade jurídica para ser titular de direitos e obrigações (estando, portanto, relacionado ao conceito de sujeito da relação jurídica), a personalidade se refere também ao conjunto de qualidades e atributos próprios do ser humano, e é nessa última acepção que pode ser compreendida como um valor a ser protegido.

Ademais, Cantali (2009) observa que a crescente valorização dos direitos existenciais ao longo do século XX demandou uma revisão da categoria dos direitos subjetivos e do próprio conceito de bem jurídico tutelado, que passou a abarcar qualquer bem vinculado à esfera jurídica do sujeito, ainda que sem valor exclusivamente patrimonial.

Como informa Schreiber (2020, p. 88), a definição mais aceita de direito subjetivo na atualidade é a de “[...] poder reconhecido pelo ordenamento a um sujeito para a realização de um interesse próprio [...]”, devendo esse poder, entretanto, ser balizado pelos valores constitucionais e por outros interesses juridicamente tutelados.

Superada a discussão inicial sobre a existência teórica dos direitos da personalidade, observou-se a tipificação de direitos da personalidade em diversos ordenamentos jurídicos, sendo o Código Civil italiano de 1942 o primeiro a tratar de maneira sistemática dessa matéria (Cantali, 2009). Se a tipificação serviu como argumento pragmático para enfraquecer as teorias negativistas sobre o direito da personalidade, ela também reforçou as discussões doutrinárias acerca da melhor técnica para incorporação desses direitos (Doneda, 2005).

Segundo a concepção pluralista, haveria diversos direitos da personalidade, que deveriam ser tutelados separadamente pelo legislador, de acordo com o bem da personalidade a ser protegido. Essa técnica seguia o modelo já adotado para a tutela de direitos patrimoniais e foi naturalmente incorporada pelo mencionado Código Civil

italiano de 1942, que previu de forma fragmentada a tutela do nome, do corpo e da imagem das pessoas (Cantali, 2009).

Justificando a adoção dessa corrente, Cupis (2008, p. 30) argumenta que a individualização do bem jurídico a ser tutelado pressupõe a individualização da necessidade em questão, não podendo compreender simultaneamente “[...] os vários modos de ser, físicos e morais, da pessoa [...]”.

Muitos autores passaram então a propor classificações com o intuito de sistematizar os direitos da personalidade. França (1983) sugere que, em sentido estrito, haveria um único direito geral da pessoa sobre si mesma, mas que, em sentido lato, os direitos privados da personalidade poderiam ser classificados como direitos à integridade física, à integridade intelectual ou à integridade moral, a depender do aspecto da personalidade a que se referem. De modo semelhante, Bittar (1999) divide os direitos da personalidade entre direitos físicos (atinentes à estrutura material da pessoa), direitos psíquicos (referentes a elementos intrínsecos à pessoa) e direitos morais (atributos valorativos da pessoa em sociedade).

Dentre as críticas oferecidas à concepção pluralista destaca-se a insuficiência da proteção fracionada diante da complexidade da personalidade humana e da constante evolução social e tecnológica, que diversifica as maneiras através das quais a personalidade pode vir a ser ameaçada (Zanini; Queiroz, 2021a). Seria preciso estabelecer uma regra geral que compreenda a dignidade humana como um valor unitário e que a proteja em todos os seus aspectos.

Zanini e Queiroz (2021a) ensinam que o direito geral da personalidade foi primeiramente reconhecido pela jurisprudência do Tribunal de Justiça Federal da Alemanha, na década de 1950. Houve então uma mudança doutrinária no país, que passou a aceitar a dignidade do homem e o direito ao livre desenvolvimento da personalidade como direitos-fonte do qual todos os demais decorreriam.

Essa concepção se estendeu para além do Direito germânico, sendo apontado por Cantali (2009) como uma tendência mundial. No ordenamento jurídico português, o artigo 70 do Código Civil assim prevê, expressamente:

**(Tutela geral da personalidade)**

1. A lei protege os indivíduos contra qualquer ofensa ilícita ou ameaça de ofensa à sua personalidade física ou moral.
2. Independentemente da responsabilidade civil a que haja lugar, a pessoa ameaçada ou ofendida pode requerer as providências adequadas



às circunstâncias do caso, com o fim de evitar a consumação da ameaça ou atenuar os efeitos da ofensa já cometida. (Portugal, 1966).

Também no Brasil, grande parte da doutrina passou a compreender que os direitos da personalidade deveriam ser tutelados de maneira ampla, sendo necessariamente incompleta a tarefa de positivizar todos os possíveis aspectos da dignidade humana merecedores de proteção. Nas palavras de Cantali (2009, p. 80):

[...] somente uma cláusula geral de promoção e proteção permitirá o desenvolvimento de uma atuante e dinâmica jurisprudência que abarque as infinitas modalidades de lesão à personalidade, tutelando também a sua livre realização e desenvolvimento, adequando-se à sua complexidade.

Essa compreensão não impede, contudo, a positivação detalhada de certos direitos subjetivos que o legislador considere mais prementes. A regra geral garantiria a proteção a todos os aspectos da personalidade humana. Já a tipificação expressa de certas situações jurídicas atuaria de maneira complementar, favorecendo a criação de mecanismos mais rápidos e objetivos para lidar com eventuais violações aos atributos mencionados (Zanini; Queiroz, 2021a).

Schreiber (2011) ressalta que, ao explicitar o conteúdo dos direitos da personalidade diante de situações concretas, o legislador não estaria reduzindo o escopo desses direitos a um rol taxativo, mas deixando claro suas potencialidades práticas. Segundo o autor, essas normas exerceriam importantes funções no ordenamento jurídico, como prever instrumentos específicos para reparação e facilitar a formulação de parâmetros em caso de colisão com outros direitos.

A tipificação por meio de direitos subjetivos privados pode conferir maior objetividade na proteção de certos aspectos da personalidade. Sob essa perspectiva, Cantali (2009, p. 70) define os direitos da personalidade como “[...] direitos subjetivos que têm por objeto os bens e valores essenciais da pessoa, no seu aspecto físico, moral e intelectual [...]”.

No entanto, sendo a pessoa humana o valor máximo do ordenamento, sua tutela deve ser a mais ampla possível, não se restringindo a situações-tipo que cuidem de prevenir ou de ressarcir possíveis danos. De acordo com Tepedino (2004), para promover de maneira efetiva o livre desenvolvimento da personalidade humana, é preciso que o ordenamento iniba qualquer ato patrimonial ou extrapatrimonial que deixe de atender à realização da personalidade.

A tutela da pessoa humana, além de superar a perspectiva setorial (direito-público e direito privado), não se satisfaz com as técnicas ressarcitória e repressiva (binômio lesão-sanção), exigindo ao reverso, instrumentos de promoção do homem, considerado em qualquer situação jurídica de que participe, contratual ou extracontratual, de direito público ou de direito privado (Tepedino, 2004, p. 49).

## 2.4 O ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO

Os direitos da personalidade encontram previsão normativa em diferentes fontes do ordenamento jurídico brasileiro, mas é na Constituição Federal que se situa sua sede principal (Doneda, 2005).

Cantali (2009) explica que os códigos civis liberais focavam essencialmente nas relações patrimoniais estabelecidas entre particulares. O Código Civil brasileiro de 1916 previa poucos casos de proteção à personalidade humana e os tratava exclusivamente sob a ótica da reparação pecuniária do dano, a exemplo da hipótese de indenização por lesão corporal. Diante da lacuna normativa deixada pelo Direito Privado e do compromisso político assumido com a proteção da dignidade humana, a Constituição Federal de 1988 teria se ocupado diretamente da proteção da personalidade.

Logo no título I, dedicado aos princípios fundamentais, o constituinte elege a dignidade da pessoa humana como um valor fundamental da República (art. 1º, inciso III), colocando o ser humano como centro referencial de todo o ordenamento jurídico. Grande parte da doutrina brasileira, a exemplo de Tepedino (2004), Cantali (2009), Schreiber (2011) Zanini e Queiroz (2021a), enxerga nesse princípio a consagração implícita da tutela geral da personalidade. Ao alçar a dignidade humana ao valor máximo do ordenamento, a Constituição demanda que os direitos da personalidade sejam protegidos e promovidos de maneira integral, independentemente de haver tutela específica que abrigue cada uma de suas manifestações parciais.

De maneira complementar, o artigo 5º da Constituição Federal traz uma lista com 79 direitos e garantias fundamentais, muitos dos quais se relacionam aos atributos essenciais da personalidade humana. E deixa claro, por meio de seu parágrafo 2º, que não se trata de uma lista fechada, visto que outros direitos poderão ser reconhecidos pelo ordenamento.

Art. 5º § 2º Os direitos e garantias expressos nesta Constituição não excluem outros decorrentes do regime e dos princípios por ela adotados, ou dos tratados internacionais em que a República Federativa do Brasil seja parte (Brasil, 1988).

Schreiber (2011) explica que, a partir da década de 1990, a doutrina e a jurisprudência (especialmente a do Superior Tribunal de Justiça) começaram a apontar para a necessidade de releitura do Direito Civil à luz dos valores existenciais promulgados pela Constituição Federal. No entanto, o Código Civil de 2002 teria se pautado em projeto legislativo elaborado na década de 70 e, portanto, anterior às discussões trazidas pela Constituição.

Apesar de dedicar todo um capítulo aos direitos da personalidade, o Código tratou a matéria de maneira fragmentada, sob forte influência das teorias tipificadoras prevalentes na época de seu anteprojeto (Doneda, 2005). Previu assim, entre os artigos 11 e 21, a proteção a alguns aspectos da personalidade humana, como integridade física, privacidade, honra, nome e imagem.

Trataremos desses dois últimos aspectos em seção específica, visto que são os de maior interesse para o escopo do presente trabalho. Quanto aos demais, basta informar que foram apresentados de maneira pouco flexível a ponderações, trazendo soluções únicas e que desconsideravam a complexidade do tema (Schreiber, 2011). A título exemplificativo, observamos que o artigo 13 veda qualquer ato de disposição do próprio corpo que importe em diminuição permanente da integridade física. A única ressalva prevista em lei é a da exigência médica, o que poderia levar a interpretações literais que desconsiderem fatores culturais ou a própria concepção individual de livre desenvolvimento da personalidade humana.

Analisando o projeto de lei que viria a ser convertido no novo Código Civil brasileiro, Ascensão (1997) observa que esse seguia a linha do Código Civil italiano, regulando aspectos especiais do direito da personalidade que o legislador entendia necessitar de detalhamento maior do que o já fornecido pela Constituição. O projeto trazia ainda normas sobre o regime aplicável aos direitos da personalidade. Trata-se dos atuais artigos 11, 12 e 21 do Código Civil.

O artigo 11 classifica os direitos da personalidade como intransmissíveis e irrenunciáveis. As características atribuídas a esses direitos serão analisadas com mais profundidade na próxima seção, visto que mantêm relação direta com a questão da limitação do exercício dos direitos da personalidade.

O artigo 12 prevê a possibilidade de o titular agir preventivamente para inibir ameaça de lesão a direito da personalidade, bem como de fazer cessar a lesão já existente e de ser ressarcido pelos danos sofridos. Cantali (2009) explica que esse é o artigo mais celebrado pela doutrina, uma vez que consagra tanto a tutela inibitória, como a ressarcitória e ainda abre a possibilidade para aplicação de “[...] outras sanções previstas em lei [...]” (Brasil, 2002). Na visão da autora, “[...] essa norma foi concebida para ser a cláusula geral de proteção e promoção dos direitos de personalidade do Código Civil e assim é reconhecida pela doutrina civilística [...]” (Cantali, 2009, p. 95).

Esse intuito, contudo, não se encontra expresso na norma, o que leva a interpretações divergentes. Morato (2012) enxerga nos dispositivos do Código Civil apenas uma enumeração não exaustiva dos direitos da personalidade, mas assegura que a busca por uma norma infraconstitucional que consagre a tutela geral da personalidade não seria necessária, visto que o artigo 1º, inciso III da Constituição já prevê o indispensável reconhecimento da dignidade da pessoa humana.

Na visão de Tepedino (2004), tanto o artigo 12, como o 21, que permite ao juiz “[...] adotar as providências necessárias para impedir ou fazer cessar ato contrário a esta norma [...]” (Brasil, 2002), não trariam grandes novidades ao ordenamento, caso lidos de maneira isolada. Na visão do autor, essas normas devem ser interpretadas como especificações analíticas da cláusula geral de tutela da personalidade humana, prevista no artigo 1º, inciso III da Constituição, de modo a assegurar a proteção e a promoção desses direitos mesmo fora do rol expressamente contemplado pelo Código Civil.

Constata-se, assim, que os dispositivos do Código Civil não esgotam a proteção conferida pelo ordenamento jurídico aos direitos da personalidade, mas apenas pontuam de maneira mais objetiva a tutela conferida a certos aspectos da personalidade diante de situações concretas. Como ensinam Zanini e Queiroz (2021a), ao lado da tutela geral da personalidade, já garantida pelo princípio da dignidade humana, o ordenamento jurídico brasileiro também apresenta, de maneira complementar, direitos especiais da personalidade, previstos tanto na Constituição, como no Código Civil e em legislações esparsas.

Nesse sentido se apresenta o Enunciado nº 74, aprovado em 2006, na IV Jornada de Direito Civil do Conselho da Justiça Federal<sup>3</sup>:

---

<sup>3</sup>“O Conselho da Justiça Federal, por meio do seu Centro de Estudos Judiciários – CEJ, dentre os serviços que presta ao aperfeiçoamento da Justiça Federal, tem promovido as Jornadas de Direito Civil, desde 2002. O objetivo é reunir magistrados, professores, representantes das diversas carreiras jurídicas e estudiosos do Direito Civil para o debate, em mesa redonda, de temas sugeridos pelo Código Civil de 2002 e aprovar enunciados que representem o pensamento da

Os direitos da personalidade, regulados de maneira não-exaustiva pelo Código Civil, são expressões da cláusula geral de tutela da pessoa humana, contida no art. 1º, inc. III, da Constituição (princípio da dignidade da pessoa humana). Em caso de colisão entre eles, como nenhum pode sobrelevar os demais, deve-se aplicar a técnica da ponderação.

De acordo com Tepedino (2004), os valores expressos nos princípios fundamentais permeiam todo o sistema jurídico e impõem função específica aos demais direitos constitucionais. Assim, qualquer norma jurídica – de direito público ou privado – deve ser interpretada a partir de uma visão unitária do direito, orientando-se pelo princípio fundamental de respeito à dignidade humana e à plena realização da personalidade.

Morato (2012) pondera, no entanto, que a dignidade humana não deve ser invocada fora de contexto para justificar questões que nada tem a ver com a promoção da personalidade humana, sob pena de banalização desses direitos. No mesmo sentido, Ascensão (1997) alerta para o que denomina de “empolamento” dos direitos da personalidade e dos direitos fundamentais, estendendo-se indevidamente essa proteção a direitos que não remetem verdadeiramente à personalidade humana e que, ao conflitarem com direitos preexistentes e “[...] verdadeiramente fundamentais [...]”, acabariam por limitá-los.

## 2.5. LIMITAÇÃO AO EXERCÍCIO DOS DIREITOS DA PERSONALIDADE

Os direitos da personalidade têm por objeto os bens mais elevados da pessoa (Bittar, 1999) e se mostram intrinsecamente vinculados à figura de seu titular (Cantali, 2009). Por essas razões, a doutrina costuma atribuir-lhes características peculiares, que os diferenciam dos demais. Cupis (2008, p. 51) chega mesmo a sustentar que os direitos da personalidade estariam “[...] submetidos a uma disciplina civilística que lhes assegure a proeminência relativamente a todos os outros direitos da pessoa a que respeitem [...]”.

---

maioria dos integrantes de cada uma das diversas comissões (Parte Geral, Direito das Obrigações, Direito das Coisas, Direito de Empresa, Responsabilidade Civil e Direito de Família e Sucessões)”. AGUIAR, Ruy Rosado de. Jornadas de direito civil I, III, IV e V: enunciados aprovados. Brasília: Conselho da Justiça Federal, Centro de Estudos Judiciários, 2012, p. 9.

Entendidos como direitos subjetivos privados, os direitos da personalidade são descritos como gerais, absolutos, extrapatrimoniais, imprescritíveis, intransmissíveis e indisponíveis (Tepedino, 2004). Passaremos a tratar de cada uma dessas características, com o objetivo de melhor compreender o regime jurídico atribuído aos direitos da personalidade e em que medida se admite a restrição ao exercício desses direitos.

A generalidade deriva do fato de serem direitos concedidos a todos. Como a titularidade desses direitos não depende de outras condições além da existência do ser humano enquanto tal, eles são também chamados de direitos originários ou inatos – embora Cupis (2008) aponte para a ambiguidade deste último termo, que também é utilizado para veicular a ideia de direitos que independeriam de previsão normativa.

Por outro lado, são direitos absolutos, no sentido de que se opõem a todos, indistintamente. Toda a coletividade tem o dever de arcar com prestações negativas, abstendo-se de causar lesão a direito alheio. Cantali (2009) enxerga ainda prestações positivas, representadas pelo dever geral de solidariedade entre os indivíduos e pelo dever do Estado de promover as condições necessárias para o pleno desenvolvimento da personalidade.

Segundo grande parte da doutrina, são direitos extrapatrimoniais porque não passíveis de mensuração econômica, já que recaem sobre expressões da própria dignidade humana (Cantali, 2009). Isso não impede, contudo, que venham a gerar reflexos econômicos ou que eventuais danos possam demandar indenização pecuniária. Como destaca Schreiber (2011), embora a lesão à personalidade seja quase sempre irreparável sob o ponto de vista da vítima, isso não poderia servir de argumento para deixá-la sem qualquer forma de compensação.

Sob perspectiva diversa, Franceschet (2014) sustenta que não seria possível classificar de maneira abstrata um direito como patrimonial ou extrapatrimonial. Essa classificação dependeria do contexto específico em que a relação jurídica se insere. Caso um bem ou um direito passe a integrar o comércio jurídico de maneira lícita e efetiva, não seria possível negar-lhe uma dimensão patrimonial.

Assim, embora os direitos da personalidade tenham aspecto predominantemente pessoal, visto que sua finalidade é a proteção e a promoção da dignidade humana, o autor defende que certos bens da personalidade – como o direito ao nome e à imagem – comportariam uma segunda dimensão patrimonial, na medida em que admitiriam aproveitamento econômico. Ambas as dimensões seriam frutos do mesmo direito e, portanto, indissociáveis.

Ainda que esse posicionamento não seja dominante na doutrina brasileira, muitos autores, como Bittar (1999), Zanini (2018), Glitz e Toazza (2017), também se valem do critério factual para concluir que o direito de imagem, já amplamente explorado em relações negociais, possui caráter excepcional, uma vez que contempla dimensões pessoais e patrimoniais.

Hodiernamente, entretanto, é muito comum a utilização da imagem, particularmente de pessoas notórias, para os mais diversos fins, incluindo a obtenção de lucros. Isso autoriza a afirmação no sentido de que para além de valores pessoais, o direito à imagem também tutela valores patrimoniais. (Zanini, 2018, p. 1101).

Os direitos da personalidade são ainda considerados imprescritíveis. Tepedino (2004) explica que a lesão a esses direitos seria incapaz de convalescer com o tempo, o que justificaria considerar-se a pretensão daí advinda imprescritível. Embora o Código Civil preveja que a pretensão para reparação civil prescreve em três anos (art. 206, §3º, inciso V), Cantali (2009, p. 134) esclarece que esse prazo só se aplica às pretensões de natureza patrimonial, “[...] o que exclui os direitos extrapatrimoniais da personalidade de seus efeitos [...]”. A imprescritibilidade atinge, assim, a pretensão reparadora dos direitos da personalidade, mas vai além. O próprio direito é considerado imprescritível na medida em que não deixa de existir pelo seu não uso.

A intransmissibilidade, por sua vez, está vinculada ao caráter personalíssimo e à consequente extinção dos direitos da personalidade com a morte do titular, não sendo os direitos transmissíveis aos herdeiros, visto que mantêm um vínculo de natureza orgânica com a pessoa de seu titular (Cupis, 2008). Tepedino (2004) ressalta que se trata de característica controversa na doutrina, em razão da continuidade da tutela de certos interesses mesmo após a morte.

Apesar de a intransmissibilidade ser uma das poucas características expressamente previstas no artigo 11 do Código Civil, o artigo seguinte desta mesma lei atribui legitimidade aos herdeiros para exigir reparação ou compensação por danos causados à personalidade da pessoa falecida.

Art. 12. Pode-se exigir que cesse a ameaça, ou a lesão, a direito da personalidade, e reclamar perdas e danos, sem prejuízo de outras sanções previstas em lei.

Parágrafo único. Em se tratando de morto, terá legitimação para requerer a medida prevista neste artigo o cônjuge sobrevivente, ou qualquer parente em linha reta, ou colateral até o quarto grau. (Brasil, 2002)

Ascensão (1997) observa que “[...] é ainda a personalidade do falecido que está em causa, embora obviamente os direitos deste tenham cessado [...]”. Os herdeiros teriam apenas legitimidade para agir em defesa dos interesses do titular. Já Bittar (1999), escrevendo antes do advento do Código Civil de 2002, defende que alguns direitos da personalidade, como os direitos ao corpo e à imagem, poderiam ser transmitidos por sucessão, cabendo aos herdeiros, nestes casos, agir por direito próprio.

A complexidade da questão é resumida por Soares e Bastos (2015), ao apontarem que a transmissibilidade de direitos da personalidade por sucessão seria incongruente com a natureza desses direitos, mas que seria injusto admitir que todas as dimensões da personalidade se extinguissem com a morte. Seguindo entendimento semelhante a Ascensão (1997), as autoras sustentam que “[...] resistem à morte os legítimos interesses jurídicos provenientes dos direitos de personalidade da pessoa falecida [...]” (Soares; Bastos, 2015, p. 196).

Assim, em caso de lesão ou de ameaça de lesão a direito da personalidade de pessoa falecida, caberá aos herdeiros indicados no artigo 12, parágrafo único, do Código Civil, agir em defesa dos interesses legítimos do titular. Apenas na medida em que o ato também venha a causar dano a direito próprio da personalidade dos herdeiros é caberá a estes agir em nome próprio (Cantali, 2009). Em nenhuma dessas hipóteses, todavia, haverá transmissão pura e simples de direito da personalidade alheia.

Quanto ao uso de nome ou imagem de terceiros, o Código Civil estipula como regra a necessidade de autorização por parte do titular. Assim, atendo-se à esfera de autodeterminação pessoal e respeitando os negócios jurídicos já concluídos em vida, o titular poderá indicar por testamento as circunstâncias em que permite ou proíbe a reprodução de seus direitos da personalidade após a morte. Soares e Bastos (2015) explicam que, na ausência de disposições testamentárias a respeito, o sistema jurídico brasileiro permitiria a ampla exploração do uso do nome e da imagem de pessoa falecida por parte de seus herdeiros ou legatários.

Parece-nos importante distinguir, como o fez Cantali (2009) a transmissibilidade do direito em si e a de seus reflexos econômicos. Tratando-se de direitos inerentemente ligados à pessoa de seu titular, os direitos da personalidade não seriam transmissíveis por sucessão *causa mortis*. No entanto, isso não excluiria a possibilidade de transmissão de eventual resultado econômico auferido a partir do exercício destes direitos. Ressalva-se, contudo, que a reprodução de direitos da personalidade de pessoa falecida deve ter como



limite interno a própria dignidade do titular, o que inclui o respeito por sua vontade manifestada em vida.

Por fim, os direitos da personalidade são considerados indisponíveis, na medida em que não é facultado a seu titular ceder ou alienar livremente esses direitos – tal como o faria com direitos de natureza exclusivamente patrimonial. Há uma relação inseparável entre a pessoa e os direitos atinentes à conservação e ao livre desenvolvimento de sua personalidade. Desse modo, a titularidade dos direitos não pode ser alterada.

No entanto, em determinadas circunstâncias, admite-se que haja a limitação de seu exercício. O próprio Código Civil relativiza a indisponibilidade ao admitir que a lei preveja hipóteses de limitação voluntária ao exercício dos direitos da personalidade.

Art. 11. Com exceção dos casos previstos em lei, os direitos da personalidade são intransmissíveis e irrenunciáveis, não podendo o seu exercício sofrer limitação voluntária. (Brasil, 2002)

São muitas as críticas a esse dispositivo. Tepedino (2004) e Doneda (2005) ressaltam que as hipóteses legais de restrição devem encontrar justificativa na própria dignidade da pessoa humana, de modo a atender aos valores constitucionais. Já Ascensão (2006), Cantali (2009) e Schreiber (2011) sustentam que houve um certo exagero ao restringir as hipóteses de limitação voluntária aos casos previstos em lei, não podendo o artigo 11 ser compreendido de maneira literal.

O legislador não seria capaz de prever todas as formas através das quais um indivíduo poderia expressar a sua personalidade. Desse modo, Schreiber (2011) sustenta que o fator determinante para a aceitação da limitação voluntária pelo ordenamento não se encontra na expressa permissão legal, mas sim no propósito genuíno de realização da personalidade de seu titular.

De modo complementar, Cantali (2009) sustenta que a plena realização da dignidade humana exige mais do que o dever geral de respeito e abstenção de prejuízo a direito alheio. Pressupõe, dentro de certos limites, uma esfera de autodeterminação pessoal que possibilite a cada indivíduo a tomada de decisões sobre a própria existência. O limite estaria justamente na dignidade humana, que é o núcleo essencial dos direitos da personalidade, não sendo admitida restrição que tenha por objetivo tornar o ser humano um meio ou um instrumento para atender a necessidades alheias.

Perlingieri (2007) acrescenta que a autonomia privada num ordenamento jurídico social não configura um valor em si mesma. A atribuição de valor depende de a vontade manifestada se dirigir a um interesse juridicamente protegido, como a dignidade humana.

Assim, pode-se concluir que a autonomia conferida ao indivíduo para definir a melhor maneira de conduzir a própria existência se fundamenta no princípio da dignidade e deve a ter sempre como parâmetro. A admissibilidade dos atos de restrição dependerá da preponderância da autonomia privada diante da ponderação dos valores apresentados no caso concreto, devendo ainda ter em mente os limites impostos pela ordem pública.

Para uma análise mais objetiva, Schreiber (2011) propõe que sejam considerados fatores como duração, alcance, finalidade e grau de restrição imposto à personalidade, lembrando que a limitação deve sempre envolver um interesse direto e imediato do titular. Bittar (1999) acrescenta que seria nula a cláusula contratual que importasse em cerceamento da liberdade da pessoa ou em sacrifício longo de sua personalidade.

Os requisitos de duração e alcance foram incorporados ao enunciado nº 4 da I Jornada de Direito Civil do Conselho da Justiça Federal, aprovado em 2002: “o exercício dos direitos da personalidade pode sofrer limitação voluntária, desde que não seja permanente nem geral”. Entende-se que uma restrição permanente e geral equivaleria à renúncia à titularidade do próprio direito, o que, a princípio, não seria admitido pela ordem jurídica. Assim, um ator poderia consentir em ter sua imagem divulgada durante a exibição pública de filmes dos quais participou, mas não poderia comprometer-se a jamais impedir a divulgação de sua imagem, em toda e qualquer circunstância, relacionada ou não com suas atividades profissionais.

Cupis (2008) apresenta a irrenunciabilidade como uma das características que derivam da essencialidade dos direitos da personalidade. Sustenta que as normas que atribuem esses direitos teriam caráter de ordem pública, não admitindo revogação. E que se fosse dado ao titular a possibilidade de abrir mão desses direitos por simples ato de vontade, isso acabaria retirando qualquer valor concreto atribuído à personalidade.

Cantali (2009), por outro lado, enxerga que a renúncia – tal como qualquer outra forma de restrição a direito da personalidade – seria admitida se fosse necessária para a plena realização da personalidade de seu titular e preservasse o núcleo mínimo desses direitos, ou seja, a dignidade do indivíduo. Essa avaliação dependeria da ponderação dos valores contrapostos num caso concreto. A autora dá como exemplo os casos de cirurgia de transgenitalização, em que a renúncia permanente pode se legitimar pelo intento de proteger a dignidade da pessoa.

Os direitos da personalidade, como visto, possuem caráter absoluto, opondo-se ao Estado e a todas as demais pessoas físicas ou jurídicas. Eventual limitação negocial a seu exercício só poderá ser legalmente posta em prática por vontade do próprio titular e para a realização de sua dignidade. Daí tomar-se o consentimento como premissa fundamental para qualquer ato de disposição.

Para Bittar (1999), caso o ato esteja vinculado a um negócio jurídico bilateral, a autorização do titular deverá ser dada por escrito em instrumento contratual adequado, que defina de maneira precisa as circunstâncias em que o bem da personalidade será afetado. Na visão do autor, esses requisitos seriam essenciais para resguardar tanto os aspectos inerentes à personalidade humana, como os reflexos patrimoniais advindos de sua exploração econômica.

Perlingieri (2007) acrescenta que o consentimento deverá ainda ser manifestado de maneira pessoal, espontânea e consciente.

Consentimento pessoal é aquele manifestado pelo próprio titular do direito a ser limitado, ou seja, pela única pessoa que pode ter ingerência sobre o modo como deseja conduzir a própria existência e desenvolver a sua personalidade. Cantali (2009) aponta ser esta a razão pela qual não se pode admitir que pais ou responsáveis consentam na limitação de direitos da personalidade de seus filhos menores de idade. O consentimento expresso por terceiro – ainda que legitimado para representar ou assistir o titular em questões puramente patrimoniais – não seria suficiente para legitimar o exercício desses direitos personalíssimos.

Machado (2016) observa, contudo, que ao se aplicar a clássica separação entre capacidade de direito e capacidade de fato às situações existenciais, chegaríamos a uma conclusão possivelmente danosa para os menores de idade. Seus direitos da personalidade não poderiam ser exercidos por ninguém. Os titulares não teriam capacidade de fato para exercê-los e seus responsáveis legais não poderiam se valer dos institutos da representação e da assistência usualmente previstos.

Nesses casos, Perlingieri (2007) pondera que a maioria não poderia ser adotada como parâmetro único e objetivo da capacidade do sujeito para exercer os próprios direitos da personalidade, sugerindo que “[...] o gradual processo de maturação do menor leva a um progressivo cumprimento a programática inseparabilidade entre titularidade e exercício nas situações existenciais” (Perlingieri, 2007, p. 260). Já Sêco (2013) entende que deve ser conferido um cuidado especial aos titulares considerados incapazes pelo

Código Civil, ponderando-se a possibilidade de reversão e de adiamento do ato de disposição a ser praticado.

No caso de pessoa já falecida, vimos que o ordenamento confere legitimidade para que certos herdeiros defendam os legítimos interesses do titular em caso de lesão ou de ameaça de lesão a seus direitos da personalidade. No entanto, quando a situação não envolve defesa a ataques alheios, mas sim restrição voluntária de direitos existenciais (e possível fruição de seus reflexos econômicos), a vontade manifestada em vida pelo titular deverá prevalecer.

[...] ao se admitir que a vontade do sucessor seria preponderante, estar-se-ia possibilitando que aspectos unicamente patrimoniais tenham maior peso nas decisões relacionadas ao uso do nome, imagem e voz da pessoa falecida. (Soares; Bastos, 2015, p. 203).

Não havendo manifestação contrária em testamento, Soares e Bastos (2015) explicam inexistir no ordenamento brasileiro qualquer vedação a que os herdeiros manifestem eles próprios o consentimento. Nesse caso, valem os mesmos limites previstos para a aceitação do consentimento pessoal, devendo-se ter especialmente em conta os princípios de ordem pública e o respeito à dignidade da pessoa falecida.

O consentimento espontâneo e consciente é aquele manifestado voluntariamente por pessoa dotada de autonomia, após ter sido devidamente informada sobre a extensão e as consequências de seu ato (Cantali, 2009). A autora ressalta a importância da informação como elemento legitimador do consentimento, posto que só compreendendo exatamente o objeto e os contornos da obrigação, poderá o titular validamente concordar em restringir o seu direito.

A essencialidade do direito envolvido e a necessidade de consentimento prévio e informado corroboram o entendimento esposado por Bittar (1999) de que a interpretação a ser dada a esses contratos deve ser necessariamente restritiva. Ampliações posteriores ao conteúdo expressamente acordado representariam restrições não consentidas pelo titular e, portanto, inadmissíveis pelo ordenamento.

Cantali (2009) reforça que qualquer limitação não voluntária do exercício de direitos da personalidade viola a dignidade humana. Assim, sustenta que o titular do direito da personalidade poderia revogar o seu consentimento a qualquer tempo e por qualquer razão. A revogação unilateral e discricionária encontraria respaldo no mesmo poder de autodeterminação pessoal que possibilitou o consentimento inicial e seria

decorrência lógica da necessidade de consentimento voluntário para a admissão de qualquer ato de disposição sobre direitos da personalidade.

Por outro lado, a autora lembra que a revogação de um consentimento já dado poderia frustrar as legítimas expectativas da outra parte, sendo o titular então instado a indenizar os prejuízos que tenha causado com sua mudança de comportamento. O fundamento para o dever de indenização se encontraria nos princípios da boa-fé e da probidade nas relações contratuais, contemplados no artigo 422 do Código Civil: “os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé” (Brasil, 2002).

O princípio da boa-fé objetiva pode ser entendido como a exigência de conduta leal entre as partes, servindo de referência à interpretação das avenças e criando novas obrigações a serem respeitadas ao longo de toda a relação contratual, tais como os deveres anexos de cooperação e de respeito às legítimas expectativas da outra parte (Melo, 2021). Assim, a revogação do consentimento que frustre as expectativas de outro contratante poderia ser entendida como um inadimplemento contratual, obrigando o titular a compensar os danos causados, independentemente de ter agido com culpa.

Ascensão (1997; 2006) concorda que a revogabilidade unilateral do contrato seria própria do regime excepcional conferido aos direitos da personalidade. Mas ressalta que esse regime só seria aplicável quando os direitos envolvidos estivessem eticamente fundados na personalidade humana, não se estendendo a todos os direitos de natureza pessoal. “Porque só a densidade ontológica da pessoa humana justifica a autonomização desta categoria e o regime a que fica submetida” (Ascensão, 1997, p. 22).

Para melhor compreender as situações encampadas pelos direitos da personalidade, Ascensão (2006) os divide em três categorias. O núcleo seria composto pelos direitos que compõem a base da personalidade (como o direito à existência e à integridade física) e que, segundo o autor, não admitiriam relativização da tutela por meio de limitação voluntária ao seu exercício.

A orla seria composta por situações que dizem respeito à personalidade humana, mas que não a comprometem na mesma intensidade. Admitem limitação voluntária quando isso não importar em ofensa à ordem pública. Mas, como têm fundamento na personalidade ôntica, também se sujeitam à revogabilidade unilateral do consentimento. O autor sustenta que seriam esses os casos a que se refere o artigo 81 do Código Civil de Portugal:

## Artigo 81

**(Limitação voluntária dos direitos de personalidade)**

1. Toda a limitação voluntária ao exercício dos direitos de personalidade é nula, se for contrária aos princípios da ordem pública.
2. A limitação voluntária, quando legal, é sempre revogável, ainda que com obrigação de indemnizar os prejuízos causados às legítimas expectativas da outra parte. (Portugal, 1966)

Por fim, haveria uma categoria periférica que diz respeito a aspectos banais da vida privada das pessoas e que não deveria receber a mesma proteção conferida aos direitos da personalidade. Esses poderiam ser objeto de disposição negocial, mas não encontrariam justificativa existencial para permitir a revogação do consentimento por simples ato de vontade de seu titular.

Seguindo por caminho similar, Franceschet (2014) sustenta que a revogação unilateral do consentimento deve ser excepcional, justificada apenas quando for necessária para a defesa de valores pessoais da personalidade, mas não quando os interesses em causa forem puramente patrimoniais.

Isso porque, conforme já expusemos, os direitos da personalidade encerram valores pessoais e patrimoniais. Estes não devem sobrepor-se àqueles, sob pena de se perder de vista o fundamento ético dos direitos da personalidade. (Franceschet, 2014, p. 146)

O autor pontua que os negócios jurídicos envolvendo bens da personalidade se sujeitam aos mesmos requisitos gerais de validade. Assim, em observância ao princípio da segurança jurídica, as partes envolvidas devem se comprometer em cumprir aquilo que foi previamente pactuado.

O regime diferenciado dos direitos da personalidade só poderia ser aplicado para escusar o cumprimento da obrigação caso verdadeiramente fundado em razões existenciais. E, nesse caso, não demandaria pagamento de qualquer indenização, visto que a outra parte contratante teria prévio conhecimento sobre a natureza existencial do objeto contratado e sobre a possibilidade jurídica de revogação unilateral do consentimento.

Franceschet (2014) aponta ainda que os negócios jurídicos podem demandar maior ou menor grau de participação efetiva do titular do direito da personalidade para que sejam adimplidas. Em contratos como o de participação em programa televisivo no estilo *reality show*, em que há necessidade de intervenção constante do titular, o autor sustenta que sempre haverá a possibilidade de revogação unilateral do consentimento, sob pena de se ofender a liberdade individual do participante. No entanto, o titular deverá

indenizar o outro contratante sempre que essa revogação não for pautada em um fundamento ético.

Já em outros contratos, – e aqui identificamos as avenças para reprodução de nome civil em marcas de produtos ou serviços – o aproveitamento dos bens da personalidade seria apenas mediato, na medida em que os bens se corporificariam em objetos externos, dispensando a participação contínua de seu titular. Nesses casos, o autor sustenta que a revogação unilateral do consentimento só seria admitida caso o titular comprovasse haver motivos de ordem existencial para tanto.

Por fim, tanto Franceschet (2014), quanto Cantali (2009) alertam para o risco de uso abusivo dos direitos da personalidade para pôr fim a obrigações de natureza contratual que já não interessam ao titular. A figura do abuso de direito está contemplada em nosso ordenamento através do artigo 187 do Código Civil:

Art. 187. Também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes. (Brasil, 2002).

Haverá abuso sempre que o agente for titular de um direito e, ao exercê-lo, ultrapassar os limites impostos pela própria finalidade da norma ou pelo princípio da boa-fé objetiva, causando danos a outrem. Apesar da aparência de licitude na conduta do agente, os meios escolhidos para defender seus interesses são desproporcionais e desarrazoados frente ao fim que o ordenamento pretende alcançar ao prever abstratamente aquela norma.

A revogabilidade unilateral do consentimento tem por finalidade proteger a dignidade da parte contratante. Desse modo, Franceschet (2014) e Cantali (2009) sustentam que deve ser avaliado, diante das peculiaridades do caso concreto, se o titular do direito da personalidade excedeu os limites impostos pela boa-fé ou pela função social da norma ao se valer dessa prerrogativa para extinguir suas obrigações contratuais.

A preocupação com uso abusivo se mostra evidente ainda na redação do enunciado n. 139 do Conselho da Justiça Federal, aprovado em 2004, na III Jornada de Direito Civil:

139. Os direitos da personalidade podem sofrer limitações voluntárias, ainda que não especificamente previstas em lei, não podendo ser exercidos com abuso de direito de seu titular, contrariamente à boa-fé objetiva e aos bons costumes.

## 2.6 O DIREITO AO NOME

Nome é o sinal por meio do qual a pessoa física se individualiza e se torna conhecida em seu meio social (Brandelli, 2012). Embora seja possível compreendê-lo ainda como simples som ou palavra integrante do vocabulário, França (1975) pontua que a relevância jurídica do nome está atrelada à sua relação intrínseca com a identidade pessoal. Não há direito ao nome em abstrato, enquanto mero sinal verbal, mas sim enquanto expressão da identidade de alguém. É a partir desse vínculo inseparável entre nome e identidade que o autor conclui restar clara sua natureza jurídica de direito da personalidade. Na visão jusnaturalista de França (1975, p. 154), trata-se de condição indispensável “[...] à consecução dos fins naturais do homem [...]”.

Cupis (2008) explica que a identidade pessoal é o bem jurídico da personalidade que permite às pessoas afirmarem a sua individualidade e se distinguirem em relação às demais. E o nome, ao facilitar a identificação clara e imediata do sujeito, é um dos meios através dos quais a identidade se realiza. É através do nome que se pode diferenciar o sujeito e associá-lo às suas próprias ações. É através dele, portanto, que o ordenamento jurídico tutela a identidade pessoal.

Na síntese de Brandelli (2012, p. 58):

A identificação e, mais do que ela, a individuação são direitos que, num ordenamento jurídico democrático, nascem com o ser humano, por concessão do ordenamento, integrando o seu conjunto de atributos essenciais, integrando, pois, a sua personalidade.

O autor observa que o direito ao nome é um direito subjetivo da personalidade com um caráter complexo, já que apresenta tanto um aspecto privado, como um aspecto público.

Sob o aspecto privado, o nome encampa o interesse dos indivíduos em serem marcados como os seres únicos que são; de terem a sua identidade objetivamente representada e diferenciada dos demais, com vistas ao pleno desenvolvimento de sua personalidade. Como defende Schreiber (2011, p. 205), “[...] o nome estampa a própria identidade da pessoa humana [...]”. E é direito de toda pessoa ter a sua identidade representada de maneira fidedigna em sociedade, através do uso adequado do seu nome e da vinculação do mesmo a fatos que verdadeiramente lhe digam respeito.



Já sob o aspecto público, nota-se que interessa também ao Estado distinguir socialmente os membros da coletividade, de modo que a eles possam ser corretamente imputados os atos da vida civil. Daí dizer-se que o nome configura não apenas um direito, mas também um dever: todos os indivíduos são obrigados a ter e a usar o nome que têm.

França (1975) diferencia o direito ao nome do direito a *um* nome. Esclarece que o direito ao nome é aquele conferido a todas as pessoas, desde o nascimento, de serem identificadas e diferenciadas das demais através de um vocábulo. Trata-se do direito-dever de ter um nome (Schreiber, 2012), previsto no artigo 16 do Código Civil: “[t]oda pessoa tem direito ao nome, nele compreendidos o prenome e o sobrenome” (Brasil, 2002).

Por outro lado, o direito a *um* nome seria o direito a ser identificado por aquele nome específico que lhe foi designado através do registro civil. É direito que surge em momento posterior, quando o indivíduo de fato recebe um nome. No dizer de França (1975, p. 181), “[...] é através da concretização do direito a *um* nome que o direito ao nome se cristaliza e se define, passando a atender na prática ao imperativo da distinção pessoal do sujeito” (grifo do autor).

A partir desse ponto, Brandelli (2012) reconhece a existência de um direito e de um dever ao uso do nome. Cada indivíduo teria a obrigatoriedade de utilizar e de manter inalterado o nome que lhe foi conferido através do registro. O objetivo seria possibilitar a correta identificação do sujeito em sociedade, favorecendo a necessária segurança jurídica. Conforme explicação de Cupis (2008, p. 182):

Quanto mais a sociedade é numerosa, mais necessária se torna a designação dos seus membros através do nome, que se torna indispensável para a ordem pública. Por isto, fez caminho a idéia de que fosse necessária tanto a imposição como a conservação do nome, existindo uma obrigação para com o Estado ao uso devido do próprio nome, sendo excluída toda a possibilidade de mudança arbitrária.

Schreiber (2012) pontua, no entanto, que a regra geral da imutabilidade do nome encontra-se hoje flexibilizada diante do crescente reconhecimento do poder de autodeterminação pessoal, sendo aceita pelo Judiciário a alteração que tiver como fundamento a realização da dignidade humana e não visar prejudicar terceiros.

Já sob a perspectiva privada, o direito ao uso do nome permitiria que seu titular se opusesse à utilização indevida por terceiros. Como explica Brandelli (2012, p. 210), “[...] há uma faculdade de uso exclusivo e excludente do nome [...]”. A exclusividade é característica que deriva do caráter absoluto do direito ao nome enquanto direito da

personalidade. Seu titular pode exercê-lo e opô-lo *erga omnes*, cabendo à toda a coletividade o respeito pelo direito alheio.

França (1975) observa que a possibilidade de homonímia não retira o caráter exclusivo do direito, visto que este não se encerra de maneira abstrata na composição dos vocábulos, mas em sua associação à personalidade do indivíduo. Se duas pessoas são titulares do mesmo nome civil, cada nome é protegido enquanto expressão de uma personalidade distinta e exclusiva.

Assim, embora cada titular tenha a prerrogativa de utilizar o próprio nome para se fazer identificar em sociedade (uso legítimo), não poderá utilizá-lo para se fazer passar por outrem. Em outras palavras, não poderá se valer da homonímia para associar o seu nome a personalidade distinta (França 1975).

O uso do nome alheio é tratado de maneira pontual pelo Código Civil, através dos artigos 17 e 18, transcritos a seguir:

Art. 17. O nome da pessoa não pode ser empregado por outrem em publicações ou representações que a exponham ao desprezo público, ainda quando não haja intenção difamatória.

Art. 18. Sem autorização, não se pode usar o nome alheio em propaganda comercial. (Brasil, 2002)

O Código, como visto, não pretende exaurir a tutela dos direitos da personalidade, mas apenas conferir tratamento mais detalhado a certas situações que o legislador julgou pertinentes. Aspectos não regulados pela legislação civil, mas que encontrem fundamento no princípio da dignidade humana, serão protegidos por meio da cláusula geral dos direitos da personalidade, prevista no artigo 1º, inciso III da Constituição Federal.

Quanto ao artigo 17 exposto acima, Schreiber (2012) observa que o legislador errou ao vincular a tutela do direito ao nome à do direito à honra. Tratando-se de aspectos autônomos da personalidade, o autor sustenta que o nome merecerá proteção contra uso indevido, ainda que esse ato não exponha o titular ao desprezo público. Por outro lado, pontua que nem todo uso que possa ser prejudicial à imagem do titular será ilegítimo. Essa avaliação deverá ser feita diante do caso concreto, ponderando-se o direito ao nome em face de outros interesses constitucionalmente relevantes que possam estar em jogo, a exemplo da liberdade de informação.

Schreiber (2012) critica ainda o foco patrimonial adotado pelo artigo 18, sustentando que o uso não consentido de nome alheio seria vedado em propaganda de qualquer natureza, e não apenas naquela com fins comerciais. Afastando-se igualmente

da literalidade do Código, Brandelli (2012) sustenta que o titular teria direito de se opor a qualquer uso não consentido de seu nome que possa vir a lhe causar dano moral ou econômico.

O nome, enquanto direito da personalidade, é um bem insuscetível de avaliação pecuniária e se encontra fora do comércio, não podendo ser alienado ou cedido a terceiros (França, 1975). Significa dizer que o nome em si, enquanto expressão da identidade do sujeito, não poderá ser transmitido a outrem, ainda que temporariamente, visto que ninguém poderia se despojar de sua identidade ou compartilhá-la com outra pessoa.

Isso não significa, contudo, que eventual limitação ao exercício do direito ao nome não possa gerar reflexos econômicos para o seu titular. Brandelli (2012) esclarece que situações como a de autorização para uso de nome civil em publicidade não constituem propriamente cessão do nome, uma vez que não envolvem o uso da identidade pessoal por terceiros. Trata-se apenas de obrigações negociais assumidas no sentido de “[...] tolerar uma situação à qual poderia se opor através das formas de proteção do nome [...]” (Brandelli, 2012, p. 68).

O nome continuaria, assim, exercendo sua função precípua de individualizar e identificar o sujeito em sociedade. No entanto, o titular consentiria que ele fosse também utilizado para outros fins lícitos, como a publicidade. Segundo o autor, essa nova função não impactaria as anteriores, uma vez que o nome continuaria identificando de maneira inequívoca a pessoa de seu titular.

Cupis (2008, p. 281), por outro lado, sustenta que o uso indevido de nome pessoal para designar uma mercadoria pode vir a criar a falsa impressão de que se trata do nome de seu produtor, “[...] de modo a verificar-se uma confusão das pessoas”. E Schreiber (2012) acrescenta a necessidade de proteção do nome enquanto símbolo de identificação social do indivíduo. Associar indevidamente o nome de alguém a atividades com as quais ela não tenha qualquer relação poderia constituir representação social não fidedigna de sua personalidade, atentando contra o bem da identidade pessoal.

A associação do nome de certa pessoa a uma atividade que não lhe diz respeito, mesmo quando a atividade desenvolvida não seja capaz de expor a pessoa ao “desprezo público” (art. 17), nem tenha escopo comercial (art. 18), afronta aspecto importante da dignidade humana. Tal aspecto reside em uma visão mais ampla e substancial da tutela do direito ao nome, não apenas como proteção da palavra em si, mas como estímulo a uma identificação social da pessoa que corresponda, de fato, à sua personalidade. (Schreiber, 2012, p. 190).

Assim, ainda que o uso do nome pessoal para fins marcários ou publicitários não tenha como finalidade a individualização de um ser humano, é possível que a personalidade do titular seja associada – direta ou indiretamente – às atividades em questão. Afinal, como observa Brandelli (2012, p. 107), o nome traz consigo “[...] toda carga jurídica, axiológica e social atribuída ao seu portador”.

Mostra-se, portanto, necessária a autorização do titular para que o uso de seu nome se torne legítimo. Uma vez consensualmente assumida essa obrigação, ela se tornará exigível nos termos contratados. Em posição similar à de Franceschet (2014), Brandelli (2012) sustenta que o titular só poderá revogar unilateralmente o seu consentimento, caso sobrevenha alteração fática capaz de causar prejuízo à sua personalidade. “Entender o contrário seria admitir um *venire contra factum proprium*, em afronta à boa-fé objetiva e ao regramento da teoria do negócio jurídico” (Brandelli, 2012, p. 70).

### 2.6.1 Elementos do Nome Civil

Até o momento, temos nos referido ao nome sem maiores detalhamentos quanto aos elementos que o compõem. No entanto, considerando o escopo do presente trabalho, faz-se necessário compreender não apenas o significado dos termos adotados pelo artigo 124, incisos XV e XVI da Lei de Propriedade Industrial (LPI), mas também o impacto que cada elemento pode ter na identificação do indivíduo.

Art. 124. Não são registráveis como marca:

XV - nome civil ou sua assinatura, nome de família ou patronímico e imagem de terceiros, salvo com consentimento do titular, herdeiros ou sucessores;

XVI - pseudônimo ou apelido notoriamente conhecidos, nome artístico singular ou coletivo, salvo com consentimento do titular, herdeiros ou sucessores; (Brasil, 1996)

O nome civil é a designação personativa completa da pessoa natural, conferida através do registro público. França (1975) classifica os seus elementos como fundamentais, secundários ou substitutivos do nome, mas adianta que não há consenso entre filólogos, juristas ou a própria legislação quanto à correta terminologia a ser adotada para se referir a cada um.

Os elementos fundamentais são aqueles que devem constar obrigatoriamente do nome civil para que este seja considerado juridicamente completo. Incluem, assim, o prenome e o nome de família.

O prenome – também chamado de nome individual ou nome próprio – corresponde à identificação da pessoa, independentemente de sua origem familiar (Brandelli, 2012). É o elemento que, em nossa tradição, aparece em primeiro lugar na designação personativa, podendo ser simples ou composto (França, 1975).

O nome de família, por sua vez, identifica os indivíduos que pertencem a determinado grupo familiar. Neste ponto, faz-se necessário destacar a multiplicidade de expressões utilizadas com a mesma finalidade e a possível dubiedade que envolve algumas delas.

França (1975), observa que o termo “sobrenome” é utilizado com dois significados distintos. De acordo com o rigor vernáculo e o uso popular, equivaleria ao nome de família, sendo nessa acepção utilizado pelo artigo 55 da Lei de Registros Públicos (com redação dada pela Lei nº 14.382, de 2022):

Art. 55. Toda pessoa tem direito ao nome, nele compreendidos o prenome e o sobrenome, observado que ao prenome serão acrescidos os sobrenomes dos genitores ou de seus ascendentes, em qualquer ordem e, na hipótese de acréscimo de sobrenome de ascendente que não conste das certidões apresentadas, deverão ser apresentadas as certidões necessárias para comprovar a linha ascendente. (Brasil, 1973).

No entanto, diante da inexistência de outro termo mais preciso e em função do que o autor define como uma exigência de prática judicial, a palavra “sobrenome” é também utilizada para designar o segundo ou o terceiro vocábulo de um prenome composto.

[...] em face da lei vigente, sendo imutáveis tanto o *prenome* como o *apelido de família*, e, por outro lado, permitindo ela que, em certas circunstâncias, se mude o nome, é por vezes necessário chamarem-se *sobrenome* os elementos do nome individual subsequentes ao primeiro prenome, sem o que a *mutatio nominis* se torna inviável. (França, 1975, p. 58).

Diante da dubiedade que o termo contempla e não estando o mesmo previsto na literalidade da LPI, optamos por não o utilizar no presente trabalho, a fim de evitar possível confusão terminológica. Adotaremos para este fim as expressões “nome de família” e “patronímico”, de maneira intercambiável, como veremos a seguir. A expressão “apelido de família” adotada por França (1975) também será deixada de lado por ser

pouco usual na atualidade e ainda se aproximar demasiadamente do termo “apelido”, contemplado com sentido diverso no artigo 124, inciso XVI da Lei de Propriedade Industrial.

França (1975) explica que os lexicógrafos utilizam o termo “patronímico”, a rigor, apenas para se referirem ao nome de família derivado do prenome do pai, tal como Fernandes, Rodrigues ou Vasques. Em sentido semelhante, o Manual de Marcas o define como “[...] sobrenome designativo de uma linhagem que traz na sua constituição semântica o sentido de designar filho de alguém” (INPI, 2024).

No entanto, o sentido jurídico do termo não varia em relação ao de nome de família e o tratamento conferido às marcas que reproduzem uns e outros é exatamente o mesmo. Desse modo, os trataremos como sinônimos, tal como acaba fazendo o próprio Manual de Marcas, ao concluir que Pereira e Portinari são patronímicos.

Os elementos secundários são aqueles que podem ou não fazer parte do nome. Sua ausência não descaracteriza o nome civil. São assim classificados os títulos honoríficos ou nobiliárquicos (como Comendador ou Marquês); os títulos e qualificativos eclesiásticos (Bispo, Padre ou outro título religioso); os títulos acadêmicos e científicos (como Professor ou Doutor); os qualificativos de dignidade oficial (Desembargador, Deputado); a partícula cuja associação ao patronímico seja facultativa a cada membro da família (de Barros, da Silveira); e o agnome (como Júnior, Filho ou Neto, costumeiramente acrescentado ao final do nome civil).

Não trataremos de cada um desses elementos de maneira aprofundada, bastando observar, como o fez Brandelli (2012), que os elementos secundários não são obrigatórios, mas podem ser utilizados pelo titular para compor a sua identificação pessoal. Nesses casos, a inclusão do elemento secundário ao nome poderá contribuir para a correta identificação da pessoa e eventual reprodução conjunta em sinal marcário se sujeitará às mesmas regras impostas pelo inciso XV para a reprodução do nome civil.

Por fim, os elementos substitutivos são aqueles que não compõem propriamente o nome civil, mas são utilizados de maneira acessória ou alternativa para designar a mesma pessoa. França (1975) e Brandelli (2012) reconhecem que seriam três: o nome vocatório, o apelido e o pseudônimo.

Definem o nome vocatório como “a designação pela qual o sujeito é comumente chamado ou conhecido” (FRANÇA, 1975, p. 61), o que inclui as formas simplificadas ou reduzidas de seu nome civil. Basta lembrar que muitas pessoas são conhecidas apenas pelo nome de família ou pela combinação de um dos patronímicos com seu prenome ou

suas iniciais. Citamos como exemplos Machado de Assis, Oscar Niemeyer (cujo nome civil era Oscar Ribeiro de Almeida Niemeyer Soares Filho) e J.D. Salinger.

O apelido – também chamado de alcunha ou epíteto – é descrito por Cupis (2008) como o sinal verbal acessório utilizado por terceiros para se referir a uma pessoa, tendo usualmente por inspiração uma característica pessoal ou um fato marcante de sua vida. Debruçando-se sobre a área dos estudos lexicais, Amaral e Seide (2020) acrescentam ser frequente chamar-se de apelido também o hipocorístico, que é o termo formado a partir de alterações morfológicas do prenome ou do patronímico do indivíduo, a exemplo de Malu ou de Terezinha.

O artigo 124, inciso XVI da LPI se refere apenas às marcas compostas por apelido, sem fazer menção expressa ao hipocorístico. No entanto, sendo frequente a designação de ambos os casos pelo termo “apelido” e não havendo evidências de que a formação lexical do hipocorístico possa atrair tratamento jurídico diverso no âmbito da Propriedade Industrial, utilizaremos o vocábulo eleito pela LPI para abarcar ambas as situações.

Ao contrário do que ocorre com o nome civil, a aquisição do apelido provém do uso, e não do registro, destacando Cupis (2008) que não bastaria para tanto o uso por um número ínfimo de pessoas.

[...] no que diz respeito à alcunha o uso provém da chamada voz pública, isto é, de um conjunto de sujeitos diversos daquele a quem a alcunha se refere. O número de tais sujeitos é indeterminado. Não bastaria um uso por poucos indivíduos, mas não é necessário que nele participem todos igualmente. Deve, porém, tratar-se de um uso público, prolongado, constante, a fim de que mesmo aqueles que não participam dele, possam mentalmente associar à alcunha por outros usada, a pessoa por ele designada. (Cupis, 2008, p. 306).

Os critérios expostos por Cupis (2008) se baseiam em exigência do ordenamento jurídico italiano de que o pseudônimo (e, por analogia, o apelido) tenha adquirido a importância do nome para que possa receber proteção jurídica. A tutela do direito da personalidade é conferida ao nome e às suas formas alternativas justamente enquanto expressões da identidade pessoal. Assim, seria preciso demonstrar que o apelido em causa é capaz de identificar o sujeito em sociedade, o que não ocorreria se seu uso fosse meramente pontual.

Embora a legislação brasileira não traga disposição idêntica à da lei italiana, França (1975) observa que a proteção conferida ao apelido tem por objetivo a preservação da identidade do indivíduo. Assim, qualquer pretensão jurídica só teria cabimento se o

sujeito demonstrasse possuir legítimo interesse na defesa de sua identidade, ou seja, se demonstrasse que o apelido em questão assumiu função de identificação “correspondente à do nome propriamente dito” (França, 1975, p. 502).

Por fim, o pseudônimo é a designação utilizada para identificar a pessoa em um aspecto específico de sua vida, particularmente no que tange ao desempenho de determinada atividade lícita. França (1975) explica que o pseudônimo exerce duas funções distintas. Por um lado, identifica o sujeito dentro de determinada esfera de atuação. Por outro, oculta os demais aspectos da personalidade de seu titular, permitindo-lhe controlar quais elementos de sua individualidade deseja tornar conhecidos ou associados ao pseudônimo. É possível, portanto, que uma mesma pessoa seja titular de mais de um pseudônimo, cada qual associado a uma atividade distinta.

Cupis (2008) observa, contudo, que a função identificadora do pseudônimo pode existir de maneira isolada, quando seu titular não tiver interesse em ocultar outros aspectos de sua personalidade, mas apenas de utilizar-se de um meio especial para sua identificação. Não é raro, portanto, que o público conheça o nome civil por trás do pseudônimo.

Dois aspectos são apontados por Cupis (2008) para diferenciar o apelido do pseudônimo. O primeiro reside justamente na setorização. Enquanto o apelido se refere a toda a pessoa do titular, o pseudônimo visa assinalar um setor específico da atuação de sua personalidade. Ademais, embora ambos sejam adquiridos através do uso como forma de identificação pessoal, o autor sustenta que o uso do pseudônimo seria necessariamente iniciado e mantido por vontade do próprio titular, enquanto o apelido seria fruto de iniciativa de terceiros.

Já França (1975) entende que a origem da designação não seria de maior relevância, diferenciando apelido e pseudônimo somente com base na função por eles desempenhada. Lembra, ainda, ser possível que determinada designação criada com o intuito de identificar apenas um aspecto da personalidade de seu titular acabe se expandindo e assumindo o modo especial de identificação da pessoa em todos os aspectos de sua vida. Nesse caso, o elemento substitutivo do nome deixa de atuar como pseudônimo e passa a ser considerado um apelido.

Como forma de expressão da identidade pessoal, todos os indivíduos têm direito à escolha e ao uso de pseudônimos. Todos possuem, portanto, o direito geral de se identificar dessa maneira. No entanto, França (1975) observa que a proteção jurídica conferida ao uso de certo e determinado pseudônimo dependerá da satisfação de alguns



requisitos. Trata-se de distinção semelhante à traçada pelo autor entre o direito ao nome e o direito a *um* nome.

O primeiro requisito se refere à licitude das atividades no âmbito das quais o titular será identificado. Mesmo antes da promulgação do Código Civil de 2002, que tratou expressamente da tutela do pseudônimo, o autor já pontuava que esse requisito seria evidente, posto que “[...] o Direito não pode tutelar uma faculdade ou uso destinado a fins ilícitos” (França, 1975, p. 547). O artigo 19 do novo código encampou expressamente esse entendimento ao prever que “o pseudônimo adotado para atividades lícitas goza da proteção que se dá ao nome” (Brasil, 2002).

Esse dispositivo deixa ainda claro o paralelo traçado entre a proteção conferida ao pseudônimo e aquela conferida ao nome. Ambos configuram expressões de identificação e individualização do sujeito em sociedade, justificando a atenção dispendida pelo ordenamento. É nesse sentido que França (1975, p. 548) aponta como requisito para a tutela do pseudônimo a aquisição de função análoga à do nome “[...] dentro do setor especial a que respeita [...]”. Em outras palavras, o pseudônimo deve de fato identificar o sujeito dentro do âmbito a que se propõe.

Para Cupis (2008), a aquisição ocorreria, a rigor, a partir do uso público, prolongado e constante do pseudônimo, embora a publicação de obra conhecida sob esta designação pudesse bastar para que o público assim identificasse o seu autor.

Na ausência de um registro civil que indique de maneira objetiva quais pseudônimos estão associados a quais titulares, França (1975) sugere que se utilize a reputação adquirida pelo pseudônimo como parâmetro de verificação de sua função individualizadora. Lembra, no entanto, que não é preciso que a reputação seja grandiosa. Basta que seja existente. De maneira semelhante, Cupis (2008, p. 311) também defende a proteção de pseudônimos que não tenham conquistado grande fama:

A tutela do pseudônimo não é circunscrita às hipóteses em que a pessoa por ele designada se encontre entre as chamadas celebridades, mas não há dúvida de que a sua importância aumenta quando, no setor determinado a que ele corresponde, a pessoa tenha conquistado uma reputação ilustre.

A notoriedade seria, assim, um meio para avaliar se o pseudônimo em questão de fato desempenha função identificadora no meio social, merecendo ser protegido enquanto direito da personalidade. Afinal, como sustenta Schreiber (2011, p. 194), “[...] o

pseudônimo é um fenômeno eminentemente fático, protegido com base na sua repercussão social [...]”, devendo seu uso ser feito de maneira pública e reconhecível.

Além dos elementos substitutivos do nome aqui apresentados, observamos que a Lei de Propriedade Industrial veda ainda expressamente o registro de marcas que reproduzam nomes artísticos individuais ou coletivos, sem a autorização de seus titulares, herdeiros ou sucessores.

Amaral e Seide (2020, p. 88) definem o nome artístico como aquele “[...] empregado por um indivíduo em lugar do seu nome civil e pelo qual se faz conhecido em sua atividade profissional [...]”. Apesar da semelhança com a definição de pseudônimo adotada no presente trabalho, os autores defendem tratar-se de categorias distintas, sendo o pseudônimo mais utilizado no meio literário e o nome artístico, em áreas como música, cinema, teatro e televisão. Esclarecem, ainda, que o nome artístico é frequentemente utilizado com o intuito de evitar o uso de nomes civis considerados pouco atrativos ou facilmente sujeitos à homonímia.

Já para Cunha e Vanz (2022), a diferença estaria na função de ocultação da identidade, exercida apenas pelo pseudônimo. Esse também parece ser um aspecto que diferencia as definições apresentadas pelo Manual de Marcas para cada categoria:

**Pseudônimo notoriamente conhecido:** a denominação escolhida por uma pessoa física para disfarçar ou ocultar sua verdadeira identidade, pela qual é ela notoriamente conhecida.

[...]

**Nome artístico singular (individual) ou coletivo:** a denominação pela qual uma pessoa ou um grupo de pessoas é conhecido em seu ramo de atividade (no meio artístico em geral). (INPI, 2024)

Abordaremos em maior profundidade as diferenças dispensadas a essas categorias pela LPI e pelo Manual de Marcas quando tratarmos dos desafios identificados na análise de pedidos de registros de marcas contendo direitos da personalidade.

## 2.7 O DIREITO À IMAGEM

A proteção do direito à imagem esteve historicamente vinculada à proteção de outros aspectos da personalidade, como a honra e a privacidade. Zanini (2023) observa que a falta de previsão legislativa específica sobre esse direito fez com que a

jurisprudência brasileira concebesse a lesão à imagem como um meio ou um reflexo da lesão de outros bens juridicamente tutelados.

O autor explica que a confusão com o direito à honra deriva do fato de a veiculação da imagem pessoal estar frequentemente associada à difusão de uma mensagem, a exemplo de reportagens jornalísticas ou de campanhas publicitárias. Tratando-se de mensagens negativas para a reputação do indivíduo, a divulgação conjunta de seu retrato reforçaria a ideia de violação à honra.

Essa concepção, prevalente nas decisões judiciais dos séculos XIX e XX, considerava o direito à imagem como simples componente do direito à honra. Caso a difusão não consentida da imagem não chegasse a causar prejuízo à honra ou boa fama do sujeito retratado, não haveria violação a direito da personalidade que pudesse justificar a interrupção do ato ou a reparação de eventuais danos sofridos (Zanini, 2023).

Cupis (2008) aponta que os ordenamentos jurídicos teriam duas maneiras de tutelar o direito à imagem: impedindo apenas a difusão capaz de prejudicar a honra da pessoa retratada; ou estabelecendo a proteção do direito à imagem como regra geral e admitindo exceções pontuais em razão do interesse público. A tutela mais abrangente teria se tornado necessária a partir dos avanços tecnológicos na área fotográfica, que facilitaram a reprodução de imagens. Desse modo, o autor comemora sua adoção pela legislação italiana:

A longa luta que o direito à imagem tem sustentado, para diferenciar-se do direito à honra, terminou vitoriosamente também na nossa lei. O direito à imagem não é absorvido pelo direito à honra, intervindo o ordenamento jurídico contra as abusivas exposições ou publicações, mesmo se não se ofende o decoro ou a reputação (Cupis, 2008, p. 142).

Embora reconheça que o direito à imagem não deveria depender da tutela conferida ao direito à honra, Cupis (2008) não chega a defender propriamente a autonomia desse instituto. Compreende o direito à imagem como uma importante manifestação do que chama de direito ao resguardo (ou *riservatezza*, no idioma original). Como regra geral, o indivíduo poderia manter afastados da interferência alheia não apenas a sua imagem, mas todos os aspectos referentes ao seu espaço de “[...] circunscrição, reserva ou discrição pessoal [...]” (Cupis, 2008, p. 140).

A associação entre imagem e vida privada não é exclusiva do Direito italiano. Bittar (1999) explica que o direito à imagem teve sua origem vinculada ao que o ordenamento jurídico norte-americano denomina de *right of privacy*. Conferia-se ao

indivíduo o direito de se manter livre de exposições públicas indesejadas, o que incluía a prerrogativa de determinar quando e como sua imagem poderia ser exibida a terceiros. Sob esse entendimento, a violação à imagem configuraria uma das hipóteses de violação do direito à privacidade.

Ao longo dos anos, percebeu-se que a reprodução não consentida de imagem alheia poderia trazer prejuízos de ordem moral, mesmo que não chegasse a ameaçar a vida privada do titular. Zanini (2023) dá como exemplos a difusão não consentida de caricaturas ou de imagens públicas.

O ordenamento brasileiro passou assim a reconhecer que o direito à imagem configuraria um instituto próprio, merecedor de tutela independente de outros aspectos da personalidade. Compreenderia o direito de cada indivíduo sobre sua forma plástica ou sobre os componentes físicos que o individualizam (Bittar, 1999), bastando o uso não autorizado dos mesmos para restar caracterizada sua violação (Schreiber, 2011).

A tutela autônoma desse direito se encontra hoje contemplada no artigo 5º, inciso X, da Constituição Federal, que assegura a inviolabilidade da imagem pessoal:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:  
[...]  
X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação; (Brasil, 1988)

Schreiber (2011) e Zanini (2023) pontuam, no entanto, que a vinculação histórica deste direito à proteção de outros bens da personalidade continuou influenciando parte da doutrina e da jurisprudência, não sendo raras as decisões judiciais a negarem a existência de dano quando não demonstrada lesão à honra ou à privacidade da pessoa retratada.

Esse entendimento parece ter influenciado também a redação do artigo 20 do Código Civil, que não garante de forma ampla o direito à imagem, mas apenas impede sua difusão não consentida quando cause lesão à honra ou se destine a fins comerciais.

Art. 20. Salvo se autorizadas, ou se necessárias à administração da justiça ou à manutenção da ordem pública, a divulgação de escritos, a transmissão da palavra, ou a publicação, a exposição ou a utilização da imagem de uma pessoa poderão ser proibidas, a seu requerimento e sem prejuízo da indenização que couber, se lhe atingirem a honra, a boa fama ou a respeitabilidade, ou se se destinarem a fins comerciais. (Brasil, 2002).

Esse artigo recebeu críticas contundentes da doutrina, na medida em que restringe indevidamente a tutela constitucional do direito à imagem. Tratando-se de um direito fundamental considerado inviolável pela Constituição, não caberia ao legislador ordinário condicionar a sua proteção à tutela da honra ou à hipótese de uso comercial. Nas palavras de Moraes (2010, p. 13), “[...] o Código Civil, neste ponto, constitui verdadeiro obstáculo a uma tutela da imagem condizente com a proteção integral da dignidade da pessoa humana”.

Numa interpretação à luz da Constituição Federal, é possível concluir que o direito à imagem confere ao indivíduo o controle exclusivo sobre sua representação física, cabendo a ele autorizar previamente o uso de sua imagem para quaisquer fins. A necessidade de consentimento prévio só poderá ser relativizada diante de determinados casos concretos em que haja preponderância do interesse público ou colisão com outros direitos (Zanini, 2023).

O artigo 20 dispensa o consentimento do titular em caso de necessidade de divulgação da imagem para administração da justiça ou para a manutenção da ordem pública. Contudo, a relativização do direito à imagem depende de ponderação diante do caso concreto, não se resumindo às situações antevistas pelo legislador. Havendo efetiva colisão entre interesses constitucionalmente relevantes, Schreiber (2011) sustenta que deverá ser realizada uma ponderação que considere os diferentes graus de realização e de sacrifício dos mesmos, com intuito de avaliar se a publicação não consentida se mostra de fato necessária.

Observa-se que o exercício do direito à imagem admite, portanto, limitações, seja em função da preponderância de outros interesses juridicamente tutelados, seja em razão da própria vontade de seu titular. Bittar (1999) observa que, ao contrário de outros aspectos da personalidade, a imagem é marcada por uma prática consagrada de uso em publicidade, o que torna evidente a disponibilidade do exercício desse direito. Ressalva, no entanto, que qualquer negociação dessa natureza deverá demarcar precisamente as condições em que o titular admite a utilização de sua imagem. Havendo dúvidas sobre o escopo do contrato, sua interpretação será necessariamente restritiva.

De modo semelhante, Cupis (2008) declara que o indivíduo pode dispor do direito à própria imagem, mas seu consentimento deve ser acolhido nos limites precisos do que for pactuado, o que inclui a especificação do modo de difusão e da pessoa autorizada a fazer uso da imagem.

Quanto à forma de autorização, Schreiber (2011) sustenta que a regra deverá ser sempre a do consentimento inequívoco da pessoa retratada, mas admite que, em certos casos, como o de um político discursando em local público, seria possível identificar uma autorização tácita à divulgação da imagem. Já Cupis (2008) alerta para a necessidade de prudência nessa interpretação.

Deve haver a máxima cautela em admitir um consentimento tácito para a difusão da imagem. Verdade é que a lei fala, sem exceções de “consentimento”, não estando excluído que este possa ser tácito. Mas, tratando-se de matéria tão delicada, a *interpretio voluntatis* (interpretação da vontade) deve ser conduzida com a maior prudência. (Cupis, 2008, p. 146).

Uma das hipóteses de disponibilidade do direito à imagem encontra-se prevista em nosso ordenamento jurídico através do artigo 124, inciso XV da Lei de Propriedade Industrial. Admite-se que o indivíduo possa consentir com a utilização de sua imagem pessoal em registro de marca de produto ou serviço.

Art. 124. Não são registráveis como marca:

[...]

XV - nome civil ou sua assinatura, nome de família ou patronímico e imagem de terceiros, salvo com consentimento do titular, herdeiros ou sucessores; (Brasil, 1996)

Assim como a lei italiana mencionada por Cupis (2008), a LPI não exige que o consentimento da pessoa retratada seja expresso. Essa exigência constava apenas do antigo Código de Propriedade Industrial, Lei n 5.772/1971, já revogado.

Discutiremos em outra seção, com mais profundidade, a possibilidade de aceitação de consentimento presumido para registro de marcas. Por hora, importa observar que, tratando-se da reprodução de um direito da personalidade com finalidade comercial e tendo em vista que a concessão do registro poderia afetar não apenas interesses patrimoniais, mas também existenciais do titular da imagem, o Manual de Marcas traz como regra a apresentação da devida autorização em cada pedido de registro:

**Autorização para registro de nome civil, patronímico, assinatura e imagem de terceiros**

A autorização anteriormente mencionada deverá constar de cada um dos pedidos de registro de marca constituída por direito de personalidade de terceiros, independente de direitos marcários anteriormente adquiridos. Para fins do que dispõe o referido dispositivo legal, são aceitas autorizações para requerimento, solicitação, depósito ou registro do direito personalíssimo como marca. Não são aceitas, contudo,

autorizações que compreendem somente o "uso" do direito de personalidade. (INPI, 2024).

O inciso XV trata da reprodução visual da imagem da pessoa natural (INPI, 2024). Trata, portanto, do que Moraes (2010) denomina de imagem-retrato: o aspecto fisionômico do indivíduo, capaz de identificá-lo e de distingui-lo dos demais. Exercendo seu poder de autodeterminação pessoal, o indivíduo é livre para consentir em ter a sua efígie reproduzida em marca registrada por terceiro, a fim de assinalar produtos ou serviços disponibilizados ao público. Por outro lado, basta a reprodução não consentida de sua imagem para caracterizar ofensa ao bem da personalidade e impedir que o mesmo seja registrado como marca no INPI.

Já o inciso III traz concepção distinta.

Art. 124. Não são registráveis como marca:

[...]

III - expressão, figura, desenho ou qualquer outro sinal contrário à moral e aos bons costumes ou que **ofenda a honra ou imagem de pessoas** ou atente contra liberdade de consciência, crença, culto religioso ou idéia e sentimento dignos de respeito e veneração; (Brasil, 1996, grifos nossos)

Enquanto o inciso XV visa resguardar o direito de autodeterminação pessoal sobre a própria efígie, o inciso III impõe vedação geral a registros de marcas que possam ser ofensivas à honra ou à imagem de um indivíduo. Entende-se que o termo imagem aqui adotado não se refere propriamente à fisionomia do sujeito, mas ao que Moraes (2010, p. 11) denomina de imagem-atributo, ou seja, “[...] o conjunto de características decorrente do comportamento do indivíduo, de modo a compor sua representação no meio social”.

A imagem, neste caso, estaria relacionada com uma concepção mais ampla e profunda de identidade pessoal. Veda-se o registro de marca que possa configurar representação não fidedigna da imagem criada pelo indivíduo sobre a própria pessoa, com base em suas experiências, crenças ou ideologias.

Moraes (2010) acrescenta que a lesão à identidade se diferencia da lesão à honra na medida em que os fatos imputados ao indivíduo não precisam ser negativos. Basta que se oponham à personalidade real de seu titular, violando o que a doutrina convencionou chamar de “direito de ser si mesmo”. Portanto, quando o inciso III se refere a sinais que possam ofender “[...] a honra ou a imagem de pessoas [...]” (Brasil, 1996), não está se valendo de expressões sinônimas.

Embora honra e imagem tenham sido objeto de tutela jurídica conjunta durante certo tempo, o ordenamento brasileiro reconhece, desde a promulgação da Constituição Federal de 1988, proteção autônoma a esses bens da personalidade. Desse modo, entendemos que a Lei de Propriedade Industrial, de 1996, não pretendeu ser repetitiva, mas se referir a conceitos distintos, proibindo através do inciso III tanto os sinais ofensivos à reputação que o indivíduo goza perante os demais (lesão à honra), como aqueles que possam vincular o indivíduo a ideias, convicções ou crenças não condizentes com sua identidade pessoal (lesão à imagem-atributo).



### 3 DIREITO DE MARCA

#### 3.1 TUTELA JURÍDICA DA MARCA

Marcas são signos distintivos utilizados para identificar um determinado produto ou serviço e distingui-lo de outros oferecidos no mercado. Sua existência deriva, dentre outros, da necessidade de realização de transações repetidas por parte de consumidores e de produtores. Aquele consumidor que passou por uma experiência favorável ou desfavorável numa primeira transação comercial gostaria de poder reconhecer o produto ou serviço que lhe fora oferecido, de modo a repetir ou a evitar essa experiência. Da mesma forma, um produtor que investiu na qualidade de seu produto e que conseguiu transmitir uma boa experiência inicial para seus consumidores gostaria de garantir que esses consumidores possam facilmente reconhecer o seu produto na prateleira do mercado, comprando sempre o bem pretendido, e não outro de aparência semelhante.

Conforme explica Ramello (2006), existe um custo elevado no processo de escolha do consumidor quando ele se depara com diversas opções semelhantes e não há informações confiáveis acerca da origem ou da qualidade de cada produto. Em um cenário como esse, as empresas não teriam incentivos para investir na fidelização de seus clientes por meio da qualidade dos produtos ofertados.

Assim, a marca seria uma importante ferramenta de comunicação, permitindo que os produtores identifiquem a origem dos produtos postos em circulação e que os consumidores exerçam sua capacidade de escolha de maneira mais rápida e eficiente. No entanto, esse potencial para facilitar as transações comerciais depende diretamente da garantia de exclusividade de uso sobre os sinais distintivos. Do contrário, a variedade de produtos afins portando o mesmo signo impediria que o consumidor identificasse o que de fato gostaria de adquirir, tornando a presença do signo absolutamente inócua.

A proteção jurídica conferida às marcas cria restrições legais às forças da livre concorrência, impedindo que outros utilizem o mesmo sinal para identificar produtos ou serviços no mesmo segmento de mercado (Barbosa, D., 2002). Para Ascensão (2002a), o fundamento para restringir o espaço comum de liberdade mediante a concessão de direitos exclusivos se assentaria no interesse público. Ao veicular informações que permitem distinguir um produto ou serviço de outro, as marcas diminuiriam o risco de engano por

parte dos consumidores, merecendo assim o resguardo pelo ordenamento jurídico. A proteção a interesses privados configuraria desdobramento secundário, garantido apenas na medida em que a finalidade pública seja atingida.

Perspectiva diversa é apresentada por Barbosa, D. (2011), ao pontuar que as marcas não seriam de uso obrigatório no mercado – como se esperaria de uma ferramenta que visasse a proteção do público consumidor –, mas apenas uma opção fornecida ao investidor como modo de assegurar um retorno à sua atividade. Os benefícios trazidos ao consumidor, notadamente a diminuição de seus esforços de busca, seriam indiretos e não configurariam o fundamento principal da tutela jurídica das marcas, embora reforcem sua importância. Assim, conclui o autor que “[...] o interesse constitucional nas marcas é o de proteger o investimento em imagem empresarial, mas sem abandonar, e antes prestigiar, o interesse reverso, que é o da proteção do consumidor [...]” (Barbosa, D., 2007, p. 176).

Notando a peculiaridade dos contributos trazidos pelas marcas, Morgado (2018) constata que essas não proporcionam avanços técnicos imediatos, como outros direitos de propriedade intelectual. No entanto, sua atuação ao diferenciar produtos e serviços constituiria “[...] necessidade estrutural do modelo de economia de mercado [...]” (Morgado, 2018, p. 18-19), na medida em que evitaria a confusão e facilitaria o comércio. A relação direta entre a tutela das marcas e a manutenção da livre concorrência no mercado é ainda ressaltada por Moro (2017) e por Gonçalves (1999, p. 25), para quem “[...] a uniformidade derivada da produção em série tornou indispensável a proteção de sinais de diferenciação [...]”.

Assim, por meio da proteção jurídica conferida às marcas, assegura-se a seu titular a exclusividade de uso do sinal, em todo o território nacional, para identificar e distinguir um produto ou serviço de outros de origem distinta oferecidos no mesmo segmento de mercado ou ainda em segmentos semelhantes ou afins.

Diferentes teorias foram apresentadas para identificar a natureza jurídica das marcas e de outros direitos intelectuais. Embora um detalhamento mais profundo sobre o tema fuja ao escopo do presente trabalho, acredita-se ser necessário expor algumas das teorias aventadas, de modo a melhor compreender o regime jurídico conferido às marcas, bem como auxiliar na indicação das normas aplicáveis em caso de omissão do legislador. Nas palavras de Cerqueira (2010, p. 71):

A indagação, porém, assume maior relevo, quando se trata de questões não previstas pelo legislador, para cuja solução precisa o intérprete

recorrer ao método da integração da norma jurídica pela aplicação analógica de outras leis, que regulam institutos afins, o que não seria possível sem o prévio conhecimento da natureza do direito.

A primeira questão diz respeito à caracterização dos direitos intelectuais como pessoais ou patrimoniais. De acordo com Gusmão (1990), a teoria da personalidade do direito os compreendia como um prolongamento da personalidade de seus titulares. Partia-se do princípio de que, sendo a obra intelectual uma manifestação da personalidade de seu criador, ela deveria receber proteção de mesma natureza.

Essa premissa ignorava, no entanto, a independência jurídica entre a pessoa do autor e sua obra já exteriorizada. Ainda que uma invenção ou uma obra artística derive do trabalho intelectual de alguém, no momento em que ela é exteriorizada e se concretiza no mundo, ela se torna um objeto jurídico distinto, desvinculado da personalidade daquele que a criou (Gusmão, 1990).

Ademais, Gusmão (1990) observa que a teoria da personalidade seria particularmente incompatível com a realidade das marcas, visto que essas nem sempre decorrem de trabalho criativo e tampouco têm por objetivo proteger a criação intelectual. Sua tutela visa possibilitar a identificação de produtos e serviços no mercado, independentemente do nível de sofisticação artística envolvido na criação.

Direitos intelectuais e direitos da personalidade apresentam algumas semelhanças, na medida em que ambos recaem sobre realidades imateriais e são oponíveis a todos, indistintamente. No entanto, Olavo (2005) destaca que as características que os unem não configuram critérios determinantes para qualificar os direitos intelectuais como direitos da personalidade. Como destaca Cerqueira (2010), haveria uma diferença substancial na natureza dos interesses protegidos. Enquanto os direitos da personalidade visam proteger o que o autor denomina de interesses éticos, os direitos patrimoniais protegeriam interesses econômicos.

Considerando que o direito de marcas é concedido com o objetivo de informar o público consumidor, facilitando as transações comerciais e permitindo o retorno financeiro pelos investimentos realizados por seu titular, conclui-se que a natureza dos interesses protegidos pela marca é essencialmente econômica, o que a qualifica como um direito patrimonial. Ainda que por ventura a marca seja composta por reprodução de nome civil, imagem ou outro direito da personalidade, a exclusividade buscada por meio do registro não tem por finalidade principal a proteção integral do ser humano ou seu livre desenvolvimento em sociedade, mas sim impedir que o signo distintivo em questão venha

a ser utilizado no mercado por outros concorrentes, o que geraria risco de confusão ou de associação indevida entre produtos ou serviços de origens diversas.

Uma vez admitida a natureza patrimonial dos direitos de marcas, a doutrina se divide quanto à possibilidade de classificá-los como verdadeiros direitos de propriedade. Conforme explica Cerqueira (2010), as teorias desenvolvidas por Picard e Kohler restringem o objeto do direito de propriedade a bens corpóreos, tomando a natureza do objeto como critério determinante da natureza jurídica do direito.

Não encontrando espaço na classificação tradicional (direitos pessoais, reais ou obrigacionais) em que esses novos direitos pudessem se enquadrar, os autores sugerem que comporiam uma categoria especial, a qual Picard denomina de “direitos intelectuais”, em razão de sua origem, e Kohler de “direitos sobre bens imateriais”, em razão da natureza de seu objeto. Para este último, a origem do direito sobre bens imateriais estaria no ato de criação, que conferiria a seu criador a possibilidade de dispor de maneira ampla sobre o bem criado, de forma análoga ao poder conferido ao proprietário para dispor de seu bem material.

Contrapondo-se ao critério adotado por Kohler e Picard, Cerqueira (2010) defende que a natureza jurídica de um direito seria determinada justamente pela relação existente entre o sujeito e o objeto do direito. Logo, se a relação existente entre o titular do direito e sua criação imaterial é a mesma que existe numa relação entre o proprietário e o bem material, é de se concluir que a natureza dos direitos é a mesma: verdadeira propriedade privada.

Nesse sentido, o titular da propriedade imaterial disporia das mesmas faculdades de usar, gozar e dispor do bem, previstas pelo artigo 1.228 do Código Civil. Eventuais diferenças no tratamento jurídico conferido à propriedade corpórea ou incorpórea derivariam da regulamentação da lei positiva para contemporizar as diferenças entre as naturezas de seus objetos, mas não indicariam a existência de incompatibilidade entre os conceitos (Cerqueira, 2010).

Rechaçando esse entendimento, Ascensão (2007a) observa que se houvesse propriedade sobre as marcas, haveria uma proibição geral ao seu uso por terceiros, o que não se verifica. A concessão do registro outorga ao titular apenas a exclusividade de uso econômico em determinado segmento de mercado. Mesmo nos casos de marcas de alto renome, cuja proteção perpassa os diversos segmentos, o uso do sinal permanece livre fora do contexto comercial.

Assim como Kohler e Picard, Ascensão (2007b) entende que a propriedade pressupõe a existência de um objeto material sobre o qual possam ser exercidos atos de posse. E conclui que o direito intelectual não consiste em um direito de utilização de bens, mas “[...] essencialmente na resultante da exclusão de terceiros de atividades relativas a bens intelectuais [...]” (Ascensão, 2007b, p. 12).

Explica o autor que a regra geral seria a da liberdade de iniciativa e da livre utilização dos sinais. No entanto, havendo necessidade de restringir esse uso, de modo a possibilitar a eficiente identificação de produtos e serviços no mercado, a lei concederia aos titulares direitos de exclusivo, sempre justificados e lastreados no interesse público correspondente (Ascensão, 2002a).

Ascensão (2007b) e Olavo (2005) apontam para a artificialidade da escassez criada pelo ordenamento. Recaindo o direito sobre bens incorpóreos e passíveis de utilização simultânea por diferentes pessoas sem que haja seu consequente esgotamento, o caráter exclusivo do direito intelectual não derivaria da natureza das coisas, mas de simples opção legislativa.

Olavo (2005) atribui a esses direitos a denominação de direitos privativos da propriedade industrial, os quais consistiriam na faculdade de explorar economicamente certas realidades imateriais, como invenções ou signos distintivos. Através da concessão desses direitos de exclusivo, o ordenamento delimitaria reservas de atuação no mercado, impondo não apenas a exclusividade da exploração econômica do bem pelo titular, mas também o ônus de o fazer, sob pena de caducidade.

Ao confrontar a natureza jurídica desses direitos com os de propriedade, observa que haveria ainda diferença significativa no conteúdo por eles normatizado:

Neste contexto, os direitos privativos, tendo por conteúdo a exploração econômica de determinadas realidades, configuram-se como normas de conduta que, visando assegurar o respeito pelo valor econômico das atividades de cada um, incidem também sobre a forma como essas atividades se devem processar – e não como a atribuição estática de bens ou situações jurídicas a determinada pessoa que caracteriza o direito de propriedade (Olavo, 2005, p. 55).

A Constituição Federal Brasileira de 1988 assegura, em seu artigo 5º, inciso XXIX, a proteção à propriedade das marcas. Reforçando essa concepção, o artigo 129 da Lei 9.279/96, que regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial, determina que “[...] a propriedade da marca adquire-se pelo registro validamente expedido [...]” (Brasil, 1996).

Apesar da terminologia adotada, Ascensão (2002a, p. 135) observa que “[...] a lei vincula pelo regime que estabelece, e não pelas qualificações a que recorre [...]”. Assim, se as faculdades conferidas aos titulares de marcas possuem diferenças significativas em relação às de que gozam os proprietários de bens corpóreos, a natureza jurídica desses direitos seria diversa, ainda que a lei utilize o termo “propriedade” para se referir a ambos. Tepedino e Schreiber (2005) concordam que esse termo seria utilizado para se referir a situações jurídicas com regimes bastantes distintos, o que colocaria em risco a própria unidade da denominação “propriedade”.

Já no entendimento de Barbosa, D. (2007), a tutela das marcas no ordenamento jurídico brasileiro teria uma natureza dúplice, configurando ao mesmo tempo um direito de propriedade e uma exclusividade concorrencial. Essa natureza híbrida seria justificada tanto pela imaterialidade dos bens intelectuais, que impediria a completa assimilação do instituto da propriedade, como pela necessidade de sopesar juridicamente os interesses dos titulares das marcas e a garantia constitucional da liberdade de concorrência.

Demonstrando o acolhimento jurídico da natureza proprietária das marcas, o autor observa que as faculdades conferidas ao proprietário pelo artigo 1.228 do Código Civil (nomeadamente de usar, gozar, dispor e reaver a coisa de quem quer que injustamente a possua) encontram correspondência no “[...] direito exclusivo de usar a marca, de tirar dela os frutos, inclusive mediante licenciamento [...]”, bem como no “[...] direito de alienar o título, e de defendê-lo contra quem o violar [...]” (Barbosa, D., 2007, p. 183).

Por outro lado, reconhecendo também a natureza concorrencial das marcas, o ordenamento teria imposto condicionantes que as diferenciariam das demais propriedades móveis, a exemplo do princípio da especialidade, da exclusividade de uso apenas para fins comerciais, da aquisição da propriedade por meio do registro e da possibilidade de o direito ser considerado caduco por falta de uso (Barbosa, D., 2007).

Assim, enquanto alguns autores apontam as peculiaridades da tutela jurídica de marcas como diferenças substanciais que impediriam sua qualificação como direitos de propriedade, outros as reconhecem como simples condicionantes exigidas pela natureza do objeto ou por sua estreita relação com o direito concorrencial, sem com isso lhe retirar a natureza proprietária. A qualificação adotada parece refletir os diferentes pesos atribuídos aos interesses a serem tutelados pelo ordenamento jurídico e pode repercutir na interpretação a ser dada à extensão desses direitos.

Para Barbosa, D. (2007, p. 133), “[...] a expressão ‘monopólio’, utilizada em conexão com os direitos exclusivos sobre criações intelectuais, implica numa fé na

prevalência do interesse público sobre o interesse privado dos investidores [...]”. Já para Ascensão (2002a, p. 126), a qualificação dos direitos intelectuais como direitos de propriedade teria “[...] clara função ideológica, para cobrir a nudez crua do monopólio sob o manto venerável da propriedade [...]”.

Morgado (2018) aponta que as primeiras leis sobre direitos intelectuais foram fortemente influenciadas pela concepção de que direitos de propriedade seriam direitos fundamentais, sagrados e invioláveis, conforme previsto pela Declaração de Direitos do Homem e do Cidadão, de 1789. A qualificação como propriedade lhes conferiria a aura simbólica do direito real máximo, exigindo que eventuais restrições aos direitos intelectuais fossem claramente demarcadas e justificadas (Ascensão, 2007b).

Tomando-os como direitos que visam assegurar a devida retribuição pelos esforços empenhados na criação de uma imagem empresarial (Barbosa, D., 2011), faria sentido considerá-los como verdadeiros direitos de propriedade, cujos limites devam ser restritivamente interpretados. Já a qualificação como direito de exclusivo partiria do pressuposto de que os direitos intelectuais configuram exceções ao princípio geral da liberdade de iniciativa e de expressão, criando restrições artificiais aos direitos dos demais concorrentes que só se justificam na medida em que atendem ao interesse público (Ascensão, 2007b).

A conceituação inversa do que seria regra e exceção repercute de igual maneira na interpretação a ser dada às normas que originam esses direitos. Tratando-se de restrições excepcionais ao espaço comum de liberdade, são os contornos desses direitos que devem ser claramente demarcados e restritivamente interpretados, não podendo haver expansão sem correspondente vantagem geral (Ascensão, 2002b).

Como informa Morgado (2018), a teoria dos direitos de propriedade é a mais aceita atualmente pela doutrina brasileira, sendo suas críticas enfrentadas em grande parte sob o argumento de que os direitos intelectuais seriam direitos de propriedade *suis generis*. Pela própria natureza incorpórea dos bens sobre os quais recaem, não se assemelhariam em tudo ao conceito já existente de propriedade, mas isso não afastaria a relação de domínio existente entre o bem e seu titular, sendo o direito igualmente imposto *erga omnes*.

Essa qualificação não implica, contudo, a concessão de poderes irrestritos aos titulares de direitos intelectuais. Embora o direito de propriedade seja absoluto no sentido de ser oponível a todos indistintamente, ele deve sempre admitir limites e ser condicionado pela função social (Ascensão, 2002a).

No ordenamento jurídico brasileiro, a função social da propriedade é assegurada como direito fundamental e como princípio de ordem econômica, previstos respectivamente no artigo 5º, inciso XXIII e no artigo 170, inciso III, ambos da Constituição Federal:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

[...]

XXII - é garantido o direito de propriedade;

XXIII - a propriedade atenderá a sua função social;

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

[...]

II - propriedade privada;

III - função social da propriedade; (Brasil, 1988)

A garantia constitucional da propriedade privada é seguida de perto pela exigência de que atenda à sua função social. Tepedino e Schreiber (2005) concluem, assim, que o direito de propriedade no ordenamento jurídico brasileiro não se resume à visão individualista de um conjunto de poderes atribuídos a seu titular. Seu conteúdo é moldado pelos interesses socialmente relevantes, de modo que apenas a propriedade que cumpre sua função social é de fato garantida pela Constituição.

Não havendo exceção constitucionalmente prevista, essa máxima é aplicável a toda propriedade, seja ela incidente sobre bens móveis ou imóveis, corpóreos ou incorpóreos.

Assim, as marcas, patentes e todas as expressões da assim chamada 'propriedade intelectual' vêm artificialmente desenvolvidas sob os moldes de um estatuto proprietário, justamente para atrair a eficácia protetiva que se atribui à propriedade privada. Também, nestes casos, todavia, não se pode deixar de referir à função social que deve ser desempenhada por estas novas situações jurídicas subjetivas [...] (Tepedino e Schreiber, 2005, p. 109).

No tocante à propriedade das marcas, o artigo 5º, inciso XXIX da Constituição Federal determina, especificamente, que a proteção a ser conferida por lei deverá ter em vista "[...] o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País [...]"



(Brasil, 1988). Interpretando a aplicação dessa cláusula finalística, Barbosa, D. (2007) sugere uma preocupação com as liberdades de iniciativa e de informação, defendendo que o espaço de exclusão proporcionado pela marca deve ser restringido ao mínimo necessário para que ela possa exercer adequadamente a sua função distintiva.

Tendo em mente a orientação constitucional, a Lei 9.279/96 assegurou um regime jurídico de proteção às marcas que leva em conta os diferentes interesses envolvidos na concessão dos direitos, a começar pelo princípio da especialidade, que limita a exclusividade do sinal ao seu uso comercial em segmento de mercado idêntico, semelhante ou afim. Ademais, exige o uso efetivo do sinal para o fim a que se propõe, sob pena de caducidade, e condiciona a concessão do registro a diversos requisitos que demonstrem ser o sinal capaz de atuar como marca, sem desrespeitar a ordem pública ou os interesses de consumidores e demais concorrentes. (Barbosa, D., 2007).

Mesmo negando a natureza jurídica de propriedade privada aos direitos de marca, Olavo (2005) reforça a necessidade de o regime jurídico prever mecanismos para balancear os diferentes interesses envolvidos, de modo a evitar abusos na limitação da concorrência. E Ascensão (2007b) pondera que não apenas a propriedade, mas todos os direitos estão sujeitos ao princípio da função social.

Seguindo por esse entendimento, Tepedino e Schreiber (2005) esclarecem que todas as situações jurídicas subjetivas devem se orientar pelos valores existenciais e solidários que regem o ordenamento jurídico brasileiro. E acrescentam que os direitos de propriedade industrial se condicionam não apenas aos interesses sociais relevantes, mas também “[...] ao desenvolvimento da personalidade humana, fim maior do nosso sistema civil-constitucional [...]” (Tepedino e Schreiber, 2005, p. 110).

### 3.2 FUNÇÕES DA MARCA

“[...] Marca é, antes de mais, um sinal, ou seja, uma realidade perceptível aos sentidos [...]” (Olavo, 2005, p. 71). A aposição desses sinais em produtos ou serviços é facultativa e pode desempenhar diferentes papéis no contexto da economia de mercado. Ramello (2006) cita como exemplos a veiculação de informações sobre a proveniência dos produtos, o reconhecimento de experiências prévias de consumo, o incentivo ao

investimento em qualidade, a construção de uma reputação empresarial e até mesmo a possível criação de barreiras de entrada a novos competidores. No entanto, nem todos os efeitos econômicos proporcionados pela marca serão protegidos pelo Direito de Propriedade Industrial (Sousa e Silva, 1997).

A função jurídica da marca é aquela para a qual o direito exclusivo foi criado. É a "[...] finalidade ou utilidade com que a atividade se manifesta para que cumpra ou atinja o que determina a lei [...]" (Morgado, 2018, p. 74). A concessão de direitos subjetivos pressupõe o reconhecimento de uma situação que demande proteção jurídica com a finalidade de atingir determinado fim. Apenas as atuações da marca que contribuam para atingir o objetivo desejado pelo ordenamento trarão repercussões jurídicas, ainda que outros papéis lhe possam ser atribuídos de maneira acessória ou incidental.

Moro (2017, p. 349) esclarece que as marcas têm por características essenciais identificar e diferenciar produtos ou serviços no mercado, acrescentando que a proteção a elas conferida "[...] nada mais objetiva do que garantir a possibilidade a cada concorrente de se identificar e diferenciar no mercado, assegurando ao consumidor a possibilidade de escolha e, por consequência, a manutenção da concorrência no mercado [...]".

Fernández-Novoa (1978), por outro lado, sustenta que a marca indica não apenas a procedência empresarial, mas também a qualidade dos produtos ou serviços postos no mercado, contribuindo com ambas as funções para proteger o interesse dos consumidores e facilitar a dinâmica concorrencial. Ademais, reconhece que a marca possibilita a cristalização da boa fama dos produtos ou serviços assinalados, o que constituiria, do ponto de vista do titular, sua função mais importante.

Embora não haja consenso sobre quais funções possuem verdadeira proteção jurídica, Sousa e Silva (1997) informa que as funções mais frequentemente apontadas pela doutrina são: identificação de produtos ou serviços, indicação de origem ou procedência, atuação como instrumento publicitário, garantia de qualidade e fixação de clientela. No presente trabalho, iremos nos ater às três primeiras funções, com vistas a compreender qual o papel desempenhado pelos direitos da personalidade quando reproduzidos em conjuntos marcários e quais os usos desses direitos que devem ser considerados usos de marca.

### **3.2.1 As funções distintiva e de indicação de origem**

A função distintiva está relacionada com a necessidade de diferenciar os diversos produtos e serviços oferecidos num mesmo segmento de mercado. Diante da “[...] produção homogênea e estereotipada dos produtos [...]” (Gonçalves, 1999, p. 25), a presença de sinais distintivos contribui para a identificação do bem que se gostaria de adquirir, minimizando os esforços empregados no processo de escolha e contribuindo para solucionar problemas de assimetria de informação (Ramello, 2006).

Conforme leciona Ascensão (2007a, p. 11), “[...] os sinais distintivos do comércio têm uma função primordial, que é justamente a de elucidar o público, permitindo-lhe distinguir elementos do mundo dos negócios e não ser induzido em erro [...]”. Haveria, portanto, um interesse público em restringir o espaço comum de liberdade para conceder direitos de uso exclusivo sobre sinais capazes de auxiliar o público consumidor a exercer suas escolhas de maneira mais informada.

Ao conferir elementos suficientes para afastar a confusão entre os diversos bens ofertados, a marca facilita a repetição de transações comerciais, possibilitando não apenas o retorno pelos investimentos realizados (Barbosa, D., 2007), mas também a própria manutenção do sistema de livre concorrência (Gonçalves, 1999).

Assim, estando a função distintiva relacionada com o propósito principal da marca, trata-se por certo de uma função juridicamente protegida. A ausência de distintividade, ou seja, a incapacidade de um sinal atuar na diferenciação de produtos ou serviços, afasta a possibilidade de seu uso exclusivo como marca, conforme se depreende da vedação contida no artigo 124, inciso VI, da LPI, bem como da própria definição de marca trazida pelo artigo 122: “São suscetíveis de registro como marca os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais” (Brasil, 1996).

Barbosa, D. (2011, p. 39) a considera a “[...] função nuclear da marca [...]”, ao passo que Ascensão (2002b, p. 46) vai mais além, declarando que “[...] a única função da marca é a função distintiva [...]”. A doutrina diverge, entretanto, quanto à delimitação dos contornos da função distintiva, que ora é apontada como uma função de identificação de produtos ou serviços, ora é utilizada para aludir à função de indicação de origem ou procedência.

Ascensão (2002b) e Morgado (2018) entendem que a função distintiva deve ser compreendida como aquela desempenhada pela marca para identificar os produtos ou

serviços por ela assinalados. Ascensão (2002b) acrescenta que, ao contrário de outros sinais distintivos, a marca não se presta a identificar bens singularmente considerados, mas sim produtos e serviços integrados em uma série, distinguindo-os, por consequência, daqueles que não pertençam à mesma série.

Como explica Morgado (2018), a marca não apenas distingue produtos e serviços em relação a outros análogos, mas principalmente em relação a outros de origem diversa, sendo este o ponto sensível que divide a doutrina. Embora haja consenso quanto à atuação da marca na individualização de produtos e serviços, parte da doutrina entende que a função distintiva não se restringiria a isso. Seria através da distinção dos bens entre si (função-meio) que a marca atingiria a finalidade de distinguir a proveniência desses bens.

Na visão de Gonçalves (1999), a utilização exclusiva da marca como meio de identificar um grupo de produtos ou serviços só faria sentido se fosse possível assegurar que os bens pertencentes àquele grupo são qualitativamente idênticos entre si e, ao mesmo tempo, diversos de outros não marcados com o mesmo sinal – o que não seria necessariamente verídico ou legalmente exigido de um sinal marcário. O autor adverte ainda que, ao se limitar à sua função-meio, a marca correria o risco de se converter na denominação genérica dos produtos ou serviços assinalados, ao que Morgado (2018) contesta com base na ausência de correlação específica entre os fatores:

Resta evidente que uma marca pode perder sua capacidade distintiva, pelo uso reiterado como identificador de gênero ou espécie de produtos ou serviços. Contudo, esse fenômeno pode ocorrer independentemente de a mesma identificar a origem daquilo que assinala. (Morgado, 2018, p. 81)

Para Olavo (2005), a função distintiva estaria relacionada com a identificação da origem empresarial, informando ao consumidor a existência de uma relação estabelecida entre determinado agente econômico e os produtos ou serviços marcados naquele segmento. A marca não identificaria nominalmente o produtor ou fornecedor, mas garantiria a existência de uma origem única de controle sobre as atividades ofertadas, recaindo sobre essa empresa a responsabilidade pela qualidade dos bens assinalados.

Nos primeiros ordenamentos jurídicos em que se contemplava a tutela de marcas, havia direta correlação entre a atividade produtiva e o uso do sinal (Gonçalves, 1999). Além de exigir-se a demonstração da legitimidade do requerente para exercer a atividade, proibía-se a transferência de titularidade do registro sem a correspondente transferência do estabelecimento empresarial. Assim, “[...] a função distintiva desempenhava um papel

claro: distinguia a origem dos produtos e garantia a constância desta mesma origem [...]” (Gonçalves, 1999, p. 26). Assegurava ainda, indiretamente, a manutenção da qualidade entre os produtos assinalados.

No entanto, ao longo do tempo, ocorreram importantes mudanças fáticas e legislativas na relação mantida entre a marca e seu titular, que tornaram mais nebulosa a concepção de constância da origem. Passou-se a admitir, por exemplo, a transmissão autônoma da marca, sua utilização por diferentes empresas de um mesmo grupo econômico e a negociação de licenças de uso com múltiplos agentes. Como consequência, houve a necessidade de repensar o conceito de função distintiva, ao menos enquanto indicadora de proveniência.

Para contemplar as novas situações, a doutrina evoluiu para uma concepção menos concreta de origem. Ademais de indicar uma procedência empresarial única, a função distintiva passou também a poder indicar que os produtos ou serviços assinalados viriam de empresas sucessoras ou que mantinham relações contratuais entre si (Gonçalves, 1999).

Fernández-Novoa (1978) via com ressalvas essa ampliação conceitual. Para o autor, a marca utilizada por diversas empresas só continuaria a exercer seu papel informativo quanto à origem empresarial se as empresas estivessem unidas em torno de interesses comuns no uso da marca, o que poderia não se verificar nas hipóteses de licenciamento da marca, por exemplo.

Já para Gonçalves (1999), mais do que indicar uma origem empresarial comum, a função distintiva indicaria a existência de uma relação entre os bens assinalados e a pessoa (física ou jurídica) responsável pelo uso não enganoso da marca. Barbosa, D. (2007) vai além e nega que o conceito de origem esteja relacionado ao titular da marca ou ao estabelecimento empresarial, vinculando-o à noção de um valor concorrencial único:

A “origem” a que se refere o direito de marcas é simplesmente o valor concorrencial resultante da coesão e consistência dos produtos e serviços vinculados à marca, que, na perspectiva do consumidor, minoram seu custo de busca de alternativas, e, da perspectiva do investidor, representam a expectativa razoável de uma clientela. Essa relação fática e bilateral, que se realimenta, transcende as licenças, prescinde da garantia de qualidade, ignora a geografia e as peculiaridades de um estabelecimento fabril (Barbosa, D., 2007, p. 22).

As constantes alterações de conteúdo se restringiam à concepção da função distintiva enquanto uma função indicadora de origem ou procedência. Visavam manter

uma unicidade em torno dos produtos e serviços assinalados que ultrapassassem a simples aposição do sinal. No entanto, à medida que os ordenamentos outorgavam crescente autonomia jurídica às marcas, tornava-se mais complexo justificar que a função de indicação de origem permanecia juridicamente relevante.

Na visão de Ascensão (2002b), trata-se de uma função já esgotada e que não deve ser confundida com a função distintiva. Dizer que a marca identifica a existência de um grupo empresarial ou de um sujeito por ela responsável seria apenas reconhecer que toda marca tem um titular ao qual cabem direitos e deveres, o que não configura a finalidade esperada do direito de marcas. Para o autor, a única função da marca seria distinguir os produtos ou serviços integrados na série de outros não integrados. Eventuais efeitos decorrentes dessa distinção seriam extrajurídicos.

A Lei de Propriedade Industrial parece incorporar, na literalidade do artigo 123, inciso I, ambas as vertentes conceituais da função distintiva, definindo a marca de produto ou serviço como “[...] aquela usada para distinguir produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou afim, de origem diversa [...]” (Brasil, 1996). No entanto, seguindo a tendência de relativização da indicação de origem, a lei brasileira contempla a possibilidade de transferência autônoma da marca (sem a correspondente transferência do estabelecimento empresarial), bem como da realização de contratos de licença de uso com terceiros, sem impor qualquer exigência de informação aos consumidores (Morgado, 2018).

Deduz-se, assim, que a função juridicamente esperada e diretamente exercida pela marca é a de identificar produtos e serviços oferecidos no mercado. Tratando-se de marca registrada e considerando que o registro confere ao titular o uso exclusivo do sinal em determinado segmento de mercado, tem-se por consequência que, ao identificar de maneira única um dado conjunto de produtos ou serviços, a marca atuará também na diferenciação destes em relação a outros produtos ou serviços assinalados por marcas diversas ou por marca alguma. É essa diferenciação que permitirá reduzir a assimetria de informação, evitando o risco de confusão pelo público consumidor.

### **3.2.2 Função publicitária**

A associação de uma marca a determinados produtos ou serviços serve, primeiramente, para identificá-los e diferenciá-los em relação a outros oferecidos no mercado. Entretanto, efeitos adicionais podem surgir da relação simbólica comercialmente estabelecida.

Além de permitir ao consumidor reconhecer qual o produto contido em cada embalagem ou qual das opções oferecidas corresponde a uma experiência prévia de consumo, a marca pode condensar valores ou transmitir mensagens não diretamente relacionadas com o conteúdo do produto ou serviço a ser comercializado. Essa influência exercida junto ao público consumidor, que torna a valoração das escolhas de compra menos objetivas e mais dependentes de uma imagem subjetivamente criada, é o que se denomina de função publicitária da marca (Gonçalves, 1999).

“[...] Através de um processo de encantamento e poesia [...]” (Barbosa, D. 2011, p. 41), a marca passa a promover os produtos que assinala e a valorizar as atividades desenvolvidas pelo titular, contribuindo, em última análise, para a consolidação de sua boa-fama (Fernández-Novoa, 1978).

Embora a marca possa exercer função publicitária, não há consenso na doutrina sobre a existência de tutela jurídica autônoma dessa função. Para alguns autores, como Ascensão (2002b), a única função juridicamente protegida seria a distintiva. Ainda que a marca possa atuar como um veículo de comunicação e ser dotada do que Gonçalves (1999, p. 115) denomina de “[...] uma especial força de venda [...]”, ela não seria concedida com essa finalidade.

De modo semelhante, Sousa e Silva (1997) reconhece que a marca chama a atenção do consumidor e que serve como uma referência para os que tenham ficado satisfeitos com experiências anteriores, mas adverte que esses seriam efeitos decorrentes da função distintiva. Como regra geral, a função publicitária só seria protegida de maneira instrumental, para preservar a finalidade distintiva da marca e impedir a confusão entre produtos ou serviços diferentes ofertados em segmentos análogos.

Baseando-se em estudo de Brown (1948) acerca das diferentes funções exercidas pela publicidade, Morgado (2018) sustenta que apenas o viés informativo possuiria utilidade pública. Nesses casos, a publicidade atuaria como um veículo de informações acerca dos produtos ou serviços disponíveis no mercado, reduzindo os custos de busca do consumidor e se aproximando da função distintiva da marca.

Já seu viés persuasivo – que incutiria valores e necessidades de consumo capazes de serem satisfeitas pela escolha do bem comercializado – é associado por alguns autores

à criação de efeitos negativos à liberdade concorrencial, como o agravamento da desigualdade entre concorrentes e a diminuição da racionalidade no processo de consumo (Gonçalves, 1999).

Embora tenha relevância econômica e possa motivar investimentos de imagem realizados pelo titular, o viés persuasivo da publicidade não parece se relacionar com a finalidade para a qual os direitos de marca são concedidos. A força simbólica da marca importa juridicamente enquanto veicule informações, evite confusões e facilite as transações num mercado de livre concorrência.

O potencial particular de certas marcas para atuar como selo de qualidade ou incentivar o consumo é respeitado pelo ordenamento, que inclusive confere a seu titular a exclusividade de uso da marca em propaganda (artigo 131, LPI). No entanto, a concessão do direito independe da capacidade publicitária do sinal e eventuais oscilações na imagem subjetiva da marca não ameaçam a continuidade do registro.

A marca é concedida com a finalidade de identificar e distinguir o que assinala e é para exercer tal finalidade que o ordenamento lhe confere proteção. Assim, para fins jurídicos, o uso como marca é o uso que se faz daquele sinal em sua função distintiva, ainda que outros efeitos ou estímulos econômicos lhe possam ser imputados (Ascensão, 2002b).

Exceção é apontada pela doutrina no caso das marcas de alto renome, cuja proteção para além dos limites da especialidade seria conferida em função de uma finalidade publicitária. Conforme sustenta Sousa e Silva (1997), a tutela conferida a essas marcas não tem o intuito de afastar possível confusão entre produtos ou serviços sem afinidade, mas sim impedir que a força publicitária dos sinais seja prejudicada. No mesmo sentido, Morgado (2018, p. 100) avalia que a proteção especial conferida pelo artigo 125 da LPI consagra o reconhecimento da autonomia da função publicitária da marca de alto renome, "[...] já que baseada no magnetismo que esta última exerce sobre o público [...]".

Gonçalves (1999) observa que se trata de uma situação anômala para um sistema de livre concorrência baseado na diferenciação de produtos e serviços. Embora o ordenamento reconheça a função publicitária da marca de maneira pontual, essa proteção seria conferida "[...] no quadro de um sistema estruturalmente distintivo [...]" (Gonçalves, 1999, p. 215).

### 3.2.2.1 Merchandising



O reconhecimento de uma marca perante o público consumidor e os valores subjetivos a ela atribuídos podem atuar como propulsores de consumo ou como fatores decisivos em meio à variedade de produtos semelhantes oferecidos no mercado. No entanto, há um custo considerável no lançamento de uma marca nova até que ela atinja esse patamar de atratividade. Zilde Neto (2003) observa que as despesas promocionais nos dois primeiros anos de lançamento podem ser superiores ao faturamento bruto do terceiro ano.

A fim de encurtar esse caminho e de garantir uma posição comercial de destaque, é possível que as empresas optem pela utilização de um símbolo que já tenha prévia notoriedade e aceitação entre os consumidores, tomando emprestada sua força publicitária. Trata-se de sinais que alcançaram reconhecimento em outro campo de atuação, a exemplo de obras protegidas por direito autoral, marcas renomadas de terceiros ou ainda sinais identificadores de pessoas reais, como nomes ou imagens de celebridades.

Gonçalves (1999) explica que o fenômeno conhecido como *merchandising* corresponde à exploração comercial secundária de um bem incorpóreo (marca ou obra artística) ou de um bem da personalidade que tenha se tornado notório em sua utilização primária. Segundo o autor, essa exploração poderia ocorrer de duas maneiras: através do uso do bem como parte integrante de um novo produto (a exemplo de mochilas e cadernos que estampem personagens de quadrinhos) ou como marca, identificando e diferenciando um produto ou serviço de outros oferecidos no mercado. Para o propósito do presente trabalho, iremos nos ater à segunda possibilidade, especialmente no que tange ao registro de nomes ou imagens de pessoas famosas como marca, tendo em vista essa prática ter se tornado corriqueira, levando à proteção de diversas marcas compostas, em especial, por nomes de celebridades.

O registro de marca composta por direito da personalidade pode ser solicitado tanto pelo titular do direito em questão, como por terceiros. No entanto, Araújo, Peralta e Aime (2018) observam que o registro em nome próprio pode não configurar a melhor estratégia para uma celebridade que deseja resguardar seu nome ou imagem de eventual exploração indevida.

A concessão de exclusividade econômica sobre um sinal pressupõe o interesse real do requerente em utilizá-lo em sua função distintiva. Desse modo, a celebridade só terá legitimidade para solicitar registro de marca que vise assinalar produtos ou serviços

relacionados com sua área de atuação. E esse registro apenas configurará anterioridade impeditiva a outros sinais que venham a ser depositados posteriormente em segmento de mercado idêntico, semelhante ou afim. Caso a celebridade deseje explorar economicamente seu nome ou imagem em áreas nas quais não atue, poderá conceder licença para que outra pessoa – física ou jurídica – os registre e os utilize como marca.

A negociação que tenha por finalidade o *merchandising* de marcas, obras artísticas ou direitos da personalidade exige que o titular do bem a ser explorado não apenas exerça direito exclusivo sobre ele em sua utilização primária, mas também possa proibir sua exploração secundária por terceiros não autorizados (Gonçalves, 1999). No exemplo em questão, a utilização primária do bem se dá como sinal identificador exclusivo da pessoa em sociedade e somente ela pode consentir com o registro de marca que o reproduza, por força do que determina o artigo 124, incisos XV e XVI da Lei de Propriedade Industrial.

A associação feita entre celebridades e determinados produtos ou serviços pode gerar vantagens econômicas para ambos os contratantes (Araújo; Peralta; Aime, 2018). O indivíduo retratado é recompensado financeiramente pela restrição ao exercício de seus direitos da personalidade. Já aquele que explora diretamente a atividade econômica secundária é beneficiado pela extensão da confiança, da expertise ou da estima depositada pelos consumidores na celebridade em questão.

Como aponta Barbosa, D. (2012), a exploração publicitária de famosos não se resume à aparência (imagem-retrato), podendo ainda englobar todo um conjunto de características positivas que o consumidor atribui àquele indivíduo e com as quais gostaria de se identificar (imagem-atributo). Através do chamado *merchandising* de reputação, nomes de personalidades queridas e respeitadas pelo público passam a ser utilizados para identificar e, principalmente, agregar valor a produtos e serviços, em razão da transferência da boa fama do indivíduo para a mercadoria que está sendo endossada (Araújo; Peralta; Aime, 2018).

Tamanha notoriedade não vem sem custo. Há um valor econômico que decorre do trabalho de construção da imagem do artista ou da celebridade perante o público em geral e que acaba por acelerar o fator de atração do produto sobre o qual é aposta a marca composta pelo direito da personalidade. Assim, o uso promocional de sinais identificadores de pessoas reais exige sempre o consentimento do indivíduo afetado, seja em razão do poder de autodeterminação pessoal sobre seus bens da personalidade, seja para impedir o enriquecimento ilícito de terceiros que queiram se beneficiar comercialmente da reputação alheia sem a devida autorização (Barbosa, D., 2012).

Devido ao especial poder de atração do bem reproduzido, é possível reconhecer que a marca composta por nome ou imagem de pessoa famosa “[...] exerce uma função publicitária autónoma da função distintiva [...]” (Gonçalves, 1999, p. 255). O sinal é escolhido para funcionar como marca justamente em razão da função publicitária que é capaz de exercer, invertendo a lógica usual de ser a atratividade mera decorrência da função distintiva.

No entanto, a tutela conferida pelo registro não tem por finalidade proteger essa função publicitária. Como observa Gonçalves (1999), o poder de atração é exercido pelo bem da personalidade em sua utilização primária. Deriva do bom desempenho da celebridade em se manter em evidência, não dependendo para tanto da existência de qualquer registro.

Não se trata, portanto, de marcas de alto renome, mas de marcas compostas por direitos da personalidade de pessoas renomadas. No que concerne ao Direito de Propriedade Industrial, a proteção conferida visa apenas garantir a correta identificação e diferenciação de produtos e serviços no mercado.

### 3.3 A RELAÇÃO JURÍDICA ESTABELECIDADA ENTRE O DIREITO DE MARCAS E O DIREITO DA PERSONALIDADE

O nome da pessoa é utilizado com o propósito de individualizá-la e identificá-la no meio social. É através do nome (tomado aqui em sentido amplo) e também de sua imagem que a pessoa se apresenta ao mundo, com todas as suas características, crenças, histórias, direitos e deveres assumidos perante a coletividade. Os sinais identificadores da pessoa carregam uma gama importante de informações sobre ela, permitindo não apenas sua identificação, mas a realização de sua identidade pessoal. Nas palavras de Brandelli (2012, p. 42), “[...] o nome absorve a personalidade do indivíduo [...]”, sendo “[...] fundamental para a existência humana [...]”.

Nome e imagem são, portanto, atributos humanos essenciais que compõem a personalidade do indivíduo, estando vinculados de maneira orgânica e permanente a seu titular. Submetem-se, enquanto tal, ao regime jurídico próprio dos direitos da personalidade, sendo usualmente classificados como direitos gerais, absolutos, extrapatrimoniais, imprescritíveis, intransmissíveis e indisponíveis (Tepedino, 2004).

Como visto em seção anterior, em que pese a literalidade do artigo 11 do Código Civil, a grande maioria da doutrina brasileira admite que a indisponibilidade dos direitos da personalidade não configura impedimento absoluto à limitação voluntária de seu exercício. Na visão de Cantali (2009), a realização da personalidade do titular pressupõe uma esfera de autodeterminação pessoal que lhe permita tomar decisões sobre os próprios bens da personalidade, desde que preserve o núcleo essencial da dignidade humana e observe os limites impostos pela ordem pública.

Os direitos da personalidade admitem, portanto, duas dimensões: uma negativa e outra positiva. A dimensão negativa está relacionada com a proteção da personalidade contra eventual lesão ou ameaça de lesão que lhe seja dirigida. Trata-se de uma dimensão defensiva do direito, que provê ferramentas para que o indivíduo possa prevenir a ocorrência de dano ou exigir a reparação do mesmo (Franceschet, 2014). A esse fim se dedica grande parte da legislação brasileira sobre o tema, a exemplo do artigo 12 do Código Civil: “Pode-se exigir que cesse a ameaça, ou a lesão, a direito da personalidade, e reclamar perdas e danos, sem prejuízo de outras sanções previstas em lei”. (Brasil, 2002).

Entretanto, o binômio lesão-reparação não seria capaz de atender a todas as demandas existenciais dos indivíduos. A promoção da personalidade depende ainda da possibilidade de fazer escolhas autônomas sobre a própria existência. Assim, a dimensão positiva garantiria aos titulares o que Cantali (2009) denomina de um poder de gestão sobre seus interesses pessoais, admitindo a limitação voluntária do exercício de direitos da personalidade e, eventualmente, o aproveitamento econômico dos bens jurídicos tutelados.

A autora explica que essa esfera de autodeterminação pessoal seria essencial para instrumentalizar o direito ao livre desenvolvimento da personalidade, o qual não se encontra expressamente positivado em nosso ordenamento, mas deriva da cláusula geral de proteção e promoção da dignidade humana, contemplada na Constituição Federal. Sob uma perspectiva civilista, Franceschet (2014) acrescenta que a faculdade de aproveitamento dos bens da personalidade emanaria ainda da natureza privada dos direitos subjetivos da personalidade, a qual concederia ao titular poder exclusivo de exploração patrimonial sobre os mesmos, dentro dos limites impostos pelo ordenamento.

A dimensão positiva permite, portanto, que o titular usufrua de maneira ativa e exclusiva de seus bens da personalidade, de modo a atender a interesses de ordem pessoal ou patrimonial. Nas palavras de Bittar (1999, p. 45):

[a]liam-se, pois, os aspectos pessoais e os patrimoniais das relações jurídicas correspondentes, permitindo-se, a um só tempo, o respeito aos valores da personalidade do titular e a fruição, por este, dos resultados econômicos referentes à utilização pública destes bens.

A doutrina brasileira majoritária classifica os direitos da personalidade como direitos extrapatrimoniais, em função da impossibilidade de estimar o seu valor pecuniário (Tepedino, 2004). Admite, no entanto, que a fruição desses direitos possa gerar reflexos econômicos em determinadas circunstâncias, como em negociações que envolvam a utilização de nomes ou imagens pessoais para fins publicitários.

Apresentando posicionamento diverso, Franceschet (2014) interpreta a possibilidade jurídica de incluir certos bens da personalidade em negociações comerciais como critério suficiente para admitir que esse direito, de caráter eminentemente pessoal, também possa ser dotado de algum conteúdo patrimonial. Esse aspecto, caso existente, não seria externo, como um reflexo de fruições pontuais, mas comporia o próprio direito, sendo indissociável de seu aspecto pessoal.

Vasconcelos (2006) complementa que o reconhecimento do conteúdo misto (pessoal e patrimonial) desses direitos seria necessário para admitir o aproveitamento econômico dos mesmos. Do contrário, seria necessário um sistema dual de proteção e de fruição dos direitos da personalidade, nos moldes aventados pelo direito norte-americano em que a tutela se divide entre *right of privacy* (pessoal) e *right of publicity* (patrimonial).

Segundo Franceschet (2014), o *right of privacy* teria sido desenvolvido para proteger o titular contra agressões injustas à sua personalidade que viessem a lhe causar danos de natureza moral. Dotado de dimensão exclusivamente pessoal e defensiva, esse direito não poderia ser invocado para justificar o aproveitamento dos bens da personalidade pelo titular ou para protegê-lo contra atos não consentidos que lhe trouxessem impacto meramente econômico. Assim, por exemplo, um artista famoso que tivesse contrato de divulgação de imagem com determinada empresa, não poderia se valer, a princípio, do *right of privacy* para impedir que outra empresa expusesse sua imagem em condições análogas, sem o seu consentimento ou correspondente remuneração.

Diante da limitação do alcance desse direito e da efetiva exploração econômica de bens da personalidade no mercado norte-americano, o autor informa que a figura do *right of publicity* teria sido concebida pela doutrina e, mais tarde, confirmada pela jurisprudência como um direito patrimonial, cujo objetivo seria possibilitar que o titular

tivesse maior controle sobre o aproveitamento econômico de certos bens da personalidade, como nome, voz e imagem.

Em função dessa natureza patrimonial, o *right of publicity* seria ainda transmissível, sujeitando-se a regime jurídico distinto e independente dos direitos pessoais da personalidade. Assim, caso o titular transferisse o direito de exploração econômica sobre sua imagem, ele não poderia apresentar argumentos de ordem existencial para rescindir o contrato ou para contestar os meios escolhidos pelo contratante para essa exposição. Como observam Schaal e Figueiredo (2021):

Enquanto em outros países poderia ser uma questão polêmica, o controle do uso comercial do nome, imagem e aspectos da identidade, como apelidos e nomes de usuário, é considerado nos Estados Unidos um direito de propriedade, baseado em lei. (Schaal; Figueiredo, 2021, p. 191).

Em que pese a grande influência exercida pelo ordenamento jurídico norte-americano, Glitz e Toazza (2014) informam que a maioria dos países da *Civil Law* não reconhece a existência de um direito autônomo ao aproveitamento econômico da imagem, considerando ser este um aspecto integrante da tutela positiva do direito da personalidade.

Posicionando-se a favor dessa corrente monista, Franceschet (2014) sustenta que a aplicação de um regime exclusivamente patrimonial a atributos humanos, também dotados de valores existenciais, não seria compatível com o ordenamento jurídico brasileiro, uma vez que prejudicaria a proteção integral conferida à pessoa humana. Ademais, a transmissão irrevogável de direitos patrimoniais sobre o próprio nome ou imagem poderia cercear indevidamente a autonomia do titular e dificultar a proteção dos direitos pessoais sobre o mesmo bem.

Em última análise, conclui que o aproveitamento de bens da personalidade não depende da existência de um direito exclusivamente patrimonial, sendo suficiente compreendê-lo como uma decorrência da natureza privada dos direitos da personalidade, os quais, enquanto direitos subjetivos, confeririam a seu titular as prerrogativas de explorar economicamente os seus atributos e de se opor a quem injustamente o fizesse.

Indo mais além, Cantali (2009) sustenta que não seria necessário reconhecer qualquer conteúdo patrimonial a esses direitos a fim de admitir sua fruição efetiva. Argumenta que o poder de disposição não seria exclusivo dos direitos patrimoniais, mas necessário também para o exercício pleno dos direitos existenciais. Assim, ainda que se entenda – como a maioria da doutrina brasileira – que os direitos da personalidade têm

caráter exclusivamente existencial, é possível compreender a disposição voluntária e o aproveitamento econômico de certos atributos como modo de possibilitar o livre desenvolvimento da personalidade de seu titular.

Independentemente da classificação adotada, é importante pontuar que, no ordenamento jurídico brasileiro, o aproveitamento recai sobre o exercício desses direitos, e não sobre o direito em si. Em outras palavras, ainda que sejam objetos de negócios jurídicos bilaterais, nome e imagem, enquanto aspectos essenciais da personalidade do indivíduo, permanecem inevitavelmente sob sua titularidade e controle (Franceschet, 2014). O que se admite é a negociação pontual com vistas à utilização do bem da personalidade em circunstâncias específicas e previamente acordadas.

A Lei de Propriedade Industrial prevê uma dessas hipóteses, ao admitir o registro de marca que reproduza sinais identificadores da personalidade humana.

Art. 124. Não são registráveis como marca:

[...]

XV - nome civil ou sua assinatura, nome de família ou patronímico e imagem de terceiros, salvo com consentimento do titular, herdeiros ou sucessores;

XVI - pseudônimo ou apelido notoriamente conhecidos, nome artístico singular ou coletivo, salvo com consentimento do titular, herdeiros ou sucessores; (Brasil, 1996)

Observa-se que a permissão conferida pela LPI é residual. Como regra, nomes e imagens pessoais não podem ser apropriados a título de marca por terceiros. O aproveitamento econômico de bens da personalidade constitui faculdade exclusiva de seu titular, como meio de viabilizar o livre desenvolvimento de sua personalidade. Assim, para que o sinal se mostre disponível a registro, é necessário que o requerente demonstre ser o próprio titular ou ter obtido o devido consentimento para tanto.

Como explica Cantali (2009), o consentimento é condição indispensável para a admissibilidade de quaisquer atos de disposição envolvendo bens da personalidade. Assim, a manifestação da vontade constitui, ao mesmo tempo, um instrumento para o exercício do poder de autodeterminação pessoal e uma declaração negocial, que pode estar inserida no âmbito de um negócio jurídico unilateral (como no caso de o titular ser o próprio requerente da marca) ou bilateral (quando proferido, por exemplo, em contexto contratual para que outra pessoa solicite o registro).

Nesse último caso, teremos uma relação obrigacional entre o titular do bem reproduzido e o requerente do pedido de marca. Na visão de Brandelli (2012), trata-se de uma obrigação jurídica no sentido de não impedir o uso de seu nome em determinado

contexto. A obrigação principal, portanto, seria de não fazer, embora também possam ser previstas prestações positivas, como a participação em determinada campanha publicitária ou a entrega de autorização escrita para o registro de marca.

Tepedino e Schreiber (2023, p. 1) definem obrigação como “[...] a relação jurídica mediante a qual o devedor fica adstrito ao cumprimento de uma prestação frente ao credor, que tem o direito de exigí-la”. Pontuam, contudo, que quando a obrigação nasce de um contrato, é frequente que ambas as partes sejam credoras e devedoras recíprocas de diversas prestações. Diante da manifestação livre e lícita de suas vontades, os contratantes se comprometem a colaborar em prol de um objetivo comum. No caso, o registro de marca.

A legislação brasileira não regula de maneira expressa os contratos que têm por finalidade o uso de bens da personalidade. Como contratos atípicos<sup>4</sup>, eles são regidos por normas e princípios gerais dos direitos das obrigações. No entanto, esse regime deve ser adaptado para contemplar a tutela jurídica diferenciada que o ordenamento confere a seu objeto (Zanini, 2020).

Diante da vedação à renúncia ou à transmissão de direitos da personalidade, Bittar (1999) aponta que os contratos que visem à exploração de nome, voz ou imagem devem ser precisos quanto ao prazo e às condições em que o atributo será utilizado, mantendo-se o direito em si na esfera jurídica do titular, em todas as suas dimensões não expressamente restringidas. Em caso de dúvidas quanto à abrangência do consentimento manifestado, a interpretação deve ser necessariamente restritiva.

Seguindo pela mesma direção, o enunciado nº 4 da I Jornada de Direito Civil do Conselho da Justiça Federal determina que “[...] o exercício dos direitos da personalidade pode sofrer limitação voluntária, desde que não seja permanente nem geral [...]”.

No caso da reprodução de nomes ou imagens em conjuntos marcários, o consentimento é dirigido a uma finalidade econômica específica, não afetando as demais esferas de autodeterminação do titular. No entanto, a possibilidade de prorrogações sucessivas do registro a cada dez anos torna questionável a delimitação de um prazo para exploração dos bens envolvidos.

Debruçando-se sobre o assunto, Amaral e Silva (2013) sustentam que o uso dos bens da personalidade pode ter duração indeterminada, contanto que a limitação imposta

---

<sup>4</sup> São denominados “contratos atípicos” aqueles que não encontram previsão legislativa específica no Código Civil ou em normas esparsas (Zanini, 2020). O artigo 425 do Código Civil admite expressamente a existência desses contratos: “É lícito às partes estipular contratos atípicos, observadas as normas gerais fixadas neste Código”.



não seja permanente, ou seja, que o titular mantenha a prerrogativa de revogar sua autorização a qualquer tempo. Como veremos adiante, não há consenso doutrinário acerca da precariedade dessas autorizações, mas admite-se que a essencialidade dos bens envolvidos torna sensível a execução forçada das obrigações.

Chimuco (2015, p. 99) sustenta que o direito da outra parte a receber as prestações positivas que lhe são devidas terá “[...] eficácia bastante reduzida e subordinada à vontade do titular da personalidade [...]”. Isso porque, embora o ordenamento jurídico favoreça o cumprimento específico das obrigações, não seria possível exigir em juízo a entrega da prestação efetivamente contratada quando isso pudesse resultar em coerção física ou em violação a direitos da personalidade (Tepedino; Schreiber, 2023).

Caso o titular do nome ou da imagem se comprometa contratualmente a assinar declaração de concordância para registro de marca, mas não honre o seu compromisso, a obrigação poderá ser resolvida mediante liquidação de perdas e danos, além da devolução de quantias eventualmente já pagas pelo contratante lesado (artigo 389, Código Civil). No entanto, não será possível obrigar o titular a limitar o exercício de um direito da personalidade contra sua vontade. Afinal, como destaca Vasconcelos (2006), é o consentimento livre e esclarecido que afasta a ilicitude do ato de restrição.

Nesse sentido, parece coerente a decisão proferida pelo INPI ao indeferir o pedido de registro n. 912774185 da marca nominativa “Luiza Brunet”, em razão de revogação expressa da autorização inicialmente concedida pela titular do nome civil. Ainda que a mudança de comportamento possa vir a gerar consequências obrigacionais para a pessoa física, a depender das circunstâncias concretas da relação jurídica estabelecida, o fato é que deixou de existir o necessário consentimento para a restrição do direito da personalidade, tornando o sinal irregistrável por força do artigo 124, inciso XV da Lei de Propriedade Industrial.

Importante esclarecer que os direitos que surgem a partir da relação obrigacional são de caráter relativo. Operam-se entre as partes e na exata medida do que foi ajustado, não sendo o instrumento contratual capaz de criar novos direitos absolutos, oponíveis a toda a coletividade (Zanini, 2020). Ademais, não há mudança de titularidade ou alienação da autonomia pessoal sobre o bem em questão, de modo que o titular conserva a legitimidade exclusiva para exercer o seu direito.

Uma vez sendo manifestado o devido consentimento para registro de marca, cria-se uma nova situação jurídica. Aquele elemento que antes era utilizado apenas como identificador do indivíduo em sociedade passa a exercer uma segunda função,

identificando e diferenciando determinados produtos ou serviços no mercado, os quais podem ou não manter relação com o titular do direito da personalidade reproduzido.

O signo passa, então, a ser tutelado de duas maneiras distintas. Enquanto sinal identificador da pessoa humana, o nome continua a se submeter integralmente ao regime especial conferido aos direitos da personalidade, gozando de todas as prerrogativas próprias desse direito de caráter eminentemente pessoal. Assim, o titular pode se opor a qualquer lesão ou ameaça de lesão à sua personalidade praticada por terceiros – inclusive pelo titular do direito marcário – e pode continuar usufruindo de maneira ativa de seus bens da personalidade, seja para torná-los objeto de novas relações jurídicas ou para impedir a exploração não consentida dos mesmos.

Já enquanto sinal identificador de produtos ou serviços, o signo passa a se submeter, como regra geral, às normas próprias do Direito de Propriedade Industrial (Gómez, 1978). Isso significa, primeiramente, que sobre ele recaem os mesmos requisitos de registrabilidade e validade exigidos para sinais compostos por elementos não personativos, a exemplo da capacidade intrínseca de atuar como marca ou de se diferenciar de outros sinais já registrados.

Observa-se que esses requisitos levam em consideração a função a ser desempenhada pela marca, os princípios jurídicos que regem o direito marcário, bem como os interesses públicos e privados envolvidos na concessão de registros. Visam ainda assegurar que a exclusividade de uso conferida em determinado contexto comercial não vá prejudicar a concorrência leal entre os diversos atores.

Assim, considerando que o signo não está sendo avaliado em sua capacidade para identificar a pessoa em sociedade, mas sim determinado produto ou serviço naquele segmento de mercado, não parece haver razão para atribuir-lhe condições concorrenciais diversas ou mais favoráveis em razão da natureza personalíssima dos elementos que o compõem (Gómez, 1978). Essa natureza impõe apenas a verificação da disponibilidade específica do nome ou da imagem para ser apropriado como marca, ou seja, a demonstração de consentimento do titular do direito pessoal envolvido.

A corroborar esse entendimento, observa-se que a Portaria 08/2022 do INPI não prevê exceções à análise da registrabilidade dos sinais requeridos como marca e destaca que a verificação dos requisitos de liceidade, distintividade e veracidade precede necessariamente a análise de sua disponibilidade.

Uma vez superada a etapa do exame substantivo e sendo o registro validamente concedido, cria-se uma relação de domínio entre o titular e sua marca, nos estreitos limites

contemplados pelos princípios da especialidade e da territorialidade. Trata-se de um direito de exclusivo, tutelado no Brasil como direito de propriedade, impondo-se aos demais – inclusive ao titular do direito da personalidade reproduzido – o dever de respeitar essa exclusividade para fins comerciais. Haverá, portanto, dois direitos absolutos com titularidades, naturezas e fundamentos distintos incidindo sobre o mesmo sinal, a depender da função por ele exercida.

Os direitos da personalidade têm caráter existencial, recaindo sobre os atributos mais essenciais da pessoa humana. Nas palavras de Cupis (2008, p. 24), são “[...] direitos sem os quais todos os outros direitos subjetivos perderiam todo o interesse para o indivíduo”. Por isso, não se desvinculam jamais da pessoa de seu titular, que pode se opor a qualquer forma de violação ou de exploração não consentida de seus atributos. No entendimento de Vasconcelos (2006), trata-se da vertente subjetiva da tutela da personalidade, que confere a cada pessoa o direito de defender a sua própria personalidade.

Já o direito patrimonial que surge com o registro recai sobre a exclusividade de uso econômico daquele nome ou imagem para assinalar determinados produtos ou serviços, com vistas a garantir que a marca de fato consiga desempenhar a função distintiva para a qual foi concebida. Assim, confere-se ao titular do registro a faculdade de zelar pela integridade material e pela reputação de sua marca (artigo 130, LPI), podendo ainda se insurgir contra quem vier a reproduzi-la ou imitá-la de modo a induzir confusão (artigo 189, LPI).

Concedido o registro, seu titular poderá se valer, a princípio, de todos os direitos e prerrogativas previstos pela Lei de Propriedade Industrial, como apresentar oposição contra sinais possivelmente conflitantes, ceder ou licenciar o uso da marca a terceiros<sup>5</sup>, ou ainda prorrogar sucessivamente a validade do registro a cada dez anos. No entanto, como pontua Barbosa, D. (2007, p. 197) essa exclusividade constitui uma posição de mercado, sendo “[...] inoponível assim a qualquer uso do signo sem conotação comercial e sem prejuízo para seu caráter distintivo [...]”<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup>Embora a licença e a cessão da marca sejam prerrogativas legalmente atribuídas a seu titular, é possível que o acordo celebrado com o detentor do direito da personalidade imponha restrições contratuais às mesmas.

<sup>6</sup>O artigo 132 da Lei de Propriedade Industrial impõe limites expressos ao poder exercido pelo titular do registro de marca:

Art. 132. O titular da marca não poderá:

I - impedir que comerciantes ou distribuidores utilizem sinais distintivos que lhes são próprios, juntamente com a marca do produto, na sua promoção e comercialização;

II - impedir que fabricantes de acessórios utilizem a marca para indicar a destinação do produto, desde que obedecidas as práticas leais de concorrência;

Morgado (2009) observa que algumas das características próprias das marcas (como a transmissibilidade e a tendência à perenidade) podem aparentar incompatibilidade com o regime especial dos direitos da personalidade. Essa diferença decorreria do caráter patrimonial assumido pelo signo em seu uso como direito de exclusivo, submetendo-o a regime jurídico completamente diverso daquele dirigido aos direitos de caráter existencial.

Em razão dessa dicotomia de valores e de tutelas jurídicas, a autora propõe a “[...] dissociação do nome como direito da personalidade e seu uso como marca [...]” (Morgado, 2009, p. 14). Explica que o nome não perderia sua função como sinal identificador da pessoa e que tampouco a identidade pessoal seria transformada em marca, mas que o signo composto pelo nome passaria a se autonomizar do bem da personalidade, tornando-se propriedade intelectual de titularidade possivelmente diversa.

No mesmo sentido se posiciona Barbosa, D. (2014), ao defender que o nome utilizado como marca seria convertido em bem concorrencial, passível de integrar o fundo de comércio do titular do registro. Assim, enquanto bem de cunho patrimonial, não se submeteria à integralidade das prerrogativas dos direitos da personalidade, mas sim às normas e aos princípios do Direito de Propriedade Industrial. O fato de uma marca poder ser composta por termo que também compõe o nome civil de um indivíduo não a descaracteriza como direito patrimonial, nem afeta o regime jurídico conferido à generalidade dos registros.

Parece assente na doutrina, portanto, que direitos da personalidade e direitos marcários se submetem a regimes jurídicos distintos em razão das distintas funções que o ordenamento espera que eles possam desempenhar e dos diferentes interesses a serem protegidos. O tratamento especial conferido aos direitos da personalidade se justifica pela essencialidade de seu objeto, bem como pelo interesse do ordenamento jurídico brasileiro em proteger de maneira ampla e integral a dignidade humana. Visa atender, portanto, a interesses de cunho existencial.

Já a aplicação das normas próprias do Direito de Propriedade Industrial visa não apenas garantir retorno financeiro aos investimentos realizados pelo titular do registro de marca, mas também facilitar as transações comerciais e inibir comportamentos desleais

---

III - impedir a livre circulação de produto colocado no mercado interno, por si ou por outrem com seu consentimento, ressalvado o disposto nos §§ 3º e 4º do art. 68; e

IV - impedir a citação da marca em discurso, obra científica ou literária ou qualquer outra publicação, desde que sem conotação comercial e sem prejuízo para seu caráter distintivo. (Brasil, 1996).

no mercado. Como informa o artigo 5º, inciso XXIX da Constituição Federal, há um interesse social relevante em proteger a propriedade das marcas, de modo a estabelecer as condições propícias para o desenvolvimento econômico.

É importante notar, entretanto, que essas funções não se anulam nem se substituem. O signo segue exercendo plenamente sua função identificadora do ser humano, ao mesmo tempo em que passa a auxiliar a dinâmica concorrencial ao facilitar a diferenciação entre bens e serviços no mercado. Desse modo, ainda que a marca seja tutelada exclusivamente por normas de direito industrial, o nome e a imagem da pessoa, enquanto bens existenciais, seguem merecendo a mais ampla tutela com vistas à realização da personalidade de seu titular. Nas palavras de Cantali (2009, p. 232):

[...] nas situações existenciais, mesmo que algum bem ligado à personalidade venha a ser objeto de negócio jurídico gerador de efeitos patrimoniais, não se pode perder de vista a pessoa, que não pode ser reduzida a objeto de direito, já que é bem jurídico tutelável como valor expresso nestas situações.

Embora cada regime jurídico siga paralelamente a sua função, tutelando as diferentes realidades em que o signo se insere, é possível que, em determinadas situações, o exercício do direito de propriedade sobre a marca entre em conflito com os direitos da personalidade subjacentes. A diferença entre seus objetos e regimes não impede que esses direitos absolutos deem lugar a pretensões contrapostas, diante de circunstâncias que demandem ao mesmo tempo a aplicação de normas protetivas da propriedade e da personalidade.

Um exemplo emblemático de conflito seria o desejo de o titular do direito ao nome ou à imagem revogar o seu consentimento quando a marca que os reproduz já se encontra há muito tempo registrada e em uso por terceiro. Nesse caso, o titular poderia fundamentar sua pretensão no poder de autodeterminação pessoal, que lhe confere o direito exclusivo de determinar quando e em que condições deseja fruir positivamente de seus atributos personativos. Como aponta Cantali (2009), esse princípio constitui o próprio embasamento jurídico para a limitação do exercício de direitos da personalidade, de modo que qualquer restrição não voluntária configuraria violação à dignidade humana.

No mesmo sentido se posiciona Vasconcelos (2006), para quem a obrigação assumida pelo titular do direito da personalidade se aproximaria da mera tolerância, não podendo impedi-lo de recuperar a integralidade do exercício desse direito. Assim, a existência de consentimento expresso afastaria a ilicitude do registro de marca, mas não

representaria uma abdicação permanente de parte do direito a nome e imagem. No entendimento de Amaral e Silva (2013, p. 52):

[...] a autorização para registro de nome civil como marca é forçosamente precária, podendo ser revogada a qualquer tempo e de forma unilateral por seu titular ainda que não tenha sido estabelecido de forma expressa no texto da autorização o prazo pelo qual o uso do nome estava autorizado.

De outro lado, porém, observa-se que a própria Constituição Federal garante o direito de propriedade das marcas em seu artigo 5º, inciso XXIX, e que o titular do registro poderá fundamentar a manutenção de seu direito nos princípios da boa-fé objetiva e da segurança jurídica. Enquanto o primeiro exige o comportamento leal entre as partes, de modo a evitar a frustração de suas legítimas expectativas, o segundo propugna pela aplicação previsível e coerente das normas, a exemplo daquela prevista no artigo 174 da Lei de Propriedade Industrial, que prevê prazo máximo de cinco anos para que seja proposta ação de nulidade de registro de marca.

A possibilidade perene de revogação unilateral e não motivada da autorização poderia expor as marcas a um regime jurídico instável e, portanto, adverso à necessidade de investimentos para tornar o sinal conhecido pelo público consumidor. Ademais, conferiria de pronto uma vantagem negocial ao titular do nome ou da imagem reproduzidos sem verificar se sua demanda de fato se reveste de cunho existencial.

Considerando que o consentimento para registro acaba por criar um novo direito – de natureza distinta e independente do inicial – Barbosa, D. (2014) rechaça a possibilidade de retratação, lembrando que o signo enquanto marca passa a constituir o fundo de comércio de seu titular. Seguindo pelo mesmo caminho, Morgado (2009) sustenta que a revogação leviana do consentimento configuraria abuso do direito de personalidade.

Em realidade, as hipóteses de conflito são inúmeras e nem sempre envolvem prévia relação obrigacional. É possível, por exemplo, que terceiros aleguem violação a direito da personalidade em razão de registro de marca que reproduza nomes ou imagens semelhantes aos seus. Não há resposta única que solucione todas essas questões, mas é importante ter em mente que a natureza personalíssima do direito ao nome e à imagem não é o único fator a ser considerado. Assim como o regime patrimonial aplicável ao direito de marcas não afasta por completo eventuais pretensões de natureza existencial que a ele possam se contrapor.

Como visto, os atributos da personalidade são inseparáveis da pessoa, não sendo admitida a transferência ou o aproveitamento econômico autônomo dos mesmos. A limitação pontual que dá início à fruição econômica do bem não retira o direito da esfera jurídica do titular (Bittar, 1999), nem estende o regime patrimonial para além dos estreitos limites de sua atuação enquanto marca (Franceschet, 2014).

Barroso (2004) explica que, quando os interesses contrapostos refletem diferentes valores consagrados pela Constituição e o sistema jurídico não fornece uma solução em tese para o conflito, é necessário ponderar as normas à luz das circunstâncias apresentadas, a fim de produzir a regra aplicável ao caso concreto. A técnica da ponderação de interesses consiste em examinar de forma conjunta os fatos e as normas aplicáveis a uma situação, respeitando-se ao máximo cada um dos princípios constitucionais envolvidos. Não se trata de indicar simplesmente qual valor deve preponderar, mas também em qual intensidade, para que a solução oferecida não onere desnecessariamente uma das partes. Nas palavras do autor:

De alguma forma, cada um desses elementos deverá ser considerado na medida de sua importância e pertinência para o caso concreto, de modo que na solução final, tal qual em um quadro bem pintado, as diferentes cores possam ser percebidas, ainda que uma ou algumas delas venham a se destacar sobre as demais. (Barroso, 2004, p. 357-358).

Esse raciocínio tem como base o princípio da razoabilidade. Busca-se determinar o peso a ser dado a cada norma para que a solução escolhida seja, ao mesmo tempo, adequada, necessária e proporcional.

Primeiramente, verifica-se se a solução imaginada é de fato capaz de produzir o resultado esperado. Imaginemos, por exemplo, que determinado registro de marca reproduza imagem de pessoa falecida, desrespeitando vontade por ela manifestada em vida de não ter sua imagem explorada para fins comerciais. A transferência de titularidade, neste caso, poderia se revelar meio inadequado para pôr fim à lesão, visto que a ausência de consentimento continuaria maculando o registro, independentemente de quem figurasse como seu titular.

Constatando-se, no entanto, que a solução proposta é adequada aos fins perseguidos, passa-se a avaliar se ela é mesmo necessária ou se haveria meio menos custoso para se chegar ao mesmo resultado. Observa-se que a ponderação é utilizada justamente quando diferentes normas constitucionais se apresentam em rota de colisão,

devendo-se buscar uma solução harmônica, que respeite ao máximo o interesse sobreposto (Cantali, 2009).

Como veremos mais adiante ao nos aprofundarmos sobre a questão da homonímia, pessoas que compartilhem do mesmo patronímico não estão impedidas de registrá-los para assinalar produtos idênticos ou afins. Basta que os sinais sejam revestidos de suficiente distintividade, a ponto de afastar qualquer risco de confusão ou de associação indevida pelo público consumidor. Desse modo, garante-se que as marcas cumpram com a função distintiva delas esperada, sem limitar desnecessariamente o interesse das demais pessoas em explorar economicamente os próprios bens da personalidade.

Por fim, analisa-se se os efeitos positivos da medida irão superar os negativos. Ainda que o instrumento escolhido seja o único capaz de atingir os fins desejados, ele poderá se mostrar desarrazoado, caso as restrições impostas à esfera jurídica de uma parte sejam desproporcionalmente superiores aos benefícios auferidos pela outra. Nesse contexto, poderia ser questionado, por exemplo, se a ausência de autorização expressa do titular de nome civil deveria configurar impedimento a registro de marca que constitui simples atualização gráfica de outra já devidamente registrada, sem ampliar seu escopo de proteção.

Ao avaliar a possibilidade de revogação unilateral do consentimento para registro de marcas, deverão ser examinados não apenas os diferentes grupos de normas aplicáveis ao caso e potencialmente conflitantes entre si, mas também as circunstâncias fáticas que envolvem aquela mudança de comportamento. Importa sopesar, entre outros fatores, o momento em que a mudança ocorre (tendo em conta especialmente os prazos legais previstos para anulação administrativa ou judicial do registro de marca), as condições contratualmente estabelecidas (lembrando que a interpretação a ser dada a negócios jurídicos que imponham limitação a direitos da personalidade deve ser necessariamente restritiva), bem como a natureza dos interesses que se busca efetivamente proteger por meio da retirada do consentimento.

Ascensão (1997; 2006) explica que o regime excepcional a que se submetem os direitos da personalidade só deve ser aplicado quando os interesses tutelados tiverem relação com a defesa da pessoa humana em seus aspectos fundamentais. “Usá-los para outros fins criaria uma desproporção incompreensível [...]” (Ascensão, 1997, p. 21). Assim, parece-nos coerente a perspectiva apresentada por Franceschet (2014) no sentido de que a revogação unilateral do consentimento, embora juridicamente possível, deve ser



compreendida como uma medida excepcional para atender a demandas que afetem verdadeiramente a personalidade do titular do direito reproduzido.

As razões para que uma pessoa queira anular registro de marca que contenha seu nome ou imagem podem ser as mais variadas, como a existência de outra oferta mais atraente, a prévia inobservância de cláusula contratual pela outra parte ou ainda o receio de ver sua imagem pessoal associada a práticas corporativas criminosas só então descobertas. Diante de situações tão díspares, será preciso avaliar em cada caso qual é a natureza do interesse manifestado pelo titular. Caso a revogação do consentimento tenha por base interesse preponderantemente patrimonial, o fato de a marca reproduzir nome ou imagem pessoal terá peso significativamente menor do que se a revogação visar preservar a dignidade do sujeito representado.

Em ambos os casos, o indivíduo se encontra em situação indesejada, pretendendo impedir que terceiros sigam explorando o sinal contra sua vontade. E, em ambos os casos, a manutenção do direito de marca implicará uso não mais consentido de nome ou imagem alheia. No entanto, a intensidade da ameaça dirigida aos direitos da personalidade varia substancialmente em cada caso, devendo ser apreciada conjuntamente com a gravidade do ônus a ser imposto ao titular do direito da marca que se pretende anular. Nas palavras de Schreiber (2011, p. 109), deve-se verificar se “[...] o grau de realização do interesse lesivo justifica o grau de afetação do interesse lesado [...]”.

Definir o aspecto predominante do interesse envolvido – se pessoal ou patrimonial – mostra-se particularmente relevante quando o bem da personalidade se encontra reproduzido em suporte externo, como uma marca registrada. Franceschet (2014) explica que a execução específica de obrigações que demandem a participação direta e contínua do titular (como filmagens ou desfiles de moda) não poderia ser exigida contra sua vontade, já que ofenderia diretamente aspectos pessoais de seu direito da personalidade, a começar por sua liberdade individual. No entanto, o mesmo não ocorreria nos casos em que a continuidade do aproveitamento econômico do bem independesse de qualquer intervenção por parte titular.

Estando o nome reproduzido em suporte externo e tendo o titular se comprometido a tolerar o uso do bem naquelas circunstâncias, Franceschet (2014) sustenta que o consentimento só poderia ser revogado se essa mudança de comportamento se fundamentasse em razões de ordem existencial. Brandelli (2012, p. 70) concorda que a obrigação negativa assumida pelo titular do nome civil não teria natureza precária, podendo “[...] ser exigida da mesma forma que qualquer outra obrigação [...]”. A única

ressalva apontada por este autor é a ocorrência de fato novo, que não existia no momento em que a obrigação foi assumida e que tornaria justificável a revogação do consentimento.

Como os elementos identificadores da pessoa humana carregam em si valores que podem ser atribuídos de forma direta ou indireta a seu titular (especialmente quando este é figura pública já conhecida pelos consumidores), entendemos que sempre haverá algum grau de afetação de valores pessoais associados à marca. Assim, não será possível afastar de pronto e em tese a possibilidade de revogação unilateral do consentimento, sob pena de dificultar a proteção integral da pessoa, defendida pelo ordenamento.

No entanto, sendo constatado no caso concreto que essa revogação tem como interesse primordial alcançar benefícios de natureza econômica que pouco ou nada se refletem nas questões existenciais do indivíduo representado, o peso a ser dado à reprodução de nome ou imagem pessoal naquela marca deve ser substancialmente menor, dificilmente superando o grau do sacrifício imposto ao titular da marca legalmente registrada.

### 3.4 ESCOPO DE APLICAÇÃO DOS INCISOS XV E XVI

O primeiro passo para solucionar possíveis lacunas de conhecimento envolvendo marcas e direitos da personalidade é compreender o que motivou o legislador a inserir impedimentos ao registro relacionados à reprodução de nomes e imagens sem o consentimento de seu titular. Para tanto, faremos uma breve análise da evolução legislativa, buscando avaliar qual o escopo de proteção pretendido com cada norma.

A primeira norma brasileira a tratar do registro de marcas foi o Decreto nº 2.682, de 1875, que já reconhecia o interesse de utilização do nome pessoal para assinalar produtos oferecidos no mercado. Dispunha o artigo primeiro que “[...] a marca poderá consistir no nome do fabricante ou negociante, sob uma fôrma distintiva [...]” (Brasil, 1875). Não havia, porém, qualquer dispositivo que regulasse as condições de admissibilidade do registro de sinais compostos por nomes de terceiros, o que nos leva a crer que a preocupação inicial do legislador não era propriamente proteger os direitos da personalidade contra usos não consentidos, mas sim viabilizar a todos os interessados a exploração econômica do próprio nome como marca. Como veremos, essa preocupação

se mostra ainda mais evidente quando o legislador exige que o nome em questão seja apresentado sob forma distintiva.

Alguns ordenamentos jurídicos, como o norte-americano, consideram que o nome pessoal carece de distintividade suficiente para exercer função de marca. Gilson e Lalonde (2020) explicam haver a percepção de que os consumidores não compreenderiam de imediato os nomes próprios como marcas, mas apenas como a indicação de que alguém com aquele nome teria alguma relação com os produtos ou serviços ofertados. Assim, se vissem outros produtos com o mesmo sinal, não entenderiam que advêm de uma mesma origem empresarial.

Barbosa, D. (2014) observa, contudo, que essa percepção não é dominante na tradição legislativa brasileira. Como os nomes pessoais não são usualmente dotados de significados que possam manter qualquer relação semântica com os produtos oferecidos no mercado, seria razoável supor que conseguiriam, por si sós, identificar e distinguir aqueles bens em relação a outros de origem distinta.

A exigência de forma distintiva não teria fundamento, portanto, na necessidade de elevar o grau de distintividade intrínseca do sinal<sup>7</sup>, mas sim em criar uma identidade visual própria que pudesse servir de diferencial mínimo em relação a outros sinais eventualmente registrados por concorrentes homônimos. Em outras palavras, buscava-se minimizar o risco de confusão entre sinais com o mesmo elemento nominativo, de modo a viabilizar a exploração econômica do próprio nome por todos os requerentes que assim desejassem.

Lamas (2007) explica que essa lógica estava presente em quase todas as legislações sul-americanas da época, em razão da grande influência exercida pela lei francesa de 1857, que também requeria forma distintiva para o registro de nomes pessoais como marcas. Segundo o autor, a doutrina então predominante entendia que os indivíduos teriam direito indiscutível a utilizar e a registrar o próprio nome como marca, sendo preciso diferenciá-los de outros sinais já registrados, através de variações de forma.

A exigência de forma distintiva valia não apenas para os nomes que imitassem ou reproduzissem marcas já registradas, mas também para o primeiro sinal dessa natureza a ser depositado, uma vez que o intuito seria manter desde sempre uma distância mínima entre sinais compostos pelos mesmos nomes civis (Barbosa, D., 2014). Era questionável,

---

<sup>7</sup> Ainda que Cerqueira (2010) aponte a possível falta de inventividade dos nomes pessoais, conclui que o motivo principal para a exigência de forma distintiva era evitar o monopólio injusto dos nomes civis por uma pessoa, em detrimento de seus homônimos.

no entanto, a real eficiência dessa estratégia em evitar a confusão entre marcas com elementos nominativos idênticos ou muito semelhantes. Considerando a necessidade de identificação inequívoca dos bens assinalados, Lamas (2007) observa que a evolução das normas de Propriedade Industrial da maioria dos países da América do Sul se encaminhou para o fim da exigência de forma distintiva, passando a aplicar aos sinais que reproduzissem nomes pessoais os mesmos critérios para análise de distintividade e disponibilidade previstos para os demais.

A falta de consentimento para o registro de direitos da personalidade passou a configurar impedimento expresse ao registro de marcas com o advento do Decreto nº 16.264, de 1923, que dispunha não serem registráveis os patronímicos, retratos ou bustos de terceiros sem a devida autorização. Pelo mesmo caminho seguiu o Código de Propriedade Industrial de 1945 (Decreto-Lei nº 7.903), que declarava ser irregistrável como marca de indústria e de comércio “[...] o nome civil e patronímico, e efígie, sem o expresse consentimento do titular, ou seus sucessores diretos [...]” (Brasil, 1945).

Esse padrão se mostrou relativamente estável nas legislações subsequentes, alterando-se somente a enumeração dos bens da personalidade que seriam vedados. Observa-se, por exemplo, que o patronímico deixou de ser mencionado nas legislações de 1967, 1969 e 1971, para então retornar à atual Lei de Propriedade Industrial de 1996. Já o pseudônimo recebeu sua primeira menção expressa no Decreto-Lei nº 1.005 de 1969, mas a proteção passou a recair somente sobre os pseudônimos notórios a partir do Código de Propriedade Industrial de 1971 (Lei nº 5.772).

O texto inicial do Projeto de Lei nº 824 de 1991, que deu origem à atual LPI, previa não serem registráveis como marca:

Art. 115, XVIII – nome civil ou sua assinatura, nome artístico singular ou coletivo, patronímico, pseudônimo ou apelido notoriamente conhecidos e efígie de terceiros, salvo com consentimento do titular, herdeiros ou sucessores até o limite de sessenta anos da morte do titular, e desde que não sejam objeto de registro anterior para distinguir produto ou serviço semelhante, relativo ou afim; (Brasil, 1991).

Algumas emendas foram então propostas durante o trâmite legislativo com o intuito de desmembrar o conteúdo desse dispositivo em dois incisos, conforme o bem da personalidade reproduzido, e ainda retirar o limite temporal antes previsto para a proteção desses bens. As justificativas apresentadas pelos deputados Jorge Tadeu Mudalen, Roberto Campos e Sandra Cavalcanti para as emendas nº 45, 166 e 223 (de idêntico teor)

evidenciam a intenção de proteger os bens da personalidade contra explorações comerciais não consentidas:

[...] trata-se, aqui, de proteção de direitos de personalidade que pré-existem a qualquer direito da propriedade industrial. Não há nenhuma razão válida para se restringir a proteção a tais direitos ou permitir a sua usurpação por terceiros que não possam ter direito a seu uso [...] (Brasil, 1991).

Foi excluída, assim, a parte final do dispositivo proposto, que admitia o registro não consentido de direitos da personalidade após 60 anos da morte de seu titular e trazia ressalva expressa de irregistrabilidade quando já houvesse anterioridade impeditiva em segmento afim. Embora o trâmite legislativo não deixe claro a razão desta última mudança, supõe-se que derive da prescindibilidade de repetir impedimento já previsto de forma geral para todos os sinais levados a registro (atual inciso XIX do artigo 124). Como resultado, o texto final da LPI passou a conter a seguinte redação:

Art. 124. Não são registráveis como marca:

XV - nome civil ou sua assinatura, nome de família ou patronímico e imagem de terceiros, salvo com consentimento do titular, herdeiros ou sucessores;

XVI - pseudônimo ou apelido notoriamente conhecidos, nome artístico singular ou coletivo, salvo com consentimento do titular, herdeiros ou sucessores;

Assim como ocorre na lei brasileira, Lamas (2004) informa que a exigência de consentimento para registros de marcas que reproduzam nomes ou imagens de terceiros é uma constante na grande maioria dos ordenamentos jurídicos atuais. Sustenta, porém, que o intento legislativo por trás dessas exigências não seria o de evitar lesões a atributos inerentes à personalidade humana, mas sim garantir que apenas o titular do direito em questão possa explorar comercialmente e auferir benefícios econômicos através do registro de seu nome ou imagem como marca.

Partindo do princípio de que o uso de sinais identificadores pode ter valor comercial caso o indivíduo seja dotado de certa notoriedade, o autor defende que, nesses casos, incidiriam sobre nome e imagem não apenas um direito existencial relacionado à personalidade humana, mas também um direito patrimonial de propriedade intelectual. Seria justamente para proteger esse último que o legislador teria vinculado o registro de marcas ao consentimento da pessoa afetada. Por conseguinte, conclui que o impedimento recairia apenas sobre sinais que reproduzam nomes ou imagens de pessoas conhecidas,

não se devendo estender a exigência de autorização para o registro de toda e qualquer imagem ou nome civil.

Embora se compreenda a racionalidade da argumentação apresentada, essa não parece se adequar perfeitamente ao modo como o ordenamento jurídico brasileiro concebe e normatiza os direitos da personalidade. Entendemos que o escopo de aplicação dos incisos XV e XVI do artigo 124 da LPI vai além do atendimento a interesses patrimoniais de pessoas renomadas. Seu fundamento seria encontrado nos direitos subjetivos privados da personalidade, que conferem a todos os indivíduos, indiscriminadamente, poder de gestão sobre os próprios bens da personalidade e poder de defesa da própria dignidade contra atos lesivos de terceiros. Como ensina Vasconcelos (2006, p. 57):

O direito subjectivo de personalidade está povoado de meios jurídicos hábeis para o êxito da defesa da dignidade do seu titular. Estes meios jurídicos são poderes. Estes poderes são estruturalmente diferenciados. Há poderes de domínio, que permitem, por exemplo, reivindicar o nome ou a imagem e impedir que sejam utilizados por outrem. (...) Estes poderes constituem os meios que o titular do direito subjectivo de personalidade tem ao seu alcance para assegurar o êxito da defesa da sua personalidade.

Como visto, a doutrina brasileira majoritária admite a limitação voluntária e a fruição econômica exclusiva dos bens da personalidade por parte de seus titulares, como modo de atender a interesses do próprio indivíduo. Exige-se apenas a observância aos limites impostos pela ordem pública e pelo princípio da dignidade humana.

Essa possibilidade não deriva do reconhecimento de um direito patrimonial autônomo sobre atributos humanos (tal como ocorre no ordenamento jurídico norte-americano), mas da compreensão de que o livre desenvolvimento da personalidade depende do poder individual de tomar decisões que afetem a própria existência (Cantali, 2009). A fruição positiva dos bens da personalidade constitui, portanto, prerrogativa inerente ao direito subjetivo da personalidade. E este direito é conferido a todos os indivíduos em razão de sua simples existência (Franceschet, 2014).

É incontestável que o valor comercial atribuído ao uso do nome de pessoas famosas tende a ser superior ao de pessoas desconhecidas, em razão da elevada atratividade exercida por este sinal perante os consumidores e do menor esforço exigido para sua divulgação. A grandeza desse valor, entretanto, não determina a existência do direito subjacente. Ainda que, no momento do registro, o uso de determinado sinal identificador

da pessoa não seja evidentemente valorizado no mercado, o ordenamento jurídico reconhece o direito de seu titular vir a explorá-lo economicamente se assim o desejar.

Isso não significa que haja direito adquirido ao uso ou registro do próprio nome como marca, mas que a faculdade de solicitar ou de consentir com essa solicitação de registro, respeitados os limites impostos pelo ordenamento, se estende a todas as pessoas interessadas, sejam elas conhecidas ou não. Afinal, nem toda marca composta por nome ou imagem pessoal está ancorada na força publicitária prévia desses sinais, como ocorre nos casos de *merchandising* de personalidade. Por vezes, a atratividade do sinal decorrerá simplesmente da função distintiva que ele passará a desempenhar.

A corroborar essa assertiva, observamos que, dentre os 755 pedidos de registro analisados em maior profundidade para a elaboração deste trabalho, 303 (ou seja, pouco mais de 40% do total) eram compostos por nomes ou imagens de pessoas não notórias. Trata-se, por exemplo, de imagens de bebês a comporem o elemento figurativo de marcas de fraldas; de nomes pertencentes a sócios ou fundadores da empresa requerente; ou ainda de homenagens a pessoas queridas dos solicitantes, como seus filhos menores de idade.

Como ensina Franceschet (2014), os direitos da personalidade são dotados de dimensões positiva e negativa. A dimensão positiva se refere à possibilidade de aproveitamento exclusivo dos atributos pessoais por parte de seu titular, com o objetivo de atender a interesses de ordem pessoal ou patrimonial. Sendo o registro de marca uma das formas de exploração comercial dos bens da personalidade, não há dúvida de que a dimensão positiva está diretamente relacionada com a possibilidade de aproveitamento descrita no artigo 124, incisos XV e XVI da Lei de Propriedade Industrial. Resta saber se a dimensão negativa, relacionada à defesa da personalidade contra ataques de terceiros, também estaria contemplada no escopo de aplicação desses incisos, na medida em que vedam o registro não consentido de direitos da personalidade.

No Parecer nº 8 de 2012, a Procuradoria Federal Especializada junto ao INPI defendeu que a norma prevista no artigo 12 do Código Civil (que contempla instrumentos para a defesa de direitos da personalidade) não seria aplicável à solução de conflitos envolvendo registros de marcas, uma vez que “[...] os incisos XV e XVI do art. 124 da LPI não remetem à ameaça ou lesão a direito da personalidade” (PFE-INPI, 2012, p.10). O dispositivo em questão assim prevê:

Art. 12. Pode-se exigir que cesse a ameaça, ou a lesão, a direito da personalidade, e reclamar perdas e danos, sem prejuízo de outras sanções previstas em lei.

Parágrafo único. Em se tratando de morto, terá legitimação para requerer a medida prevista neste artigo o cônjuge sobrevivente, ou qualquer parente em linha reta, ou colateral até o quarto grau. (Brasil, 2002)

Depreende-se desse parecer que a indisponibilidade de sinais que reproduzem nomes ou imagens de terceiros não encontraria respaldo imediato no aspecto defensivo dos direitos da personalidade, uma vez que o registro de marca não seria compreendido, a princípio, como um meio de ataque aos direitos da personalidade, mas sim como um direito de natureza patrimonial a ser concedido ao titular ou a quem este der o seu consentimento.

É preciso ponderar, no entanto, que, sob o ponto de vista do titular do direito reproduzido, é a existência ou não de seu consentimento que irá definir como o registro deve ser compreendido. Afinal, a concessão de uso comercial exclusivo sobre sinais identificadores da pessoa humana configura limitação ao exercício de direitos da personalidade e, nesses casos, o consentimento da pessoa afetada (ou de seus herdeiros ou sucessores) é condição necessária para conferir licitude ao ato (Vasconcelos, 2006).

Embora o registro não imponha restrição ao uso dos sinais em sua função primária, ele impõe o dever de tolerar sua utilização como marca por tempo indeterminado e dentro dos limites estabelecidos pelos princípios da territorialidade e da especialidade (Brandelli, 2012). Essa tolerância se reflete de imediato na dimensão positiva do direito, limitando a possibilidade de exploração do mesmo bem pelo titular, em segmento afim. Mas vai além, posto que pressupõe o uso dos atributos identificadores de um indivíduo em função diversa, de natureza comercial, interferindo em seu poder de autodeterminação pessoal e implicando possível associação indesejada entre a pessoa afetada e os produtos ou serviços assinalados (Cupis, 2008).

O uso de nomes e imagens pessoais para fins econômicos configura exceção à indisponibilidade dos direitos envolvidos, que só é aceita em nosso ordenamento quando visa atender a interesses diretos e imediatos do próprio titular (Schreiber, 2011). Essa esfera de autonomia pessoal, dentro dos limites estabelecidos pela ordem pública, é considerada essencial para que o indivíduo possa manifestar e desenvolver livremente a sua personalidade. É, portanto, a busca pela plena realização da personalidade que justifica a limitação ao exercício dos direitos ao nome e à imagem, inclusive por meio do registro de marcas. Caso a LPI admitisse o registro sem consentimento, subverteria a



lógica adotada pelo sistema e retiraria qualquer justificativa plausível para excepcionar convencionalmente a proteção aos direitos da personalidade.

Vale pontuar que o direito ao nome compreende não apenas o direito de ser individualizado em sociedade pelo vocábulo que lhe foi atribuído (ou posteriormente adotado), mas também o direito de ser corretamente representado em seu meio social. Como explica Schreiber (2011), a associação não autorizada entre o nome do indivíduo e uma atividade com a qual ele não mantém qualquer relação – ainda que seja lícita e incapaz de expô-lo ao ridículo – configura uso indevido e violação a seu direito da personalidade.

Assim, ao exigirem o devido consentimento para registro, os incisos XV e XVI visam atender a ambas as dimensões dos direitos da personalidade. Asseguram o aproveitamento econômico exclusivo desses atributos por parte de seus titulares – famosos ou não – e impedem a interferência indesejada de terceiros no poder de autodeterminação pessoal sobre os bens da personalidade. Portanto, o escopo de aplicação desses incisos recai sobre todos os sinais que contenham elementos nominativos ou figurativos capazes de serem compreendidos como sinais identificadores de pessoas reais distintas do requerente do registro e que não sejam acompanhados de autorização firmada pelo titular do direito da personalidade, ou por seus herdeiros ou sucessores.

#### 4 DESAFIOS IDENTIFICADOS

Apresentados os regimes jurídicos próprios dos direitos de marcas e dos direitos da personalidade, passamos a analisar alguns pontos de conflito observados durante o exame de registrabilidade realizado pelo INPI. São questões que não se encontram suficientemente elucidadas e que demandam maior aprofundamento teórico a fim de definir ou harmonizar entendimentos acerca das condições exigidas para o registro de marcas que reproduzam nomes ou imagens pessoais.

A partir da compilação dos arquivos XML das Revistas de Propriedade Industrial publicadas entre janeiro de 2017 e dezembro de 2021, foram extraídos dados relativos a pedidos de registro de marcas que tivessem sido objeto de ao menos um dos seguintes despachos: indeferimento motivado pelos incisos XV ou XVI do artigo 124 da LPI ou exigência de mérito para apresentação de autorização do titular do direito da personalidade. No caso das exigências, os parâmetros de busca incluíram não apenas as seleções automáticas do sistema IPAS (*Industrial Property Administration System*), mas também os despachos de livre preenchimento contendo palavras-chave relacionadas ao tema em questão, como “nome civil”, “nome artístico”, “imagem”, “assinatura”, “patronímico” ou “nome de família”.

Ao todo, foram encontrados 10.979 despachos de exigência, 760 despachos de indeferimento pelo inciso XV e 309 despachos de indeferimento pelo inciso XVI. Devido ao grande volume de resultados, foi selecionada uma amostra considerada significativa de 755 processos para serem submetidos a uma análise mais aprofundada, com o intuito de identificar quais questões apresentavam desafios reais durante o exame de registrabilidade.

A análise dos processos que sofreram exigência de mérito revelou-se menos proveitosa para essa finalidade. Dos 183 processos inicialmente analisados, 91 resultaram no arquivamento do pedido por falta de cumprimento de exigência e outros 48 foram deferidos logo após a apresentação da autorização solicitada. Esses processos foram utilizados sobretudo como contraponto aos casos de indeferimento, procurando-se observar as alegações aceitas como cumprimento satisfatório das condições para registro de marcas.

Quanto aos processos que culminaram em indeferimento, buscou-se analisar ao menos 30% dos despachos proferidos em cada ano durante o período observado, de modo

a obter uma visão temporal abrangente e consistente. No total, foram estudados 410 pedidos indeferidos pelo inciso XV e 162 pedidos indeferidos pelo inciso XVI.

Primeiramente, foram extraídos de cada processo dados objetivos que pudessem ajudar a entender o panorama geral da relação entre registro de marcas e direitos da personalidade. Esses dados incluíram: elemento nominativo da marca; bem da personalidade envolvido (nome civil, assinatura, patronímico, imagem, apelido, pseudônimo ou nome artístico individual ou coletivo); referência a personalidade notória, a menor de idade ou a pessoa já falecida; existência de oposição baseada nos incisos XV ou XVI; apresentação de algum documento de autorização; e eventual decisão sobre recurso.

Passou-se então a examinar os argumentos apresentados pelos requerentes e por eventuais oponentes aos pedidos de registro de marca, assim como as decisões do INPI de primeira e segunda instâncias. A partir da observação dos pontos centrais das argumentações e das dúvidas apresentadas por usuários e examinadores de marca em cada processo, foram extraídos os assuntos cuja elucidação traria impacto mais direto na harmonização de entendimentos e no aprimoramento dos procedimentos existentes sobre a aplicação dos incisos XV e XVI do artigo 124 da LPI.

As principais categorias observadas a partir da amostra acima comentada foram: relevância e critérios para mensuração de notoriedade; impacto da homonímia na titularidade e na disponibilidade do sinal para apropriação individual; estabelecimento de correlação ou dissociação entre o sinal solicitado como marca e possível direito da personalidade pré-existente; e verificação da regularidade do consentimento apresentado (quem pode ser titular do direito, quem pode autorizar seu registro como marca e como fazê-lo). Passaremos a tratar de cada um desses temas nos tópicos a seguir.

#### 4.1 NOTORIEDADE

Como visto, a notoriedade do titular do direito da personalidade não configura condição necessária, no ordenamento jurídico brasileiro, para proteger seu nome ou imagem contra registros de marcas não consentidos. Isso porque o direito ao aproveitamento exclusivo dos bens da personalidade não é faculdade restrita de pessoas famosas, mas parte intrínseca dos direitos subjetivos da personalidade, que é conferido a

todos, indistintamente. Ademais, porque os incisos XV e XVI não visam apenas viabilizar o aproveitamento, mas também proteger o exercício desses direitos contra eventual interferência indesejada de terceiros.

Observa-se, entretanto, que a Lei de Propriedade Industrial e o Manual de Marcas fazem referência à notoriedade em algumas ocasiões. Ao tratar de sinais que reproduzem pseudônimos ou apelidos, a LPI restringe a aplicação do inciso XVI àqueles “notoriamente conhecidos” (Brasil, 1996). E, a despeito de não haver restrição legal neste sentido, o Manual vincula a aplicação do inciso XV aos casos de patronímico ou nome de família que configurem “direito da personalidade notória” (INPI, 2024).

Apesar do aparente conflito, acredita-se que a notoriedade, nesses casos, não é utilizada como critério de seleção dos indivíduos que merecem ter seu direito da personalidade protegido, mas como modo de averiguar se o elemento nominativo em questão é capaz de atuar e de ser reconhecido como um sinal identificador da personalidade de alguém, para os fins propostos pela norma.

#### **4.1.1 Apelidos e pseudônimos**

Apelidos e pseudônimos são designações substitutivas do nome civil utilizadas para identificar a pessoa em sociedade (França, 1975). Assim, seguindo a mesma lógica adotada para a proteção do nome, a Lei de Propriedade Industrial proíbe o registro de marcas que imitem ou reproduzam designação pela qual a pessoa é de fato conhecida e individualizada, seja no desempenho de uma atividade específica (pseudônimo) ou nos múltiplos aspectos de sua vida social (apelido). O objetivo é resguardar a identidade do indivíduo, estendendo-se a proteção conferida a seu nome a outros sinais capazes de lhe individualizar.

As designações substitutivas são dotadas, porém, de certas particularidades que merecem atenção. É frequente a atribuição de apelidos carinhosos, descritivos ou mesmo jocosos por familiares ou amigos para se referirem uns aos outros. A rigor, isso não confere exclusividade de uso do apelido por aquela pessoa, nem significa que ela possa ser assim identificada por outros de fora daquele grupo. É possível, inclusive, que tenha diversos apelidos, de acordo com o círculo social de sua convivência. Sob o ponto de vista dos direitos de marca, trata-se de um fenômeno sem maiores repercussões jurídicas.

No entanto, quando esse apelido extrapola os limites do pequeno grupo e permite, com o passar do tempo, que um número significativo<sup>8</sup> de pessoas o associe a um determinado indivíduo, ele passa a exercer função identificadora similar àquela exercida pelo nome civil (Lamas, 2004). Estabelece-se um vínculo real e notório entre a identidade do sujeito e a denominação adotada. Surge, então, o interesse jurídico em assegurar a exclusividade de uso e de aproveitamento econômico desse vocábulo pelo titular, como forma de gerir os bens jurídicos associados à sua personalidade.

Para Cupis (2008), o apelido deve ser usado de modo público, prolongado e constante para que passe a ser protegido como direito subjetivo da personalidade. Já França (1975) explica que o importante é restar demonstrado que o vocábulo assumiu, para o sujeito, função análoga à do nome e que há interesse legítimo no uso daquela designação como meio de identificação pessoal. No caso específico do pseudônimo, observa que bastaria a demonstração de que o termo atua como elemento identificador do sujeito dentro do âmbito de atuação a que se propõe.

Estando ausente o interesse relacionado à identificação pública, não haveria direito da personalidade a ser protegido e, portanto, não haveria motivo para impedir eventual registro de marcas com base no artigo 124, incisos XV ou XVI da LPI. Ocorre que a existência do interesse em relação às designações substitutivas não decorre diretamente de um registro em cartório, mas sim de seu uso efetivo, devendo restar claro que a apropriação exclusiva deste sinal por outra pessoa poderia causar prejuízo de ordem moral àquele assim identificado. Como explica Brandelli (2012, p. 101) “[...] ao contrário do que ocorre com o nome, a tutela jurídica do pseudônimo requer prova do interesse e do prejuízo – elementos esses que são presumidos em relação ao nome civil –, além da prova de ter ele assumido função análoga ao nome”.

No entendimento de França (1975), a notoriedade constituiria o meio através do qual as designações substitutivas do nome passariam a exercer a função de identificação do sujeito em sociedade. Daí a razão para se restringir a proteção marcária aos apelidos e pseudônimos notoriamente conhecidos. Não fosse este o caso, o registro de qualquer sinal poderia ser impugnado sob argumentação frágil, de quem não detém a exclusividade de uso sobre o mesmo em sua função primária.

---

<sup>8</sup>Não há uma definição precisa do número de pessoas que seria suficiente para demonstrar que o apelido é publicamente utilizado. Nesse sentido, Cupis (2008, p. 306) observa que “[...] o número de tais sujeitos é indeterminado. Não bastaria um uso por poucos indivíduos, mas não é necessário que nele participem todos igualmente [...]”. O importante seria que, mesmo aqueles que não o utilizassem, conseguissem associá-lo ao sujeito em questão.

Para a elaboração deste trabalho, foram analisados em profundidade 162 pedidos de registro indeferidos pelo inciso XVI entre os anos de 2017 e 2021. A primeira coisa que chama atenção no exame desses processos é a ausência de uma definição clara sobre o que seria cada um dos bens da personalidade abrangidos pela norma. Neste tópico, iremos nos ater à diferenciação entre apelido e pseudônimo, deixando a definição de nome artístico para o tópico a seguir.

Embora 34 despachos indicassem que o sinal reproduzia especificamente um apelido ou um pseudônimo, outras 24 decisões omitiam por completo essa informação ou tratavam os termos como sinônimos ou possibilidades alternativas. A verdade é que a própria LPI não diferencia o tratamento a ser dado a um e a outro. E o Manual de Marcas parece tratá-los como categorias que recebem tutelas jurídicas equivalentes, equiparando a ambos o prenome e o patronímico notoriamente conhecidos, para fins de aplicação do inciso XVI. Contudo, parece-nos relevante pontuar que, em certos casos – especialmente na análise de oposições baseadas no inciso XVI – os parâmetros necessários para comprovar o direito subjetivo ao uso do sinal como direito da personalidade podem variar.

O Manual de Marcas define apelido como “[...] a alcunha, o cognome, a denominação social conferida a uma pessoa física [...]” (INPI, 2024), enquanto o pseudônimo seria “[...] a denominação escolhida por uma pessoa física para disfarçar ou ocultar sua verdadeira identidade [...]” (INPI, 2024). Privilegiou-se, assim, a diferenciação baseada na origem da designação e na possibilidade de ela vir a desempenhar função de ocultamento.

França (1975) observa, no entanto, que essas não são características essenciais e uniformes de cada categoria. Há pseudônimos inicialmente impostos por terceiros e então adotados por seu titular, bem como há aqueles que não intencionam ocultar a identidade, mas sim “[...] constituir uma denominação mais ilustre e simpática do que o nome civil [...]” (França, 1975, p. 514).

A função mais relevante e capaz de diferenciar o pseudônimo do apelido seria a sua setorização: a realização da personalidade do indivíduo no desempenho de determinada atividade. Lamas (2004) observa que o uso mais frequente se dá nas áreas literária e artística, embora outros exemplos incluam os nomes de guerra e os nomes religiosos.

Embora a LPI não forneça indicações mais objetivas acerca da notoriedade exigida para que o sinal em questão enseje a aplicação do inciso XVI, pode-se concluir, pela analogia traçada com o direito ao nome, que deve ficar evidente a função

identificadora do sinal em relação ao sujeito. Em outras palavras, deve ficar evidente que o sinal em questão é dotado de notoriedade em um segmento específico (pseudônimo) ou em um espectro mais amplo da personalidade (apelido).

Como veremos, isso não significa que o impedimento ao registro de pseudônimos se restrinja em absoluto aos sinais depositados no mesmo segmento em que o titular se faz conhecer, mas que eventual oposição baseada em imitação ou reprodução de pseudônimo só precisará demonstrar a notoriedade dessa designação no segmento de atuação do oponente.

A setorização recai sobre o uso que o titular faz de seu pseudônimo. É um modo de destacar parcela de sua personalidade no exercício de alguma atividade profissional. No entanto, a proteção jurídica concedida a essa designação pode se expandir para além do setor específico de sua atuação, a depender da probabilidade de associação entre o sinal apresentado e a pessoa que o utiliza para se identificar.

Caso a fama que cerca o pseudônimo seja de tal monta que torne inviável não pensar no indivíduo por ele identificado, o sinal provavelmente se encontrará dentro do escopo de aplicação do inciso XVI, ainda que os produtos ou serviços solicitados não mantenham relação direta com a área de atuação do profissional. França (1975) ilustra essa situação, tomando como exemplo o pseudônimo “Tristão de Athayde”, utilizado por Alceu Amoroso Lima e apontado também nos exemplos do Manual de Marcas do INPI:

“Tristão de Athayde”, por exemplo, é um pseudônimo usado, no campo das letras, por uma das maiores mentalidades do Brasil. Sem embargo, mesmo os que não são do *métier*, sabem que se trata de certo escritor, com determinado caráter e orientação. Se, ocasionalmente, um artista de rádio, um cantor de sambas, viesse a adotar um igual pseudônimo, não há dúvida de que, até que tudo ficasse esclarecido, a despeito da diversidade do setor, muita confusão haveria de ter lugar. (França, 1975, p. 552).

O exemplo acima leva em consideração o grau de notoriedade do pseudônimo para concluir que seria estabelecida confusão entre artistas de áreas distintas que assumissem a mesma renomada designação. É de se pontuar, contudo, que a expressão em comento – “Tristão de Athayde” - está longe de ser simplória, contribuindo com sua singularidade para estreitar os laços estabelecidos com a identidade do escritor.

Juntamente com esses critérios, o segmento mercadológico não é informação que deva ser de todo negligenciada. Tratando-se de avaliação que recai sobre a concessão de direitos de marca, não há dúvida de que o setor a que a marca se destina pode aumentar ou diminuir o risco de o sinal ser percebido como uma designação pessoal, especialmente

se a designação em comento for um pseudônimo utilizado na mesma área ou em áreas afins.

Isso não significa que marcas contendo pseudônimos literários possam ser livremente registradas por terceiros para assinalar joias, mas que a afinidade entre os segmentos pode ter algum peso na ponderação a ser realizada. Em outras palavras, embora não seja verdade que a aplicação do inciso XVI se restrinja a sinais que visem assinalar produtos ou serviços relacionados à área de atuação do titular, o segmento mercadológico constitui um dos vários fatores que devem ser analisados para definir se o registro de marca poderia ofender direito subjetivo de terceiro.

Ademais, parece relevante estabelecer se o vocábulo assume significado próprio no segmento que pretende atuar como marca, levando o público consumidor a associá-lo mais facilmente com o significado em questão do que com o sujeito que por acaso compartilhe dessa forma de identificação. Esse foi o caso do sinal “SPAX HAIR & NAILS” (921633556), depositado na classe 5 para assinalar suplemento vitamínico para cabelos e unhas, inicialmente indeferido por reproduzir pseudônimo notoriamente conhecido do cantor de K-Pop Kim Sungchan. A decisão foi revertida em recurso, observando-se que o termo SPA seria comumente utilizado para fazer referência a produtos relacionados a salões de beleza, afastando, por consequência, eventual associação entre a marca requerida e o artista SPAX.

Assim, considerando que a proteção conferida às designações substitutivas deriva de sua utilização de forma análoga ao nome civil e que tal constatação depende da análise factual das circunstâncias envolvidas, sugere-se que a aplicação do inciso XVI a marcas que contenham pseudônimos ou apelidos de terceiros seja precedida de uma reflexão conjunta acerca dos seguintes fatores: grau de notoriedade e de singularidade da designação pessoal; proximidade entre a área de atuação do indivíduo e o segmento de mercado dos produtos ou serviços solicitados; eventual significado ou conotação que o termo possa assumir, em especial no segmento a que a marca se destina. Acredita-se que esses fatores poderão indicar com maior precisão se a designação em análise é capaz de identificar um indivíduo, interferindo indevidamente em seu poder de autodeterminação pessoal.

Após essa análise, havendo indícios convincentes de que o sinal contém direito da personalidade de pessoa diversa do requerente, é formulada exigência para que este apresente a devida autorização para registro. Tratando-se, porém, de pedido de registro com oposição fundada no inciso XVI, a análise deverá considerar eventuais elementos



trazidos pelo oponente, que poderão demonstrar satisfatoriamente o uso do signo em questão como apelido ou pseudônimo notoriamente conhecidos.

Esse foi o caso do pedido de registro da marca “SCHULLAS” (processo 906513588), depositado na classe 43 para assinalar serviços de restaurantes. O pedido sofreu oposição de pessoa física que declarava ser chef de cozinha amplamente conhecido em seu ramo de atividade pelo termo Schullas. Juntou para embasamento de sua assertiva reportagens jornalísticas e livros de receitas que relacionavam seu nome ao termo em questão, além de várias declarações assinadas por frequentadores de seu restaurante declarando conhecê-lo por esta designação.

Observa-se que o elemento nominativo solicitado a registro não evidenciava, desde logo, tratar-se de nome civil, patronímico ou qualquer designação pessoal que pudesse interferir no exercício de direitos alheios da personalidade. Tampouco o requerente afirmava que o sinal reproduzia direito próprio dessa natureza. Caso as pesquisas realizadas por ocasião do exame não indicassem nada em contrário, seria razoável que o pedido não chegasse a ser objeto de exigência para apresentação de consentimento.

A rigor, não há formato pré-definido para a composição de apelidos ou limites para a criatividade humana em sua elaboração, de modo que um número enorme de sinais poderia ser compreendido como potencial apelido, demandando formulação de exigência, não fosse a restrição de notoriedade imposta pela LPI. No entanto, havendo oposição do sujeito interessado e conseguindo este demonstrar o uso público e efetivo do sinal enquanto elemento identificador de sua personalidade, o pedido pode se encaixar no escopo de aplicação do inciso XVI, ainda que eventuais buscas prévias não indicassem a exigida notoriedade.

No caso do sinal “SCHULLAS”, o oponente alega o uso público, prolongado e constante do sinal como elemento identificador de sua personalidade no exercício de sua atividade profissional como chef de cozinha e dono de restaurante no estado do Rio Grande do Sul. Trata-se, portanto, de um pseudônimo, cujo reconhecimento não exige que a pessoa afetada seja verdadeira celebridade. Basta, para tanto, a demonstração de que há interesse legítimo no uso do sinal como elemento identificador da personalidade e que um número razoável de pessoas o associa ao sujeito em questão (Cupis, 2008).

É neste ponto especificamente que notamos com maior clareza a relevância da distinção conceitual entre apelido e pseudônimo, posto que o oponente que alega violação a este último não precisa demonstrar o uso da denominação em todos os aspectos de sua

vida, mas apenas no segmento em que o pseudônimo é de fato utilizado. Uma vez estabelecido esse uso, o exame irá ponderar os demais fatores envolvidos, de modo a avaliar se, no caso em questão, haveria identificação inequívoca do sujeito a partir do registro e do uso da marca solicitada. No caso apontado, a identidade entre os segmentos e a singularidade do termo são fatores que podem ter pesado a favor do indeferimento.

#### **4.1.2 Nomes artísticos**

Estão incluídos no âmbito de aplicação do inciso XVI do artigo 124 da LPI não apenas as marcas que contenham “[...] pseudônimo ou apelido notoriamente conhecidos [...]” (Brasil,1996), mas também aquelas que imitem ou reproduzam “[...] nome artístico singular ou coletivo [...]” (Brasil,1996), salvo com a demonstração do devido consentimento. Observa-se, pela literalidade deste dispositivo, que a exigência de notoriedade da designação substitutiva se aplica apenas aos apelidos e pseudônimos, e não aos nomes artísticos. Trata-se de diferenciação delicada, tendo em vista a similaridade entre os conceitos.

O Manual de Marcas define nome artístico como “[...] a denominação pela qual uma pessoa ou um grupo de pessoas é conhecido em seu ramo de atividade (no meio artístico em geral)” (INPI, 2024). Vê-se que esse conceito é muito similar ao que a doutrina apresenta para o pseudônimo, ao defini-lo como “(...) o nome, diverso do nome civil, usado por alguém, licitamente, em certa esfera de ação, com o fim de, nessa esfera, projetar uma face especial da própria personalidade” (França, 1975, p. 510).

Em realidade, muitos autores apontam o nome artístico como uma espécie de pseudônimo, aplicável no exercício de atividades artísticas. Dentre esses, se apresentam tanto estudiosos do direito ao nome, como França (1975) e Brandelli (2012), como autores dedicados ao estudo dos direitos de marcas, como Lamas (2004) e Barbosa, D. (2014). No caso de ambas as denominações, o indivíduo se faria conhecer em determinada área de atuação por um nome diverso daquele que consta do Registro Civil, sem precisar associar ao exercício desta atividade os demais aspectos relacionados à sua personalidade.

O uso do pseudônimo é frequentemente associado ao objetivo de ocultação de parcela da identidade pessoal, a exemplo de escritores que desejam manter suas atividades literárias apartadas de outra carreira que possam desenvolver em paralelo. Essa

característica é apontada por Cunha e Sanz (2022) como o ponto diferenciador em relação aos nomes artísticos e se encontra presente tanto na definição de pseudônimo apresentada pelo Manual de Marcas, como naquela fornecida por Bittar (1999, p. 125), ao tratar dos sinais que estariam compreendidos no direito ao nome e, indiretamente, no direito à identidade: “[...] pseudônimo (nome convencional fictício, sob o qual oculta a sua identidade o interessado, para fins artísticos, literários, políticos, desportivos) [...]”.

A função de ocultação, porém, nem sempre será exercida ou intencionada pelo titular do pseudônimo, que pode apenas desejar assumir uma denominação mais atrativa para determinado segmento. Do mesmo modo, ambas as motivações podem se fazer presentes quando da escolha do nome artístico. Cupis (2008, p. 310) ilustra a estreita relação entre as categorias ao observar que, em certos casos, “[...] o pseudônimo serve apenas para realizar, com particular eficácia a identidade artística ou literária da pessoa, sem a cindir da sua identidade geral [...]”.

Outro fator de diferenciação, apontado por Amaral e Seide (2020), seria a esfera de atuação mais usual para cada denominação. Os pseudônimos seriam comumente utilizados no setor literário, ao passo que os nomes artísticos seriam adotados por profissionais de áreas como música, cinema, teatro e televisão.

Vê-se que as diferenças apontadas são sutis e nem sempre se fazem presentes, havendo consideráveis pontos de interseção entre as denominações. Tomemos como exemplo o signo “BANKSY”, utilizado para identificar o notório artista de rua, cuja verdadeira identidade é desconhecida do público em geral. Embora “BANKSY” seja a denominação utilizada pela pessoa para se identificar no desempenho de suas atividades artísticas, também é a denominação escolhida por ela para disfarçar ou ocultar sua verdadeira identidade, o que a qualifica tanto como nome artístico, como pseudônimo. E, de fato, a oposição apresentada no fluxo dos processos 913041033 e 913041378 para registro da marca “BANKSY” alega tratar-se de ambos.

Já a denominação “Adriana Partimpim” foi escolhida por Adriana Calcanhoto para se apresentar artisticamente ao público infantil, projetando uma parcela de sua personalidade distinta daquela apresentada ao público adulto, mas sem intenção de ocultar sua verdadeira identidade. Não sendo possível reconhecer as características típicas de apenas uma das denominações substitutivas, o sinal “PAR TIM PIM” (909928827), depositado por terceiro, foi indeferido pelo inciso XVI, por se referir a “pseudônimo, apelido ou nome artístico singular notoriamente conhecido” (INPI, 2018).

Analisando-se os pedidos indeferidos pelo inciso XVI entre 2017 e 2021, percebe-se não haver clareza ou homogeneidade entre os critérios utilizados pelo INPI para classificar a denominação reproduzida. Observamos que a denominação “GUGU” foi descrita em três processos como nome artístico (920727620, 920727409, 920727514) e em outros dois como apelido notoriamente conhecido (920720250, 920720668). Já o termo “LEÃO” foi classificado no pedido 910673349 como apelido e no pedido 905363442 como pseudônimo ou nome artístico.

A classificação de um signo como nome artístico ou pseudônimo não traria maiores repercussões no âmbito do direito de marcas, não fosse a notoriedade exigida apenas para a proteção do segundo. Diante dos sucessivos questionamentos dos examinadores de marcas acerca da necessidade de estender esse requisito também para a proteção de nomes artísticos e de como fazê-lo, o Comitê de Orientação sobre Procedimentos de Exames de Marcas, Desenhos Industriais e Indicações Geográficas (COPEX) proferiu a seguinte orientação, constante da ata de sua 6ª reunião, realizada em 05/07/2017:

Em analogia ao entendimento aplicado para o registro de patronímicos e nomes de família (...), somente devem ser formuladas exigências para apresentação de autorização de registro como marca de nome artístico que seja notoriamente conhecido. (INPI, 2017).

Essa decisão foi mantida na 40ª reunião do COPEX, realizada em 21/02/2019, quando se acrescentou:

(...) Entendeu-se que, apesar da literalidade do inc. XVI do art. 124 da LPI, o legislador não pretendeu dar tratamento diferenciado ao nome artístico singular ou coletivo, opondo-o ao pseudônimo ou apelido notoriamente conhecidos. (INPI, 2019).

Observa-se, quanto a este ponto, que chegou a ser apresentada emenda parlamentar (nº 23 de 14/06/1991) com o intuito de suprimir a expressão “nome artístico singular ou coletivo”, precisamente sob a justificativa de que as denominações personativas substitutivas não deveriam receber proteção quando carecessem de notoriedade. Nas palavras do Deputado Nilson Gibson, estaria “[...] sendo introduzida, pela primeira vez no sistema de propriedade industrial, semelhante privilégio para pessoas físicas não notoriamente conhecidas [...]”.

Embora não tenha sido possível encontrar registros dos debates legislativos sobre essa emenda, o texto final da LPI indica que a alteração proposta não foi acatada pelo

Congresso, seja por discordância em relação aos argumentos apresentados ou apesar deles. O fato é que a lei, como aprovada, não traz qualquer exigência de notoriedade para a proteção do nome artístico e tampouco o faz expressamente o Manual de Marcas do INPI. Trata-se de prática administrativa incorporada ao exame de marcas com o intuito de harmonizar o tratamento conferido às diversas denominações substitutivas do nome civil.

Como visto, não há uma classificação clara e estanque que diferencie pseudônimo e nome artístico. Pode-se mesmo concluir, com Barbosa, D. (2014), que esse último seria uma das formas de apresentação do pseudônimo, quando utilizado no desempenho de atividades artísticas. Nesse caso, não haveria razão para atribuir tratamento jurídico diverso a marcas compostas por uma designação ou por outra. Isso só causaria insegurança quanto à classificação a ser realizada pelo INPI durante o exame de registrabilidade. Acreditamos que o artigo 124, inciso XVI da Lei de Propriedade Industrial deveria ser modificado para incluir expressamente a exigência de que o nome artístico singular ou coletivo seja notoriamente conhecido para justificar sua incidência.

A tutela jurídica de toda designação substitutiva enquanto direito da personalidade encontra respaldo em sua utilização para identificar a pessoa em sociedade. Não haveria por que negar registro de marca à primeira pessoa que a solicitasse ao INPI sob o argumento de que outra pretende emplacar o mesmo sinal para se identificar no meio artístico. O princípio atributivo do direito é aplicável a todos os sinais, sejam eles compostos por designações personativas ou não. E o impedimento legal previsto no inciso XVI só deve incidir quando o signo se encontrar indisponível em função de um direito da personalidade pré-existente.

Como esclarece França (1975), todos os indivíduos têm direito a serem identificados através de pseudônimos, mas o direito a certo e determinado pseudônimo (inclusive àquele que venha a ser utilizado no meio artístico) depende de seu uso efetivo e constante como modo de identificação pessoal. É preciso que a denominação realmente assuma função análoga à do nome para que seja protegida como tal. Mas como essa realidade fática não pode ser demonstrada através de um registro cartorial, utiliza-se de sua notoriedade como indício do direito a ser protegido.

É de se ressaltar ainda a peculiar convergência de interesses no caso de nomes artísticos solicitados como marca para assinalar os serviços artísticos prestados pelo titular do direito da personalidade. Como frisado ao longo deste trabalho, marcas e direitos da personalidade exercem funções distintas, na medida em que aquelas

identificam produtos ou serviços oferecidos no mercado e esses configuram os direitos mais essenciais do indivíduo, sem os quais nenhum outro direito subjetivo teria a mesma importância para o titular (Cupis, 2008). Ainda que um mesmo sinal possa desempenhar simultaneamente papel de marca e de nome ou imagem de uma pessoa, consegue-se vislumbrar uma diferença clara entre as funções, o que justifica receberem tratamento jurídico diverso.

Tratando-se, porém, de nomes escolhidos para representar o indivíduo no exercício de suas atividades artísticas, a diferença entre essas funções pode ser mais sutil e, justamente por isso, mais importante de ser estabelecida. Deve restar claro se o sinal assumiu, para o artista, importância análoga à do seu nome civil. Se há de fato um interesse fundado na manifestação da personalidade do indivíduo. Do contrário, eventual oposição apresentada sob o argumento de violação de nome artístico poderia mascarar o simples interesse comercial em assegurar a exclusividade de uso do mesmo sinal naquele segmento de mercado. Em resumo, caso não fique demonstrado que o requerente é de fato identificado em sociedade por meio daquele signo – ainda que apenas no desempenho de suas funções artísticas –, o indeferimento do pedido com base no inciso XVI constituiria uma inobservância injustificada do princípio atributivo de direitos.

Admitida a extensão do critério da notoriedade a todos os pseudônimos, inclusive àqueles utilizados no meio artístico, não seria preciso exigir autorização para o registro de todo sinal que pudesse vir a configurar nome artístico de terceiro. Apenas no caso de haver indícios substanciais de que o termo reproduz o nome artístico de alguém é que se passaria a avaliar a possibilidade de aplicação do inciso XVI.

Na 6ª reunião do COPEX, foi decidido que o reconhecimento da notoriedade do sinal enquanto apelido, pseudônimo ou nome artístico se daria segundo o juízo do examinador de marcas, que poderia se pautar em conhecimento prévio da denominação, em buscas realizadas pela internet ou em quaisquer pesquisas que se fizessem necessárias para firmar o seu convencimento.

Acrescenta-se que os indícios de reprodução de direitos da personalidade também poderiam advir dos argumentos apresentados em oposição ao registro do sinal ou mesmo de sua composição, caso sejam utilizados vocábulos usualmente compreendidos como nomes civis. Neste último caso, a exigência seria formulada com base no inciso XV, podendo o requerente então esclarecer que não se trata de nome civil de terceiro, mas de nome artístico de sua própria titularidade (ou ainda de nome inventado, como veremos mais adiante).

Caberá então ao examinador ponderar os mesmos fatores descritos no item anterior para averiguar se o sinal em questão é de fato utilizado para identificar um indivíduo no exercício de suas atividades artísticas, trazendo risco de violação a seu direito da personalidade. Quanto aos critérios de singularidade e área de atuação, vale mencionar que o Manual de Marcas já traz alguma orientação a respeito. Estipula que, se o nome artístico for composto por termos que pertencem ao vernáculo, sua proteção estará limitada a segmentos que possam ser associados às atividades desenvolvidas pelo artista, ao ponto que se o nome for singular, seu registro não consentido será vedado em todo e qualquer segmento. Embora essa orientação seja pontual e não considere todas as nuances que podem ser assumidas pela combinação dos fatores envolvidos, acredita-se que seja um bom parâmetro inicial para a ponderação a ser realizada.

Antes de adentrarmos a questão da notoriedade do patronímico, faz-se necessário esclarecer um último ponto em relação ao escopo de aplicação do inciso XVI: a interpretação que deve ser dada à expressão “nome artístico coletivo”. Até a 6ª revisão da 3ª edição do Manual de Marcas, datada de janeiro de 2023 e vigente até o momento da finalização do presente trabalho, o INPI define nome artístico coletivo como a denominação pela qual “[...] um grupo de pessoas é conhecido em seu ramo de atividade (no meio artístico em geral)” (INPI, 2024). Os exemplos fornecidos incluem os sinais “TITÃS” e “CHITÃOZINHO E XORORÓ”.

No entanto, em decisão proferida pelo Superior Tribunal de Justiça no julgamento do Recurso Especial 678497 / RJ (processo 2004/0098630-4), entendeu-se que as denominações artísticas formadas por títulos genéricos (que não identificam ou se reportam às pessoas físicas que compõem o grupo) não podem receber a tutela jurídica própria dos direitos da personalidade, devendo se submeter exclusivamente às regras da propriedade industrial. Desse modo, não seria possível negar o pedido de registro de marcas como “TITÃS” sob o argumento de violação a direitos alheios da personalidade. O escopo de aplicação do inciso XVI se restringiria a marcas como “CHITÃOZINHO E XORORÓ”, que reproduzem os nomes utilizados por cada integrante para se identificar no mundo artístico.

O impacto prático dessa mudança parece significativo. Tomando por base os processos analisados para a execução deste trabalho, observamos que 75% dos pedidos indeferidos por reprodução de nomes artísticos coletivos deixariam de incidir na proibição do inciso XVI caso o entendimento fosse incorporado ao exame do INPI. As

exceções se referem justamente às duplas musicais, cujos sinais individualizam seus componentes.

Consultada a respeito dessa interpretação, a Procuradoria Federal Especializada junto ao INPI manifestou-se, através do Parecer nº 20/2020/CGPI/PFE-INPI-PGF/AGU, no sentido da revisão do Manual de Marcas para esclarecer que a norma prevista no inciso XVI não alcança os sinais compostos por denominações de grupos musicais a título genérico, mas apenas aquelas que identifiquem a pessoa humana. Não havendo identificação pessoal, o sinal atrairia a regra geral do princípio atributivo do direito de marcas, sendo o registro concedido àquele que primeiro protocolar o pedido (salvo se ficar demonstrado uso anterior do sinal por terceiro de boa-fé, conforme previsto no artigo 129, §1º da LPI).

#### **4.1.3 Patronímicos**

O inciso XV do artigo 124 da LPI, dedicado à reprodução de nomes civis, assinaturas, patronímicos e imagens pessoais, não traz qualquer exigência de notoriedade para a proteção desses bens da personalidade, cuja titularidade pode ser objetivamente verificada. Presume-se o interesse legítimo das pessoas em serem identificadas socialmente através dos nomes que lhes são formalmente atribuídos por meio do Registro Civil<sup>9</sup> (Brandelli, 2012). Desse modo, torna-se dispensável a demonstração de notoriedade para que o ordenamento lhes confira tutela jurídica.

No entanto, a aplicação do inciso XV (assim como a do inciso XVI) pressupõe que o sinal em análise contenha elementos capazes de serem compreendidos como sinais identificadores de alguém. Segundo Morgado (2009, p. 1), trata-se de impedimento aplicável aos “[...] signos capazes de individualizar um ser humano [...]”, o que leva Amaral e Silva (2013, p. 53) a concluir que a autorização para registro “[...] deverá ser dispensada se o nome escolhido para uso como marca não se referir especificamente a um indivíduo [...]”.

Entendemos que o critério determinante para o indeferimento é a possibilidade de o registro vir a interferir indevidamente na esfera de autodeterminação pessoal de

---

<sup>9</sup>Em realidade, como explica França (1975), o direito ao uso do nome existe independentemente de sua inscrição no Registro Civil, mas essa inscrição é necessária para que se possa fazer valer o direito perante terceiros.



alguém, constituindo expressão não consentida de sua personalidade e usurpação de seu direito exclusivo a explorar economicamente os atributos que lhe identificam. Não é necessário que se reconheça de pronto quem é a pessoa afetada, mas sim que há possibilidade de identificação pessoal através daquele sinal, sem que tenha sido apresentado o devido consentimento.

Assim, a fotografia de uma criança não poderá ser registrada como marca por constituir elemento figurativo capaz de identificar uma pessoa, ainda que a maioria dos consumidores não tenha conhecimento de quem ela é. Já o sinal composto por prenome comum não faz referência a um sujeito em particular, podendo ser registrado independentemente do consentimento de qualquer pessoa que carregue esse nome, já que se trata de marca incapaz de interferir no exercício dos direitos da personalidade de alguém.

Não à toa, os prenomes deixaram de ser incluídos no rol dos sinais identificadores da pessoa humana para fins de aplicação dos incisos XV ou XVI. O Manual de Marcas só lhes estende proteção quando, excepcionalmente, são de fato utilizados e compreendidos como a denominação usual e suficiente para a identificação de determinada pessoa, a exemplo do que ocorre com os apelidos (INPI, 2024).

O patronímico, por sua vez, consta expressamente do artigo 124, inciso XV da LPI, sem qualquer ressalva relacionada a eventual notoriedade. Sabe-se, por sua natureza, que o patronímico se destina a identificar os vários membros de uma mesma família e, em certos casos, membros de famílias que compartilham do mesmo patronímico, mas que não possuem laços consanguíneos ou afetivos atualmente conhecidos. Como explica Cupis (2008), cabe ao patronímico indicar a família de origem e, ao prenome, especificar a qual dos membros daquela família estamos nos referindo. A combinação desses elementos, por meio do nome civil, é o que permite identificar e individualizar a pessoa em sociedade.

A utilização isolada do patronímico, em regra, não remeterá a uma pessoa em especial e, por vezes, nem mesmo a um grupo determinado de pessoas, já que certos nomes de famílias são compartilhados por uma fração considerável da população brasileira. A título exemplificativo, observamos que o patronímico de maior incidência no Brasil – “da Silva” – é compartilhado por 12.585.868 pessoas, o que equivale a um em cada dezessete brasileiros, de acordo com informações retiradas da página de estudos

genealógicos forebears<sup>10</sup>. Já o patronímico que aparece na milésima posição – “Vitorino” – compõe o nome de 10.145 pessoas (ou uma em cada 21.101).

Vê-se, portanto, que há variados graus de precisão na identificação proporcionada pelos patronímicos. Isso não significa que haja relativização do direito ao nome. Todos têm igual direito a usar seu patronímico como parte integrante e importante de sua identificação pessoal ou familiar. No entanto, o uso isolado de patronímicos como Santos ou da Silva dificilmente remeteria a uma pessoa em particular. Mais que isso: dificilmente faria com que a pessoa que leva um desses patronímicos se entendesse implicada nesse uso.

Importante observar que o direito ao nome não pressupõe exclusividade na utilização abstrata do vocábulo, mas sim no seu uso enquanto bem associado à própria personalidade (França, 1975). Muitas pessoas podem ter o mesmo patronímico na composição de seu nome civil, mas cada uma delas possui direito próprio e exclusivo ao uso do patronímico em associação com sua personalidade. Assim, se não há personalidade associada ao sinal, é possível concluir que ninguém possui direito exclusivo de aproveitamento econômico sobre o mesmo, não havendo que se falar em ameaça de lesão a direitos pessoais pré-existentes.

O Manual de Marcas parte do princípio de que é nesta situação que se encontra a maioria dos sinais compostos por nomes de família, orientando a formulação de exigência apenas em caso de “direito de personalidade notório” (INPI, 2024). A justificativa apresentada, contudo, não se baseia apenas no risco de associação indevida entre o sinal e a pessoa assim identificada, mas na possibilidade de o registro vir a constituir aproveitamento parasitário ou concorrência desleal.

Entendemos que essa possibilidade configura um argumento a mais para a formulação de exigência e possível indeferimento dos sinais, já que a busca por facilidade e lealdade nas relações comerciais deve informar todo o sistema marcário. No entanto, o escopo específico do inciso XV se dirige à proteção contra a apropriação indevida de sinais identificadores da pessoa humana como marca, visto que isso poderia cercear o direito exclusivo de cada pessoa tomar decisões que afetem seus bens da personalidade. Desse modo, pensamos ser necessária a apresentação de consentimento para registro sempre que puder ser estabelecida relação direta entre o patronímico solicitado como

---

<sup>10</sup><https://forebears.io/brazil/surnames>

marca e a personalidade de determinado indivíduo, independentemente de essa associação vir a constituir concorrência desleal.

Para essa análise, cremos que não bastaria a verificação da existência de notoriedade em uma dimensão binária (sim ou não), mas a gradação deste e de outros fatores que, no contexto, podem ajudar a reforçar a identificação pessoal, a saber: a singularidade do patronímico; a utilização usual e eficiente deste patronímico como modo de identificação da personalidade notória; a existência de outros elementos nominativos ou figurativos no sinal que corroborem com a identificação; e a proximidade mercadológica entre o segmento assinalado pela marca e as atividades desenvolvidas pelo sujeito. Assim, quanto mais peculiar/singular for o nome de família e quanto mais próximos os serviços reivindicados estiverem da área de atuação em que a pessoa assim nomeada ganhou reconhecimento, maior será a chance de associação da marca com aquela pessoa em particular, e não com qualquer outra que compartilhe do mesmo patronímico.

Embora esses fatores não constem expressamente do manual, observa-se que os indeferimentos envolvendo marcas compostas por patronímicos tendem a levar em consideração mais do que a exigida notoriedade do titular. Como exemplo, verifica-se que os pedidos de registro 830416722 (KAPAZI), 907689493 (BEX), 908563590 (PELOSO PRANDINI) e 912912308 (PARATELLA GASTRONOMIA ITALIANA), compostos por patronímicos incomuns, foram indeferidos após restar demonstrado por oposição que reproduziam nome de família pertencente a pessoa atuante no mesmo segmento de mercado. Embora o indivíduo afetado não gozasse necessariamente de ampla notoriedade no país, foi possível estabelecer associação indevida entre o sinal solicitado por terceiro e sua personalidade.

Conclui-se pelo exposto que, ao proibir o registro não consentido de patronímicos de terceiros, o artigo 124, inciso XV, da LPI tem por escopo impedir a associação indevida entre o sinal solicitado a registro e a personalidade de alguém. No entanto, como os nomes de família são, em regra, incapazes de individualizar o sujeito, a incidência dessa proibição demandará a ponderação de outros fatores contextuais que corroborem a existência dessa associação.

Tais fatores incluem, mas não se limitam à notoriedade do sujeito afetado. Ao contrário do que ocorre com os sinais compostos por denominações substitutivas do nome civil (apelidos e pseudônimos), não é necessário demonstrar que o indivíduo tem interesse legítimo no uso do patronímico como forma de identificação pessoal. O que deve restar

demonstrado é que aquele sinal, tal como apresentado para assinalar aqueles produtos ou serviços, estabelece uma relação não autorizada com um indivíduo em particular.

#### 4.2 HOMONÍMIA

Como temos frisado ao longo do presente trabalho, o direito da personalidade engloba duas dimensões (negativa e positiva), assegurando ao mesmo tempo instrumentos para a proteção da personalidade contra ameaças de terceiros e a exclusividade de aproveitamento econômico dos atributos humanos por parte de seu titular (Cantali, 2009). Ainda que a norma prevista nos incisos XV e XVI do artigo 124 da LPI mantenha relação imediata com a dimensão positiva do direito, garantindo que a exploração de nomes e imagens por meio do registro de marcas só possa ser efetivada com o consentimento do titular do direito da personalidade, entendemos que ela também encontra fundamento na proteção desses bens contra a interferência indesejada de terceiros. A concordância do titular seria exigida não apenas para preservar os interesses patrimoniais na exploração de seu nome ou imagem, mas também para assegurar seu poder de autodeterminação pessoal no que tange à manifestação de sua personalidade.

Lamas (2007) apresenta, contudo, interessante reflexão em sentido contrário. Pontua que, se o objetivo fosse a proteção de direitos inerentes à personalidade humana contra lesão de terceiros, a lei não poderia permitir que uma pessoa registrasse seu nome como marca caso mais alguém fosse assim denominado. A legitimidade do requerente para solicitar esse atributo como marca não afastaria a violação ao direito da personalidade de seu homônimo.

No entanto, sendo o intuito apenas de garantir o aproveitamento econômico exclusivo de nomes e imagens pessoais por seus titulares, o autor conclui que a solução seria diversa. Não bastaria o oponente demonstrar que compartilha do mesmo nome do requerente para impedir o registro de marca. Seria preciso demonstrar que, em razão da notoriedade do oponente, o público consumidor associaria o sinal em questão à sua personalidade e não à do requerente, pois somente nesta situação o requerente estaria se desviando do fim pretendido pela norma.

Entendemos como Lamas (2007), que a aplicação dos incisos XV e XVI a sinais que reproduzem denominações pessoais do requerente (ou de quem autorizou o registro

de marca) deve se restringir aos casos em que há associação indevida com personalidade de terceiro. Não porque o ordenamento jurídico não tenha interesse em proteger o direito ao nome de todos os eventuais homônimos, mas porque o uso justo do nome por um de seus titulares, como forma de expressão da própria personalidade, não chegaria a configurar ameaça à personalidade dos demais.

Nome e identidade pessoal estão intrinsecamente relacionados, na medida em que o primeiro constitui o modo principal para a realização do segundo (Cupis, 2008). É através do nome que o indivíduo se apresenta ao mundo, concentrando neste signo as informações relativas aos atos por ele praticados, a seus direitos, conquistas, obrigações e convicções, bem como às percepções que os demais membros da sociedade vão construindo em relação a ele. O nome constitui, portanto, verdadeira expressão da personalidade do indivíduo e é neste sentido que ganha importância como elemento de caráter existencial.

O fenômeno da homonímia não é proibido por nosso ordenamento jurídico. Todo indivíduo que compartilhe do mesmo nome civil terá o direito subjetivo a ser assim identificado, mas em cada caso, o nome será responsável por identificar uma personalidade distinta. No dizer de França (1975, p. 189), “[...] o nome só é objeto de direito enquanto exprime uma identidade e, deste ponto de vista, é sempre exclusivo”. Assim, só será possível falar em violação do direito ao nome por parte de um homônimo caso este venha a se utilizar indevidamente do próprio nome para se fazer passar por outra pessoa.

Trazendo a aplicação do direito ao nome à realidade de marcas, observamos que a Lei de Propriedade Industrial permite o registro de sinais compostos por nomes pessoais, contanto que haja o consentimento daquele que tem o seu direito da personalidade imitado ou reproduzido (ou de seus herdeiros ou sucessores, em caso de falecimento). Sendo o nome compartilhado por mais de um indivíduo, todos terão, *a priori*, o mesmo direito a registrá-lo como marca com vistas ao aproveitamento econômico deste bem enquanto expressão da própria personalidade.

Isso não significa que o direito ao nome confira automaticamente a seu titular o direito a registrá-lo como marca, mas que cada pessoa poderá solicitar esse registro como modo de decidir de maneira livre e exclusiva como expressar e explorar a sua personalidade. O consentimento do indivíduo cuja personalidade será afetada revela-se condição necessária e suficiente para garantir o atendimento dos objetivos da norma, afastando a possibilidade de indeferimento com base nos incisos XV ou XVI.

Situação bastante distinta ocorre quando o homônimo se vale da coincidência designativa para registrar ou autorizar registro de sinal que remeta a personalidade alheia. Nesse caso, apesar da aparência de licitude do ato, o exercício do direito ao nome é realizado de forma abusiva, em clara inobservância aos limites impostos pela boa-fé e pela finalidade da norma. Afinal, a exceção prevista no inciso XV destina-se a viabilizar o poder de autodeterminação pessoal, não devendo ser utilizada como brecha para a exploração não consentida de direitos de terceiros.

A questão central consiste, portanto, em identificar se o consentimento para registro foi dado pelo titular do direito afetado ou se, diante das circunstâncias apresentadas, seria razoável supor que o sinal faz referência a pessoa distinta. Neste cenário, mostra-se relevante sopesar, dentre outros fatores, o grau de notoriedade e de singularidade do nome reivindicado, eventuais informações trazidas em sede de oposição, a existência de elementos figurativos ou nominativos que reforcem a associação com determinada pessoa, bem como a proximidade entre os produtos ou serviços reivindicados e as atividades por ela desenvolvidas.

Não basta que eventual oposição indique a existência de um homônimo. Isso apenas demonstra que outra pessoa, caso assim desejasse, poderia ter solicitado o registro daquele mesmo nome enquanto expressão de sua identidade, o que não retira a legitimidade do requerente para fazê-lo. É preciso demonstrar que o nome não se encontra disponível para apropriação pelo requerente porque, no contexto em que foi solicitado, não representa expressão de sua personalidade, mas da personalidade de um terceiro.

Tratando-se de pedidos sem oposição que visam assinalar sinais compostos por nomes comuns de pessoas pouco conhecidas, há margem bastante reduzida para crer que quem consentiu com o registro do próprio nome como marca não é o sujeito verdadeiramente afetado pelo registro. Como previsto pelos artigos 2º e 3º do Decreto nº 83.963/79, as declarações prestadas à Administração Pública Federal devem ser reputadas verdadeiras até prova em contrário. Portanto, não havendo fundadas razões de dúvida quanto à veracidade das declarações ou qualquer evidência de que o registro do sinal resultará no aproveitamento indevido de personalidade alheia, não haverá razão para indeferimento do pedido com base nos incisos XV ou XVI.

Dentre os 19 pedidos analisados entre 2017 e 2021 envolvendo questões de homonímia, a grande maioria (18 processos) dizia respeito à reprodução de denominação utilizada por pessoa famosa e 12 tiveram a homonímia apontada em sede de oposição. O único caso que tratou de denominação que ainda não havia adquirido ampla notoriedade

foi o de nº 905655281, “Alex Ferrari”, cuja utilização como nome artístico era sustentada tanto pelo requerente, como pelo oponente. Após formulação de exigência, o INPI entendeu que apenas o oponente teria conseguido demonstrar ser titular do direito da personalidade em questão. Assim, uma vez afastada a existência de homonímia verdadeira, tornou-se mais simples a constatação de reprodução indevida de nome artístico de terceiro.

Atualmente, o Manual de Marcas não apresenta procedimentos específicos para a aplicação dos incisos XV ou XVI em casos de homonímia. Como consequência, as decisões adotadas pelo INPI não seguem critérios uniformes.

Ao tratar de sinais compostos por nomes de família, o Manual indica que a proibição prevista no inciso XV só se aplica em casos de notoriedade e deixa de incidir se o requerente do pedido for o próprio detentor do direito da personalidade notória ou alguém por ele autorizado. Partindo desta orientação, muitas decisões consideram a existência de pessoa homônima mais conhecida do que o requerente como fator decisivo para o indeferimento, cuja justificativa se centra na falta de autorização assinada pelo titular do direito da personalidade notória. Por este caminho seguiram as decisões de primeira instância envolvendo os pedidos 918245060 (FITTIPALD)<sup>11</sup> e 908311745 (S SENA GRILL), além de outras que não se referiam a patronímicos, mas a nomes civis ou artísticos, como 904875237 (PAULA FERNANDES), 910800251 (MUNDO DOS PEIXES BY SILVIO SANTOS) e 918512115 (GUSTAVO BORGES).

Já a análise dos sinais FRANK SINATRA CALÇADOS (910446210) e CS CARLOS SANTANA PRODUÇÕES & EVENTOS (910386218) considerou a titularidade do direito ao nome por parte do requerente uma variável importante para definir se ele teria ou não o direito de registrá-lo como marca, apesar da existência de homônimo famoso. No primeiro caso, observou-se que “Frank Sinatra” consistia apenas no prenome do requerente e não em seu nome civil, o que não bastaria para lhe conferir direito ao registro. Já no segundo caso, o sinal CS CARLOS SANTANA PRODUÇÕES & EVENTOS deixou de ser indeferido pelo inciso XV por ter sido solicitado por requerente de mesmo nome, mas atraiu a incidência do inciso XVI por reproduzir nome artístico de terceiro.

Por fim, quatro despachos justificaram o indeferimento com base na possibilidade real de associação entre o sinal examinado e uma pessoa distinta da que consentiu com o

---

<sup>11</sup>Essa decisão foi reformada em segunda instância, apontando-se a existência de autorização assinada por titulares do patronímico (sócios da empresa requerente sem relação com Emerson Fittipaldi).

registro. Neste sentido, destaca-se a análise do pedido 840791674 (“DROGA SENNA”), que buscou sopesar os diversos fatores envolvidos que poderiam contribuir para o aumento ou a redução do risco de associação indevida.

O pedido 840791674 sofreu oposição de AYRTON SENNA EMPREENDIMENTOS LTDA., apontando, dentre outros, violação aos incisos XV (reprodução de patronímico) e XVII (reprodução de obra artística referente ao personagem “Senninha”). Apesar de os sócios da empresa requerente também compartilharem do patronímico Sena, a decisão de primeira instância apontou que a conjugação desses dois elementos (patronímico e personagem inspirado no titular da personalidade notória) reforçava o risco de associação indevida com a pessoa de Ayrton Senna.

Em recurso, a requerente apresentou nova imagem da marca, excluindo o personagem “Senninha” e, por conseguinte, atenuando a possibilidade de associação com o piloto. O despacho que reverteu o indeferimento indicou, ainda, que os serviços reivindicados (comércio de produtos farmacêuticos) não guardavam relação com as atividades automobilísticas do homônimo famoso e que o termo “Sena” já constava de diversos outros registros (não colidentes) de titularidades distintas – o que poderia indicar que, apesar da grande notoriedade de Ayrton Senna, o uso deste termo como patronímico ou como marca não seria tão raro a ponto de só remeter ao piloto quando nenhum outro elemento pudesse reforçar esta associação.

Como visto, o grau de notoriedade de terceiro que compartilhe da mesma designação é fator de grande importância na avaliação de possível violação a direitos da personalidade, dada a maior suscetibilidade de associação indevida entre o sinal e determinada pessoa já conhecida pelo público consumidor. Barbosa, D. (2014) aponta, inclusive, que haveria elevada possibilidade de aproveitamento ilícito nessas situações, o que de certo reforça a necessidade de cautela.

No entanto, não se pode perder de vista que a ponderação com outros fatores que se apresentem no caso concreto (como composição do sinal, singularidade do nome e segmento mercadológico) pode minimizar ou afastar o risco de associação indevida com personalidade de terceiro. Ignorar essa possibilidade poderia resultar em impedimento por demais gravoso a todos aqueles que porventura compartilhem do mesmo nome de alguém que já tenha alcançado notoriedade em qualquer área de atuação.



#### 4.2.1 Convivência entre sinais de titulares homônimos

O escopo do presente trabalho não inclui os critérios aplicados para análise de convivência entre marcas no mercado, tampouco o estudo de pedidos de registro indeferidos pelo inciso XIX do artigo 124 da LPI. No entanto, não são raros os casos de homonímia que resultam em disputa pela registrabilidade de marcas. Desse modo, considera-se necessário distinguir os argumentos fundados em violação a direitos da personalidade (que podem levar à aplicação dos incisos XV ou XVI) e aqueles que envolvem violação a direitos marcários previamente constituídos (inciso XIX).

A discussão relacionada aos incisos XV e XVI busca avaliar quem teria legitimidade para solicitar o registro de marca composta por determinado nome ou patronímico, considerando a possibilidade de outras pessoas serem identificadas em sociedade pela mesma denominação. Sustentamos, neste sentido, que todos os indivíduos possuiriam legitimidade para solicitar ou autorizar o registro de marca composta por seu nome civil ou artístico, enquanto expressão da própria identidade, só havendo que se falar em violação a direito da personalidade quando o sinal pudesse remeter a pessoa distinta do próprio requerente.

Ademais, os sinais compostos por nomes de família dispensariam, em regra, qualquer autorização para registro, já que seriam usualmente incapazes de individualizar uma pessoa. Apenas quando as circunstâncias específicas do pedido pudessem estabelecer relação com a personalidade de um indivíduo, seria exigido o seu consentimento. Neste caso, a autorização firmada por terceiro a quem o sinal não remete seria insuficiente.

Análise distinta deve ser feita quanto à possibilidade efetiva de registro de sinal composto por nome civil, patronímico ou nome artístico, diante da existência de registro anterior desta denominação por terceiro. Não se trata aqui de discutir quem teria legitimidade para tanto. Ambos os requerentes podem ser titulares do direito ao nome e terem indubitavelmente o direito de utilizá-los como meio de identificação pessoal. Isso não significa que tenham exclusividade sobre o uso comercial deste signo em determinado segmento de mercado.

A registrabilidade de marcas depende do atendimento a todas as condições previstas pela Lei de Propriedade Industrial, o que inclui a proibição da concessão de sinais capazes de gerar confusão com marcas já registradas por terceiros. Do contrário, a multiplicidade de usos comerciais supostamente exclusivos sobre uma mesma marca,

num mesmo segmento mercadológico, impediria que ela cumprisse de forma satisfatória a função distintiva a que se destina.

Como bem sintetiza Lamas (2004, p. 61, tradução nossa):

(...) os casos de homonímia se resolvem de acordo com o mesmo critério que se aplica a qualquer outro sinal escolhido como marca, o primeiro que se apresenta é o que tem direito a registrá-lo, excluindo os demais. Isso significa que o direito a utilizar o nome como marca não é absoluto, como acreditavam os legisladores franceses do século XIX (...), mas essencialmente relativo. Pode-se utilizar o próprio nome como marca sempre que esse uso não afetar direitos anteriores, do contrário não se pode usar como marca<sup>12</sup>.

No mesmo sentido seguem as orientações do Manual de Marcas do INPI:

[...] os pedidos de registro de marcas constituídos por patronímico, nome de família ou nome civil idênticos ou semelhantes, para assinalar produtos ou serviços idênticos, semelhantes ou afins, serão indeferidos pela norma legal contida no inciso XIX do artigo 124 da LPI (...). (INPI, 2024).

A possibilidade real de convivência entre os sinais vai depender, contudo, dos critérios adotados para avaliar se um sinal é de fato semelhante a outro, podendo vir a gerar risco de confusão ou de associação indevida com o anterior. Parece razoável supor que a reprodução completa de nome civil já registrado como marca atrairá mais facilmente esse risco de confusão do que a reprodução de patronímico acompanhado de prenome diverso.

Neste sentido, Gómez (1978) esclarece não ser possível estabelecer uma regra única, proibindo ou permitindo o convívio entre marcas que reproduzam o mesmo patronímico. Cada caso apresentaria suas próprias nuances, a serem analisadas de acordo com as regras de disponibilidade já previstas pelo ordenamento. Ressalta, no entanto, que a natureza do patronímico poderia constituir fator relevante para esta análise, já que os nomes mais comuns não criariam impacto tão forte na mente do consumidor quanto os nomes de caráter peculiar.

Esse parâmetro também é apontado por Barbosa, D. (2014) como indicativo do rigor a ser seguido na análise de convivência entre os sinais. Embora entenda que todos os titulares homônimos teriam direito a registrar marca contendo seu patronímico, o autor

---

<sup>12</sup>“[...] los casos de homonimia se resuelven de acuerdo al mismo criterio que se aplica a cualquier otro signo escogido como marca, el primero que llega es el que tiene el derecho y excluye a los demás. Esto significa que el derecho a utilizar el nombre como marca no es absoluto como creyeron los legisladores franceses del siglo XIX (...), sino esencialmente relativo. Se puede utilizar el propio nombre como marca siempre que ese uso no afecte derechos prioritarios y de lo contrario, no se puede usar como marca”.

defende que os sinais compostos por nomes comuns admitiriam mais facilmente essa convivência, ao passo que aqueles que reproduzem patronímicos singulares exigiriam respeito a “[...] critérios mínimos de distintividade relativa entre as marcas [...]” (Barbosa, D., 2014, p. 619).

O Manual de Marcas não indica se o grau de singularidade do nome constitui fator relevante para a análise administrativa da disponibilidade dos sinais. Os exemplos apresentados são compostos por nomes comuns e informam que marcas como “GOMES” e “MACIEL GOMES” admitiriam convivência no mesmo segmento por criarem a impressão de pessoas distintas.

Em sua 64ª reunião, realizada em 05/04/2022, o COPEX reconheceu, contudo, a necessidade de estabelecer critérios para a análise de marcas compostas por nomes incomuns, recomendando especial atenção à impressão geral criada pelos conjuntos marcários. Os exemplos do manual não poderiam ser extrapolados para criar regras gerais que se aplicassem a casos díspares. Desse modo, não seria possível concluir, a partir do exemplo “GOMES” e “MACIEL GOMES”, que a reprodução com acréscimo seria sempre suficiente para permitir a convivência entre os sinais. Patronímicos incomuns poderiam contribuir para aproximar as impressões gerais dos conjuntos, vindo a criar risco de confusão entre marcas de titularidades distintas.

Outro critério apontado por Gómez (1978) para o exame da disponibilidade é a notoriedade que o patronímico constante da marca anterior já possa ter alcançado no mercado. A depender do caso, a notoriedade poderia exigir o acréscimo de outros elementos ao segundo conjunto ou mesmo impedir por completo o seu registro.

Já Barbosa, D. (2014) entende que o fator a ser considerado nessa análise é a notoriedade da pessoa física que leva o patronímico, e não de eventual marca que já o reproduza. Para o autor, o patronímico pertencente a pessoa famosa só poderia ser convertido em marca com sua autorização, não havendo que se falar em qualquer nível de convivência com marcas de homônimos em segmento idêntico, semelhante ou afim. O exame da disponibilidade esbarraria, portanto, no crivo do inciso XV. Em suas palavras:

Note-se bem: não se fala aqui de marcas notórias em qualquer de suas modalidades; o filtro se coloca em fase anterior à transformação de um patronímico em signo concorrencial. O nome, antes de ser marca, ainda como direito pessoal, tem potencial de reconhecimento e atratividade. Nesses casos (...), a pessoa notória teria prelação em face de todos os demais homônimos. (Barbosa, D., 2014, p. 496).

Em suma, seguindo o entendimento de Gómez (1978), caso uma pessoa desconhecida registre o seu patronímico como marca e esse sinal venha a ganhar relativo reconhecimento no mercado, a fama estabelecida poderia elevar o grau de distanciamento exigido de outros conjuntos compostos pelo mesmo patronímico, naquele segmento. Já para Barbosa, D. (2014), o reconhecimento alcançado pela marca não influenciaria na possibilidade de convivência com sinais de terceiros. Inexistindo personalidade notória identificada pelo patronímico em questão, todos os titulares teriam direito a registrá-lo como marca, devendo o grau de distanciamento ser maior ou menor, a depender da peculiaridade do nome compartilhado.

Assim como Barbosa, D. (2014), o Manual de Marcas adota a notoriedade do titular do patronímico como fator relevante, não para a análise do inciso XIX, mas para a do inciso XV. Existindo um “titular da personalidade notória”, o sinal composto por seu patronímico passaria a ser reconhecido como um sinal que imita ou reproduz direito da personalidade, demandando a apresentação de seu consentimento para que não incorra na proibição prevista no art. 124, XV da LPI.

Ao tratarmos da questão da notoriedade, já tivemos a oportunidade de nos manifestar acerca da necessidade de observar outros fatores envolvidos no pedido de marca que poderiam indicar se o patronímico reproduzido de fato identifica um indivíduo em particular. Acrescentamos por hora que o compartilhamento deste patronímico pelo próprio requerente deve ser considerado como um fator a mais nessa ponderação, a fim de evitar que pedidos legítimos sejam compreendidos como exercício abusivo do direito da personalidade ou como tentativas de aproveitamento parasitário ou concorrência desleal.

#### 4.3 MARCAS DISSOCIADAS DA PERSONALIDADE

Em cumprimento ao artigo 124, incisos XV e XVI da Lei de Propriedade Industrial, o Manual de Marcas assim estabelece:

(...) os pedidos de registro que apresentem sinais constituídos por nome civil, assinatura e imagem de terceiros (notórios ou não) e cujo requerente não seja o próprio titular do direito da personalidade devem estar acompanhados de autorização do detentor do direito para registrá-lo como marca. (INPI, 2024).

Caso a autorização não conste no processo, é formulada exigência para sua apresentação, podendo o requerente então se valer dessa oportunidade para explicar a origem criativa de sua marca e a quem – ou a quê – ela visa remeter. Em diversos processos analisados para o propósito do presente trabalho, observou-se que a resposta fornecida em cumprimento de exigência contestava a própria premissa que embasou sua formulação, esclarecendo que o sinal solicitado não seria composto por imitação ou reprodução de direito da personalidade. Em 33 casos, a alegação foi aceita, culminando no deferimento do pedido em primeira instância ou após o recurso. Já em outros 76 processos, considerou-se que o cumprimento de exigência havia sido insatisfatório.

Os principais argumentos baseados na dissociação entre marca e direito da personalidade indicavam que o sinal era fruto de criação fantasiosa, sem qualquer conexão com uma pessoa real (56 processos) ou que a marca que não pretendia fazer alusão ao indivíduo assim denominado, mas uma localidade de mesmo nome (22 processos). Abordaremos a seguir cada uma dessas questões, buscando definir em quais situações os sinais se enquadrariam no escopo de aplicação dos incisos XV ou XVI.

#### **4.3.1 Nomes e imagens inventados**

Ao contrário do que ocorre com outros direitos de propriedade industrial, a exclusividade de uso concedida mediante registro de marca não tem fundamento na contribuição trazida pela atividade intelectual de sua criação, mas na afetação do sinal a determinada atividade econômica (Barbosa, D., 2007). Assim, para o propósito da concessão de direitos, não se mostra relevante o modo como o elemento nominativo ou figurativo do sinal é concebido, mas sim a função que ele passa a desempenhar enquanto marca.

Admite-se o registro de qualquer sinal distintivo visualmente perceptível que não esteja compreendido em proibições legais (artigo 122 da LPI). Sua apresentação pode se inspirar em elementos reais ou ficcionais. Pode se valer, por exemplo, da combinação de termos evocativos para o segmento proposto ou ainda da concepção de palavras até então inexistentes no vernáculo. De igual maneira, pode consistir em nomes ou imagens de

pessoas reais (com seu devido consentimento) ou de pessoas que nunca existiram, ou seja, de elementos identificadores cunhados com o propósito de servir como marca.

O signo “Juan Valdez” (908736479), registrado no Brasil e em outros 47 escritórios de propriedade industrial no mundo<sup>13</sup>, configura exemplo dessa última possibilidade de formação marcária. Segundo George (2019), a marca foi criada pela Confederação Nacional dos Cafeeiros da Colômbia com o intuito de difundir internacionalmente a qualidade e a cultura do café colombiano. Trata-se de sinal composto por atributo fictício, já que não se inspira em nenhum indivíduo em particular, mas no próprio arquétipo do cafeeiro daquele país.

Para que um sinal se encontre disponível para registro, sob o ponto de vista dos incisos XV e XVI do artigo 124 da LPI, é preciso que uma das seguintes condições seja atendida: (1) o sinal não reproduza direitos da personalidade passíveis de proteção pela norma; ou (2) possa o requerente demonstrar ser o titular dos direitos reproduzidos ou ter a devida autorização para registro. No primeiro caso, o sinal sequer se enquadra nas hipóteses de irregistrabilidade descritas nesses dispositivos legais. Já no segundo, enquadra-se na exceção prevista ao final de cada inciso: “[...] salvo com consentimento do titular, herdeiros ou sucessores” (Brasil, 1976).

A primeira etapa dessa análise consiste, portanto, em verificar se o sinal em questão é composto por signo capaz de atuar como meio de identificação pessoal, ou seja, se pode ser compreendido como um nome ou uma imagem pessoal. Essa tarefa pode ser simples quando o sinal reproduz denominações comuns, mas ganha em complexidade quando se está diante de possíveis nomes artísticos, ou mesmo de patronímicos ou nomes civis com estruturas pouco usuais.

Amaral e Seide (2020) observam que há grande diversidade na formação dos nomes próprios adotados no Brasil. Dentre os fatores jurídicos e sociais apontados, destacam-se:

[...] obrigatoriedade do registro civil de dois ou mais elementos antroponímicos; escolha de um antropônimo diferente feita pelo portador do antropônimo ou por outro indivíduo; possibilidade de escolha de outro antropônimo para determinadas atuações profissionais [...]. (Amaral; Seide, 2020, p.71).

---

<sup>13</sup>Informações obtidas através da ferramenta de buscas Global Brand Database, disponível em <https://branddb.wipo.int/en/similarname>. Acesso em: 23 jul. 2024.

A ausência de padrões pré-estabelecidos para a composição das marcas e dos nomes pessoais pode levar a procedimentos não uniformes na verificação dessa primeira etapa, a depender da interpretação que se dê ao sinal. O sinal “ISABELLA PIU”, por exemplo, foi objeto de exigência de mérito para apresentação da autorização do titular do direito da personalidade no processo 904991911, mas não no processo 906214343. Em cumprimento de exigência, o requerente explicou tratar-se de simples criação fantasiosa. Já as marcas “ANA ABELHA” (905017072) e “FILIPA PATO” (906299560) de fato correspondiam a nomes civis, tendo a exigência de mérito sido necessária para que os requerentes demonstrassem ter o devido consentimento para registro.

A incerteza quanto à reprodução de direitos da personalidade não se limita às denominações pessoais, podendo se fazer presente ainda em pedidos de marcas compostas por imagens pouco nítidas ou realistas, mas que possam, ainda assim, remeter a pessoas existentes. O pedido nº 905545486 de registro do sinal “I QUEBRADA” abaixo (Figura 1) foi submetido à análise do COPEX em 15/02/2017. Em sua 63ª reunião, o Comitê decidiu que deveria ser formulada exigência para apresentação de autorização dos titulares das imagens pessoais reproduzidas, ainda que elas estivessem em escala bastante diminuta.



**Figura 1 - marca contendo imagens pessoais em escala diminuta: IPAS (2024).**

A formulação de exigência confere ao requerente a oportunidade para demonstrar que o pedido atende a uma das condições descritas acima, não trazendo risco de interferência indevida no exercício de direitos alheios da personalidade. Em seu cumprimento, o requerente poderá demonstrar que o detentor do direito reproduzido consente com o registro da marca (condição nº 2) ou esclarecer a razão pela qual os elementos que compõem o sinal não devem ser compreendidos como direitos da personalidade para fins de aplicação do impedimento ao registro (condição nº 1).

Os incisos XV e XVI do artigo 124 da Lei de Propriedade Industrial encontram fundamento nos direitos subjetivos privados da personalidade e visam assegurar a todos o poder exclusivo de tomar decisões que afetem o exercício de seus direitos ao nome ou à imagem, incluindo a possibilidade de tirar proveito econômico dos mesmos. Sendo a marca composta por elementos fictícios que não remetem a ninguém, não há direitos subjetivos a serem protegidos. Logo, o pedido deixa de incidir no escopo de aplicação da norma.

As decisões proferidas pelo INPI parecem acompanhar esse entendimento. Embora não haja procedimento expresso em Lei ou no Manual que trate do assunto, os despachos proferidos entre 2017 e 2021 indicam que a declaração de nome inventado é considerada pelo Instituto como razão suficiente para afastar a incidência dos incisos XV e XVI, desde que não haja evidências que apontem em sentido contrário. Aplica-se nesta análise, mais uma vez, a racionalidade imposta pelos artigos 2º e 3º do Decreto nº 83.963/79, os quais orientam que as declarações prestadas à Administração Pública Federal devem ser consideradas verdadeiras até prova em contrário.

Dentre os 56 pedidos em que havia declaração de criação fantasiosa da marca, 25 culminaram em deferimento. Eram casos como o do sinal “LARAH STELLFELD” (918327695), cujo requerente explicou tratar-se do nome de sua cadelinha de estimação. Já nos outros 31 processos, o INPI considerou haver evidências suficientes de que os nomes e imagens não eram fruto de criações fantasiosas, mas faziam referência a pessoas existentes, como “MADRE TERESA” (914750437) e “CHAPLIN” (909850640), não sendo passíveis de registro.

A existência de pessoa notória com o mesmo nome ou imagem solicitados como marca foi a razão apontada em todos os casos analisados entre 2017 e 2021 para afastar a presunção de veracidade das declarações prestadas pelos requerentes. No entanto, a notoriedade do signo reproduzido não seria essencial.

Apesar de exigir comprovação mais complexa, a existência de pessoa pouco conhecida que possa ser identificada através dos elementos que compõem a marca também configuraria evidência de que o sinal não é meramente fantasioso. Essa informação poderia ser obtida, por exemplo, em impugnações ao pedido de registro ou em declarações contraditórias prestadas pelo próprio requerente. No processo 925108456 (“ELOAH MORAES”) submetido à análise do COPEX em 2023, a existência de pessoa assim denominada já havia sido declarada em pedido anterior de registro da mesma marca



(920972918), motivando a formulação de exigência com base no inciso XV, ainda que houvesse declaração de nome inventado<sup>14</sup>.

Observa-se, por fim, que a incidência das proibições previstas nos incisos XV e XVI independe da intenção de aproveitamento econômico indevido de um direito da personalidade, bastando haver o risco de isso vir a acontecer. A disponibilidade de um sinal pressupõe o respeito a situações anteriores merecedoras de proteção. Ainda que o sinal solicitado não tenha sido inspirado em alguém, o fato de restar demonstrado que a marca é efetivamente composta por nome ou imagem de pessoa real, diversa do requerente e que não consentiu com o registro, torna o signo indisponível por força da própria literalidade dos incisos XV e XVI.

Situação peculiar poderia ocorrer, portanto, quando um titular do direito da personalidade apresenta oposição a pedido de registro de seu nome civil como marca. Caso o requerente também compartilhe desse nome, a oposição deverá ser considerada improcedente, salvo se o oponente conseguir demonstrar que, naquele contexto, a marca faria referência à sua personalidade e não à de quem solicitou o registro. Já se a marca consistir em simples criação fantasiosa para atuar na identificação de produtos, bastaria ao oponente comprovar que o sinal reproduz seu nome civil para afastar a presunção de veracidade da declaração do requerente e impedir o registro da marca em disputa.

Apesar de o oponente se encontrar em posição semelhante em ambos os casos, a diversidade de resultados tem justificativa no próprio fundamento das normas previstas no artigo 124, incisos XV e XVI da LPI, qual seja, o respeito aos direitos subjetivos privados da personalidade, que conferem a todos poder de gestão sobre seus atributos identificadores e poder de defesa contra atos lesivos de terceiros.

Ao tratar dos casos de homonímia, já tivemos a oportunidade de afirmar que a existência de uma pluralidade de pessoas que compartilhem do mesmo nome não retira a prerrogativa de qualquer deles vir a usufruir positivamente de seus elementos identificadores, inclusive mediante registro de marca. Nesses casos, só haverá violação a direito alheio, caso o requerente venha a se utilizar indevidamente do próprio nome para registrar sinal que remeta a personalidade de outro. Não sendo este o caso, não há razão para que o pedido incida nas proibições previstas nos incisos XV e XVI. Prevalece, assim, o direito daquele que primeiro solicitou o registro do nome como marca, em respeito ao princípio atributivo que rege a concessão de registros.

---

<sup>14</sup> Esse caso foi debatido na 83ª reunião do COPEX (16/11/2023) por razão diversa. O Comitê não contestou a regularidade da formulação de exigência com base no inciso XV.

Já se o requerente não for titular do nome que pretende registrar, nem demonstrar a devida autorização para tanto, saberemos de pronto que não possui legitimidade para registrar eventual direito da personalidade ali reproduzido. O sinal só será considerado disponível para registro, sob o prisma dos incisos XV e XVI, caso se entenda que os elementos em questão não configuram bens da personalidade e, portanto, são incapazes de interferir no poder de autodeterminação de alguém. Havendo evidências de que isso não corresponde à realidade, ou seja, conseguindo o opoente demonstrar que o sinal é composto por elemento identificador de sua personalidade, a situação se subsume perfeitamente à hipótese de irregistrabilidade prevista nesses incisos, devendo o pedido ser indeferido.

#### **4.3.2 Nomes de localidades**

Ao decidir basear o foco da presente pesquisa nos problemas identificados em exame reais de pedidos de registro de marcas, o objetivo era tentar prover ferramental teórico um pouco mais denso para assuntos que verdadeiramente impactam a análise desses pedidos. A questão dos nomes de localidade revelou-se, nesse contexto, a mais inesperada e provavelmente não teria sido abordada sem a perspectiva prática apresentada pelo exame de marcas.

Em 22 dos 755 processos analisados, foi argumentado que o sinal em exame não fazia referência a um indivíduo, mas sim a uma localidade de mesmo nome, razão pela qual o pedido não deveria incidir nas proibições previstas no artigo 124, incisos XV e XVI da LPI. Em apenas três casos o argumento foi acolhido.

No processo 908644620 (“RAUL VEIGA MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO”), deu-se tratamento semelhante à alegação de nome fantasioso, deferindo-se o pedido logo após o cumprimento de exigência. Já nos pedidos 904809366 (“Terminal Portuário Inácio Barbosa, D.”) e 904809366 (“TPIB Inácio Barbosa, D.”), a segunda instância afastou a incidência do inciso XV por entender que os sinais faziam referência a pessoa que havia falecido há muito tempo e que, ademais, constituía o nome do próprio terminal portuário. Esses argumentos, porém, podem não ser os mais indicados para analisar a disponibilidade de sinais compostos por nomes de pessoas reais.

A existência de logradouro público com o mesmo nome civil solicitado como marca configura evidência de que essa denominação remete a pessoa que de fato existiu

(ainda que essa não tenha sido a intenção do requerente), o que afasta a presunção de tratar-se de nome inventado. Quanto ao tempo decorrido desde o falecimento do titular do direito da personalidade, observa-se não haver norma que imponha semelhante condição para a aplicação dos incisos XV e XVI.

Como visto, o Projeto de Lei nº 841 de 1991, que deu origem à atual LPI, de fato previa que a exigência de consentimento de herdeiros ou sucessores era necessária “[...] até o limite de sessenta anos após a morte do titular [...]” (Brasil, 1991). No entanto, esse limite foi excluído da versão final da norma, em função da implementação das emendas nº 45, 166 e 223, apresentadas pelos deputados Jorge Tadeu Mudalen, Roberto Campos e Sandra Cavalcanti, que argumentavam não haver “[...] nenhuma razão válida para se restringir a proteção a tais direitos ou permitir a sua usurpação por terceiros que não possam ter direito a seu uso [...]” (Brasil, 1991).

A despeito dessa alteração, o Comitê Permanente de Aprimoramento dos Procedimentos e Diretrizes de Exame de Marcas, Desenhos Industriais e Indicações Geográfica (CPAPD), determinou, em sua 65ª reunião, realizada em 12/04/2017, que não deveria ser formulada exigência para apresentação de autorização para registro de marca quando o titular do direito da personalidade tiver falecido há mais de 200 anos. Essa foi a orientação que balizou as decisões de primeira instância dos pedidos 904809366 (“Terminal Portuário Inácio Barbosa, D.”) e 904809366 (“TPIB Inácio Barbosa, D.”). Já as decisões de segunda instância não indicaram um limite temporal pré-determinado, tendo sido apenas apontado que “[...] não se mostra razoável exigir a autorização expressa para registro de marca composta pelo nome Inácio Barbosa, D., haja vista o falecimento do *de cujus* em 1855” (decisão publicada na RPI nº 2586, de 28/07/2020).

Ainda que não seja possível estipular um limite temporal onde o legislador não previu, a inexistência de herdeiro ou sucessor do titular tornaria dispensável, por razões lógicas, a apresentação de seu consentimento. Desse modo, caso o requecente declare não haver herdeiros ou sucessores conhecidos e não haja evidências em sentido contrário, poderia ser considerada atendida a condição imposta pelo artigo 124 incisos XV e XVI da LPI. No mesmo sentido se manifestou o CPAPD em sua 65ª reunião, ocorrida em 12/04/2017.

Não há procedimento específico previsto em lei ou no Manual de Marcas acerca do tratamento a ser dado a sinais inspirados em nomes de localidades que reproduzem nomes reais. No entanto é possível tirar algumas conclusões a partir da compreensão das funções exercidas pelo nome em cada circunstância. Para a análise desse ponto,

apresentaremos breve revisão bibliográfica que não chegou a ser discutida anteriormente por fugir ao escopo central da relação entre direito de marcas e direitos da personalidade.

Cunha Filho e Magalhães (2021) explicam que existe uma distinção entre a designação e o objeto designado. Um mesmo nome pode ser utilizado para designar um indivíduo, uma cidade ou uma loja de materiais de construção, exercendo funções distintas em cada relação estabelecida. Esclarecem, ainda, que o ato de nomear os lugares tem função utilitária, mas também ideológica e cultural, já que muitas vezes é utilizado como modo de propagação dos valores de uma época. “Tendo a modernidade colocado o indivíduo no centro das atenções, passou-se a dar preferência aos destaques de pessoas em todos os campos da atividade humana, inclusive na designação de espaços públicos.” (Cunha Filho; Magalhães, 2021, p. 14).

A escolha do nome de alguém para passar a designar uma rua, um bairro ou uma cidade é compreendida como uma homenagem honorífica concedida a um indivíduo que tenha de alguma forma se destacado ou se tornado relevante para a comunidade (Saiki, 2023). Trata-se de “[...] ato unilateral, gratuito e espontâneo (...)” (Ikanaga, 2012, p. 61), revestido de importante dimensão cultural (Cunha Filho; Magalhães, 2021).

Diante do interesse público relacionado ao ato de nomeação, Szazi, Tomeleri e Palma (2023) explicam que, ao contrário do que ocorre com o registro de marcas, o uso do nome civil ou artístico de alguém para denominar logradouros públicos não depende da autorização, nem envolve a possibilidade de contraprestação a ser oferecida aos herdeiros ou sucessores da pessoa homenageada.

Na visão de Cunha Filho e Magalhães (2021), o nome conferido aos espaços públicos configura verdadeiro patrimônio cultural e como tal, atrairia a incidência de normas de competência concorrente entre os diversos entes da federação, conforme estipula o artigo 24, inciso VII da Constituição Federal. À União caberia editar normas gerais sobre o ato de nomeação, enquanto estados e municípios deveriam suplementá-las de acordo com suas necessidades específicas.

No entanto, a Lei nº 6.454/77, que dispõe sobre a denominação de logradouros públicos, foi editada antes da entrada em vigor da atual Constituição Federal, destinando-se somente à Administração Pública Federal direta e indireta. Não há norma geral sobre o assunto. Cada ente normatiza a questão de forma distinta e o único denominador comum parece ser a proibição de que a homenagem seja conferida a pessoa ainda viva, como forma de garantir o princípio da impessoalidade (Cunha Filho; Magalhães, 2021).

Os 22 pedidos que alegavam reprodução de nomes de espaços públicos diziam respeito a ruas, bairros, distritos, parques, fazendas, municípios ou terminais portuários de diversas partes do país, como São Paulo, Minas Gerais, Sergipe e Rio de Janeiro. Para estabelecer o tratamento a ser dado a marcas dessa natureza, utilizaremos como base de estudos os pedidos 904115011 (fig. 2) e 903906627 (fig. 3), reproduzidos abaixo:



Figura 2 - pedido 903906627: IPAS (2024)



Figura 3 - pedido 904115011: IPAS (2024)

Estabelece o artigo 180 da Lei de Propriedade Industrial:

Art. 180. O nome geográfico que não constitua indicação de procedência ou denominação de origem poderá servir de elemento característico de marca para produto ou serviço, desde que não induza falsa procedência (Brasil, 1996).

Trata-se de norma que reforça a abrangência das possibilidades de formações de conjuntos marcários, sem, contudo, isentá-los de atender às condições de registrabilidade previstas de maneira ampla para todos os sinais. Nesse sentido, estabelece o artigo 122 da mesma lei (grifos nossos): “São suscetíveis de registro como marca os sinais distintivos visualmente perceptíveis, **não compreendidos nas proibições legais**” (Brasil, 1996).

Corroborando essa ideia, o COPEX estabeleceu, em sua 73ª reunião (27/02/2023), orientações para a análise da distintividade de sinais formados por termos geográficos, afastando o entendimento de que o artigo 180, por si só, seria capaz de inibir a aplicação do artigo 124, inciso VI da LPI, que proíbe o registro de sinais de caráter simplesmente descritivo. De igual maneira, pode-se concluir que sinais formados por nomes geográficos não estarão isentos de atender à determinação dos incisos XV e XVI do artigo 124. A conformidade com essas normas dependerá da função exercida pelos elementos que compõem o conjunto e da capacidade de o sinal vir a interferir indevidamente no exercício de direitos da personalidade.

O Manual de Marcas apresenta a seguinte explicação acerca dos elementos que compõem o conjunto marcário:

Em um sinal formado pela combinação de diversos elementos nominativos e/ou figurativos, seus componentes podem exercer funções diferentes, que variam de acordo com sua preponderância no conjunto, levando-se em consideração as diferentes relações espaciais ou semânticas existentes entre os elementos que compõem o conjunto, independentemente de serem eles irregistráveis de forma isolada ou não. (INPI, 2003).

Analisando-se os sinais destacados mais acima, observa-se que a função desempenhada pelo elemento “GUIDO CALOI” na Figura 2 é bem distinto daquele desempenhado por “AV. AYRTON SENNA” na Figura 3. Entendemos que a necessidade de autorização do detentor do direito da personalidade também irá variar de acordo com essa função.

Na Figura 3, o nome “GUIDO CALOI” configura o elemento distintivo principal do sinal, cujo único outro elemento nominativo acrescentado (“SHOPPING”) se refere ao próprio serviço a ser prestado (administração comercial de shopping center). Ainda que a inspiração para a composição da marca tenha sido a localização do centro comercial, e não a pessoa de Guido Caloi, o deferimento do pedido conferiria ao requerente direito a uso econômico exclusivo de nome civil de terceiro para assinalar serviços naquele segmento de mercado. Entretanto, o registro de marca é ato que tem como finalidade a concessão de um direito patrimonial privado, não podendo ser compreendido como uma decorrência inerente da homenagem honorífica prestada pela Prefeitura de São Paulo ao dar nome à avenida.

Convém ressaltar que o ato de nomeação de espaços públicos é realizado de maneira unilateral pela Administração com o objetivo de atender a interesses públicos e culturais relevantes. Não há consentimento prévio da família do homenageado que possa englobar possíveis desdobramentos de natureza econômica. Assim, havendo risco de aproveitamento econômico indevido do nome civil de pessoa já falecida, mostra-se necessário o consentimento de seus herdeiros ou sucessores, na forma prevista pelo artigo 124, inciso XV da LPI.

Já na Figura 3, não fica tão evidente que o nome civil Ayrton Senna esteja de fato desempenhando a função distintiva esperada de um sinal marcário. Primeiramente, porque há outro elemento distintivo (“UPTOWN”) em posição de destaque, compondo o núcleo principal do conjunto, sem maior integração com a expressão “AV. AYRTON SENNA”, a qual aparece em escala reduzida e em cores mais claras. Ademais, porque o

nome civil é precedido da abreviação “AV.”, o que explicita que o objeto denominado nesse caso é a avenida, e não o piloto.

Assim, considerando-se a dimensão gráfica e a função exercida pelos diversos elementos que compõem o sinal, bem como o grau de integração entre eles, é possível concluir que o elemento “AV. AYRTON SENNA” é “[...] elemento secundário que constitui mera indicação de localidade, sem exercer verdadeira função marcária [...]”, tal como entendeu o COPEX em sua 73ª reunião, realizada em 27/02/2023, a respeito do termo “BERTIOGA” constante do sinal AÇAÍ BERTIOGA (916942759), abaixo reproduzido (Figura 4):



**Figura 4: elemento secundário que constitui mera indicação de localidade: Ata 73ª reunião COPEX (2023).**

Diferença importante entre o sinal destacado acima e a marca “UPTOWN AV. AYRTON SENNA” é que esta última apresenta elemento capaz de exercer função distintiva (“UPTOWN”). Assim, apesar de a expressão “AV. AYRTON SENNA” carecer de distintividade no contexto em que é apresentada, o conjunto como um todo não atrai a incidência do inciso VI do artigo 124 da LPI.

Como informa o Manual, a proteção conferida pelo registro de marcas é limitada pelo disposto nos incisos II, VI, VIII, XVIII e XXI da LPI, ou seja, pelas proibições referentes à distintividade. Caso o sinal registrado apresente elementos não distintivos, pressupõe-se que seu titular não detém direito exclusivo sobre o uso desses elementos isoladamente, mas apenas enquanto parte integrante do conjunto distintivo que lhe foi concedido.

Desta forma, se o grau de integração destes elementos é tal que eles não devem ser separados ou considerados isoladamente, **subentende-se que nenhuma reivindicação está sendo solicitada quanto aos elementos considerados isoladamente.** (INPI, 2024, grifos nossos).

Assim, registros de sinais como o reproduzido na Figura 3 não confeririam a seu titular exclusividade de uso econômico do nome civil Ayrton Senna em qualquer contexto. A exclusividade recairia sobre o conjunto como um todo, sendo a função distintiva

exercida apenas pelo termo “UPTOWN”. A denominação “AV. AYRTON SENNA” se limitaria a indicar a localidade do empreendimento, atendo-se à função utilitária principal do ato de nomeação da avenida.

#### 4.4 REGULARIDADE DO CONSENTIMENTO PARA REGISTRO

A Lei de Propriedade Industrial prevê como regra que não são registráveis como marca nomes ou imagens pessoais. Exceção é estabelecida quando há consentimento do titular do direito da personalidade reproduzido ou de seus herdeiros ou sucessores. Para a correta aplicação dessa norma, é preciso estabelecer com clareza quem são as pessoas que podem consentir, como deve ser demonstrado o consentimento e quais os efeitos que ele pode produzir.

##### 4.4.1 Titularidade do direito da personalidade

Os pedidos analisados para a elaboração do presente trabalho indicaram não haver clareza entre os requerentes quanto às condições necessárias para que alguém possa se declarar titular de um direito da personalidade. Ao todo, 110 pedidos foram indeferidos por reproduzir nomes ou imagens de pessoas menores de idade e, em 97 desses casos, havia sido apresentada autorização para registro assinada por terceiro que se entendia legitimado para tanto<sup>15</sup>.

Cupis (2008) define os direitos da personalidade como direitos subjetivos essenciais, sem os quais a pessoa deixaria de existir enquanto pessoa. Eles visam promover a dignidade de cada indivíduo, sendo por isso gerais e originários, ou seja, “[...]”

---

<sup>15</sup> Notou-se que, em três outros casos (911758593, 911758720 e 916981525), o requerente pretendia registrar como marca o nome de sua esposa – maior e capaz –, sem apresentar a devida autorização. Esse tema nos parece particularmente problemático e merece estudos mais aprofundados no que tange à noção de identidade pessoal. Nome e imagem são os principais meios de apresentação da pessoa em sociedade, estando ligados à concepção do indivíduo enquanto ser dotado de dignidade e individualidade (Vasconcelos, 2006). Não há qualquer vínculo jurídico ou afetivo capaz de outorgar a terceiro o poder de decidir como uma pessoa irá exercer ou deixar de exercer seu direito personalíssimo sobre esses atributos. A apresentação de certidão de casamento em lugar de autorização para registro de marca ignora o poder exclusivo de autodeterminação pessoal e reforça a importância da interpretação unitária do Direito à luz da plena realização da personalidade.



concedidos a todos, pelo simples fato de estar vivo ou pelo só fato de ser” (Tepedino, 2004, p. 33).

Sua titularidade independe, portanto, de qualquer fator condicionante. Decorre da existência da personalidade humana e a ela permanece intrinsecamente vinculada desde seu nascimento, não sendo possível conceber a transferência ou o compartilhamento de direitos vinculados à personalidade de alguém.

O Código Civil reconhece que toda pessoa possui capacidade de direito (art. 1º), embora nem todas sejam capazes de exercer pessoalmente os atos da vida civil (artigos 3º e 4º). Machado (2016) explica que essa distinção entre capacidade jurídica e capacidade de agir foi elaborada tendo em mente as situações de ordem patrimonial, em que a incapacidade para exercer o direito poderia ser facilmente resolvida por meio dos institutos da representação e da assistência. Assim, uma criança de 10 anos poderia ser titular do direito de propriedade e alugar o bem a terceiros quando representada por seus pais.

Tratando-se de situações existenciais, porém, esses institutos se tornam inviáveis, já que a ninguém é dado exercer os direitos da personalidade de outra pessoa. Nas palavras de Sêco (2013, p. 46):

É no sentido mais fundamental da dignidade da pessoa humana, o de tratar a cada um como um fim em si mesmo, que se encontra o fundamento para a apreensão do caráter personalíssimo de um ato. Porque relativamente a uma série de escolhas que dizem respeito às questões existenciais, ou seja, às questões inerentes à própria identidade pessoal, somente a própria pessoa, e ninguém mais, poderá tomar as decisões que precisam ser tomadas.

Os atos jurídicos personalíssimos só podem ser considerados válidos se forem praticados pessoalmente pelo sujeito afetado. Assim, eventual restrição ao exercício de direitos da personalidade só será admitida pelo ordenamento jurídico se visar atender à vontade manifestada pelo titular, como forma de realização de sua personalidade (Cantali, 2009). Ainda que os pais possam atuar como assistentes ou representantes de seus filhos menores de idade em situações patrimoniais, a vontade por eles manifestada no que diz respeito ao exercício de direitos da personalidade não configura ato válido a demonstrar o consentimento do menor.

Parece correta, portanto, a orientação do Manual de Marcas do INPI no sentido de não aceitar a autorização para registro assinada pelos pais ou responsáveis legais. Quanto a esse ponto, não há lacuna procedimental, embora a quantidade expressiva de

indeferimentos (um quarto de todos os pedidos indeferidos pelo inciso XV analisados para o presente trabalho) demonstre que a informação não chega de forma eficiente aos usuários do sistema de marcas, inclusive àqueles que atuam por meio de representantes legais (98 dos 110 casos aqui mencionados).

Não estando os pais legitimados a exercer ou a restringir o exercício de direitos da personalidade de seus filhos, resta definir se os menores de idade poderiam, em alguma circunstância, exercer pessoalmente esses direitos. De acordo com Machado (2016), não seria possível aplicar às relações existenciais a clássica separação entre capacidade de direito e capacidade de fato (ou de agir). Negar aos menores de idade a capacidade para exercer pessoalmente seus direitos da personalidade equivaleria, na prática, a negar-lhes a própria titularidade desses direitos, já que ninguém poderia suprir essa incapacidade. Sugere, assim, que seja adotada como regra geral a presunção de capacidade de agir, ao mesmo tempo em que se exige “[...] o concreto e específico discernimento para a prática do ato [...]” (Machado, 2016, p. 70).

Sêco (2013), por outro lado, entende que essa avaliação casuística da existência de discernimento levaria a conclusões imprecisas e possivelmente não condizentes com a verdadeira aptidão do menor a tomar decisões de cunho existencial, já que se basearia necessariamente na percepção de outra pessoa sobre o suposto discernimento da criança ou do adolescente. Propõe, então, que a incapacidade de agir seja entendida sob a ótica do cuidado, como um dever de “precaução-moral” quando o ato de disposição puder afetar os direitos existenciais do menor. Indica entre os fatores a serem considerados a possibilidade de reversão e de adiamento do ato, em cada circunstância concreta.

No caso específico do consentimento para registro de nome ou imagem como marca, a concessão do registro faz surgir um novo direito de caráter absoluto sobre aquele sinal, que poderá se encontrar em esfera jurídica alheia. Uma vez consentindo com o registro, o titular do direito da personalidade deverá tolerar o uso econômico exclusivo de seu nome ou imagem para assinalar produtos ou serviços por tempo indeterminado, já que a Lei de Propriedade Industrial não prevê um limite máximo para as renovações.

Ademais, em razão da natureza autônoma do direito de marcas e da existência de interesse público relevante em estabelecer as condições propícias para o desenvolvimento econômico, a revogabilidade unilateral do consentimento deve ser compreendida como medida de caráter excepcional (Franceschet, 2014). Em regra, a alteração da vontade do titular não será suficiente para desconstituir o direito patrimonial já conferido a terceiro,

sendo admitida somente quando for adequada, necessária e proporcional para atender a demandas de caráter verdadeiramente existencial.

Admitir o consentimento de pessoa menor de idade para a reprodução de seu nome ou imagem em conjunto de marca poderia levar, assim, a um cenário de instabilidade nas relações jurídicas estabelecidas. Primeiramente, a maturidade e o discernimento do menor dificilmente poderiam ser avaliados de maneira apropriada em um processo administrativo de concessão de registro de marcas. Além disso, a menoridade do titular poderia ser posteriormente apontada como indício de que seu consentimento não fora espontâneo e informado, mas influenciado pela vontade dos pais, sem que o titular tivesse condições de compreender todas as consequências de seus atos. Desse modo, a não aceitação do consentimento nesses casos revela-se procedimento mais cauteloso, tanto em relação à proteção dos direitos da personalidade da criança e do adolescente, como em relação à segurança jurídica exigida para o bom funcionamento do Direito de Marcas.

Exceção, contudo, poderia ser estabelecida no caso de o registro ser solicitado em nome da pessoa menor de idade cujo nome ou imagem se pretende reproduzir. Isso porque a titularidade do direito de marca conferiria ao menor a prerrogativa de reverter a qualquer momento a restrição imposta ao exercício de seu direito da personalidade. Bastaria, para tanto, que renunciasse ao direito patrimonial que está em sua própria esfera jurídica.

Essa solução, que é a efetivamente adotada pelo Manual de Marcas do INPI, atende à exigência estabelecida ao final dos incisos XV e XVI do artigo 124 da LPI. No entanto, é preciso ter em mente a necessidade de uso lícito e efetivo da marca pelo requerente, conforme previsto pelo artigo 128, §1º da mesma lei. Assim, o nome e a imagem de pessoa menor de idade só seriam aceitos como marca quando solicitados pelo próprio, assistido ou representado por seus pais, para assinalar atividades que ele de fato desempenha.

Observando-se as decisões proferidas pelo INPI, constata-se não haver uniformidade na aplicação do artigo 128, §1º da LPI. Após o indeferimento em primeira instância por reprodução de direito da personalidade de terceiro, alguns requerentes transferiram a titularidade do pedido para a pessoa menor de idade e conseguiram reverter a decisão em segunda instância, sem que houvesse discussão quanto à possibilidade de o menor de idade vir a desempenhar efetivamente a atividade assinalada.

Como exemplos, mencionamos comparativamente dois pedidos depositados na classe 25 para assinalar itens do vestuário: a segunda instância concedeu em 15/06/2021 o registro 914172573 (“LARA SANCHES”) após a transferência de titularidade do

pedido para a menor de idade de mesmo nome; já o COPEX entendeu, em 16/11/2023 (83ª reunião), que a petição de transferência do pedido 925108456 (“ELOAH MORAES”) não poderia ser aceita, uma vez que a menor de idade não teria como desempenhar atividade compatível com os produtos a serem assinalados.

Pontua-se, por fim, a necessidade de reflexão quanto ao que se pretende proteger através do registro de marca. Se o objetivo for somente evitar o aproveitamento econômico indevido do direito da personalidade do menor (o que teria maior relevância em casos de crianças ou adolescentes muito conhecidos), o registro de marcas pode não configurar o caminho mais adequado. Além de o artigo 128, §1º da LPI exigir que os produtos ou serviços solicitados sejam compatíveis com as atividades desempenhadas pelo requerente, o princípio da especialidade impedirá que a proteção concedida se estenda para áreas não afins à do registro.

Como apontam Araújo, Peralta e Aime (2018), o direito da personalidade tem poder impeditivo muito maior que o direito de marcas, já que não encontra limites mercadológicos expressos. O menor de idade poderá se opor com base nos incisos XV ou XVI a qualquer pedido de registro de marca que reproduza indevidamente seus atributos, ainda que não tenha qualquer marca registrada nem desempenhe atividades relacionadas com a do requerente. Basta que demonstre ser o titular do direito da personalidade efetivamente reproduzido.

#### **4.4.2 Forma e efeitos do consentimento**

Além dos processos envolvendo legitimidade para consentir com o registro de marcas, outros 82 casos analisados para o presente trabalho demonstraram haver dúvidas quanto à necessidade de apresentação de um documento que comprovasse a autorização. São casos em que se alega que o titular do direito da personalidade teria consentido tacitamente com o registro ou que o requerente teria direito adquirido ao registro daquele sinal como marca.

Citamos como exemplo o processo nº 914485750, através do qual solicitou-se o registro da marca “Rede Einstein de Oncologia e Hematologia” para assinalar, dentre outros, assessoria em gestão de negócios. O pedido foi impugnado por terceiro

interessado, sob a alegação de que a requerente não possuiria a devida autorização para registro do patronímico notório.

Em resposta, a requerente alegou que, em 1958, Hans Albert Einstein Jr., filho do cientista, havia comparecido à solenidade para depositar a pedra fundamental do hospital e realizado doações para colaborar com sua construção, o que a seu ver demonstraria a concordância dos herdeiros com o registro da marca. Acrescentou, ainda, que a legislação brasileira não prevê uma forma específica para que o titular dê o seu consentimento, podendo este ser expresso ou tácito.

O artigo 107 do Código Civil estabelece que “[a] validade da declaração de vontade não dependerá de forma especial, senão quando a lei expressamente a exigir” (Brasil, 2002). E, de fato, a Lei de Propriedade Industrial não exige essa forma especial, estabelecendo apenas que os direitos da personalidade são irregistráveis “[...] salvo com consentimento do titular, herdeiros ou sucessores” (Brasil, 1996).

No entanto, a essencialidade dos direitos envolvidos demanda que haja consentimento inequívoco do titular (ou de seus herdeiros ou sucessores) para que se possa restringir o exercício do direito ao nome ou à imagem. Afinal, é a manifestação positiva da vontade que legitima os atos de disposição, atuando ao mesmo tempo como forma de exercício do poder de autodeterminação pessoal e como declaração negocial (Cantali, 2009). A necessidade de consentimento prévio só poderá ser relativizada diante de determinados casos concretos em que haja preponderância do interesse público ou colisão com outros direitos (Zanini, 2023).

Bittar (1999) sustenta que, quando a declaração está vinculada a um negócio jurídico bilateral, as partes devem estipular de forma clara e expressa todas as condições e os prazos em que se admite a restrição ao exercício do direito da personalidade. Isso porque a obrigação envolve direitos indisponíveis, que não podem deixar por completo a esfera jurídica do titular. Qualquer restrição ao exercício desses direitos deve ser pontual e temporária, tendo como objetivo possibilitar a livre determinação do indivíduo sobre a própria personalidade.

O registro de marca faz surgir um novo direito, de caráter patrimonial, sobre sinais que até então tinham como única função identificar a pessoa do titular. Esse direito, de titularidade possivelmente diversa, será submetido ao regime jurídico próprio dos Direitos de Propriedade Industrial e exigirá que todos – inclusive o titular do direito da personalidade – respeitem a exclusividade de uso econômico assim conferido, pelo tempo que perdurar o registro. Em resumo, uma vez emitido o consentimento e registrada a

marca, estabelece-se uma relação de independência jurídica entre o nome pessoal e a marca composta por esse nome. Nas palavras de Lamas (2004):

[...] quando o nome de uma pessoa é registrado como marca, converte-se em um direito de propriedade intelectual que se encontra no comércio dos homens e sobre o qual pode se constituir uma série de relações jurídicas (o nome registrado como marca pode ser alienado, doado, penhorado, licenciado) e quem transfere essa marca (que é idêntica ao próprio nome), obviamente, deixa de ter direito a usá-la ou, dito em termos mais precisos, deixa de ter direito a usar seu nome para distinguir os produtos que fabrica ou os serviços que oferece<sup>16</sup>. (Lamas, 2004, p. 62, tradução nossa)

Há, portanto, um ônus considerável a ser imposto ao titular do direito da personalidade, que só poderá revogar o seu consentimento em situações excepcionais, que afetem verdadeiramente seus interesses existenciais. Assim, havendo qualquer dúvida ou omissão quanto às circunstâncias que envolvem o consentimento, a interpretação deverá ser necessariamente restritiva, mantendo-se na esfera jurídica do titular todos os poderes que não forem clara e lícitamente relativizados, “[...] de modo que a autorização de aproveitamento alcance apenas aquilo que foi expressamente ajustado.” (Franceschet, 2014, p. 130).

Segundo Barbosa, D. (2014), a necessidade de interpretar restritivamente os negócios jurídicos que envolvam bens da personalidade é reconhecida tanto pelos precedentes judiciais, como pela doutrina. Essa tendência pode ainda ser confirmada pelo entendimento exposto por Ascensão (1997), Bittar (1999), Lamas (2004), Schreiber (2011), Amaral e Silva (2013) e Glitz e Toazza (2017).

Caso não se tenha certeza da existência do consentimento, de seu propósito ou de suas condições, e não seja possível dirimir essa dúvida por meio de nova declaração de vontade, seria necessário assumir posição cautelosa, de modo a evitar que o aproveitamento efetivo do bem resulte em violação aos direitos da personalidade de seu titular (Cupis, 2008). Assim, a admissão de outra forma de consentimento que não a autorização expressa pelo titular seria, em tese, admitida pela LPI, desde que fosse capaz de informar precisamente o escopo do que se consente, ou seja: a identidade de quem consente com o registro e de quem recebe a autorização; o objeto sobre o qual recai a

---

<sup>16</sup> “[...] em tanto el nombre de una persona se registre como marca, se convierte en un derecho de propiedad intelectual que se encuentra en el comercio de los hombres y sobre el cual pueden constituirse una serie de relaciones jurídicas (el nombre registrado como marca podría enajenarse, prestarse, embargarse o licenciarse y quien transfiera esa marca (que es idéntica a su nombre), obviamente, deja de tener derecho a usarla o, dicho en términos más precisos, deja de tener el derecho de usar su nombre para distinguir los productos que fabrica o los servicios que brinda”.

autorização (denominação ou imagem pessoal); e a finalidade específica do consentimento para registro de marca.

Os fatos descritos pelo requerente da marca “Rede Einstein de Oncologia e Hematologia” não parecem suficientes para demonstrar o consentimento inequívoco para registro desse patronímico notório. Ainda que consistam em atos praticados por herdeiro do titular do direito da personalidade e dirigidos à requerente do pedido de registro (atendendo à primeira exigência elencada acima), não há indícios de que o herdeiro tenha se manifestado acerca da possibilidade de uso econômico exclusivo do patronímico Einstein para assinalar assessoria em gestão de negócios no Brasil.

Os fatos indicam somente que o herdeiro estava ciente da homenagem prestada a seu pai pela associação, por meio do uso (não exclusivo) de seu nome civil para designar o estabelecimento hospitalar. Inferir-se mais do que isso poderia interferir indevidamente no direito exclusivo de herdeiros e sucessores em determinar as condições de admissibilidade do aproveitamento econômico do nome de Einstein por terceiros.

O despacho de indeferimento do pedido mencionou ainda o trânsito em julgado da ação ordinária 0009171-21.2014.4.02.5101, que tramitou inicialmente perante a 25ª Vara Federal do Rio de Janeiro e manteve a nulidade do registro nº 822731355 (UNIDADE DIAGNÓSTICA EINSTEIN JARDINS) da mesma requerente, em virtude da inobservância do artigo 124, inciso XV da LPI. Através de Acórdão de autoria do Ministro Marco Aurélio Bellizze referente ao Recurso Especial nº 1.715.806-RJ, assim se manifestou o Superior Tribunal de Justiça, em 20/08/2019:

[...]

3. A autorização de uso de nome civil ou assinatura mantém latente, na esfera jurídica do titular do direito de personalidade, o direito de defesa contra utilização que desborde dos limites da autorização ou ofenda a imagem ou a honra do indivíduo representado. [...]

Situação distinta pode ser vislumbrada quando o titular do direito da personalidade registra a marca em seu nome e então a transfere a terceiro, sem outorgar-lhe autorização expressa para que explore economicamente seus atributos como marca. Nesse caso, o instrumento de cessão é capaz de demonstrar com igual precisão que o titular/cedente concorda que o cessionário seja titular de marca composta por seu nome ou imagem naquelas condições já determinadas pelo registro. Nesse sentido se posicionou o COPEX, em sua 55ª reunião, ocorrida em 04/08/2020, ao considerar que “[...] o documento de

cessão constitui consentimento do cedente para o registro, pelo cessionário, de marca contendo seu direito da personalidade” (INPI, 2020).

Por vezes, no entanto, o exame de registrabilidade do sinal envolve situações menos claras do que as narradas acima. No pedido de registro nº 910483183, a empresa estrangeira JOHN CRANE INC solicitava o registro da marca “John Crane a Smiths Company” na classe 42 para assinalar, dentre outros, serviços de engenharia. Em resposta à exigência de mérito que solicitou apresentação de autorização expressa para registro do nome civil, a empresa alegou que utilizava o nome “John Crane” como razão social e como marca em outras jurisdições há mais de 100 anos e que já era titular de marcas registradas também no Brasil, o que faria com que o pedido atual fosse considerado mera extensão de direito.

A primeira instância indeferiu o pedido, seguindo a orientação do Manual de Marcas de que a autorização deve constar de cada um dos pedidos de registro, “[...] independente de direitos marcários anteriormente adquiridos” (INPI, 2024). A requerente apresentou recurso, acrescentando que John Crane foi o fundador da empresa e que faleceu em 1962.

Como subsídio à decisão de segunda instância, foi editada a NOTA/INPI/PRESIDÊNCIA/CGREC/COREM nº 02/2020, que sugeria o provimento do recurso com base no seguinte argumento:

[...] uma vez comprovada a utilização de determinado nome de pessoa como nome de empresa ou marca, de forma pacífica no mercado, inclusive mediante a obtenção de registros de marca no exterior e no Brasil, entendemos estar caracterizado comportamento inequívoco apto a configurar consentimento tácito ao registro de marca. (INPI, 2020).

A primeira premissa apontada na Nota é a ausência de norma legal que exija forma específica para a manifestação de consentimento do titular. Assim, conforme previsto pelo artigo 107 do Código Civil, qualquer forma de consentimento poderia ser considerada válida, inclusive o consentimento tácito.

Como abordado anteriormente, estamos de acordo com a premissa apresentada, embora discordemos de seu alcance. Apesar de parte da doutrina entender que os direitos da personalidade só poderiam ser objeto de negócios jurídicos bilaterais se houvesse manifestação expressa e por escrito de seu titular (Bittar, 1999; Lamas, 2004), essa não foi a escolha realizada pelo legislador brasileiro para admitir o registro de marcas compostas por nomes e imagens pessoais a partir de 1996. Enquanto o Código de



Propriedade Industrial de 1971 exigia o “[...] expresse consentimento [...]” do titular, a Lei 9.276/96, que o revogou, exige apenas seu “[...] consentimento [...]”, sem qualquer referência à forma.

Isso não exige o requerente, contudo, de demonstrar que o titular ou seus herdeiros de fato concordam com o registro daquele nome ou imagem pessoal como marca de produto ou serviço no INPI. Em outras palavras, a liberdade de forma não flexibiliza a exigência de consentimento inequívoco para a prática do ato, já que essa deriva da própria essencialidade dos direitos envolvidos e tem como finalidade a proteção integral da pessoa. Então, embora seja juridicamente possível admitir-se o consentimento presumido ao registro de marca, os fatos apresentados pelo requerente devem ser suficientes para deixar claro quem consentiu, quem recebeu o consentimento, quais sinais identificadores estariam contemplados na autorização e para qual propósito o consentimento teria sido dado, o que não torna simples a questão.

No caso da marca “John Crane a Smiths Company”, as circunstâncias consideradas relevantes para demonstrar o consentimento tácito foram “[...] o uso perene do sinal como nome empresarial e os registros de marca obtidos em diversos países, sem ter havido qualquer impugnação por parte dos sucessores ou herdeiros [...]” (INPI, 2020). Não houve qualquer atitude efetiva por parte dos herdeiros que indicasse a concordância com a exploração econômica do nome civil, mas partiu-se do princípio que a ausência de impugnação por tantos anos poderia ser compreendida como consentimento tácito para o aproveitamento que o requerente já fazia do sinal.

Trata-se de questão delicada, cujas nuances serão aqui exploradas com o intuito de contribuir com o debate, sem a pretensão de esgotá-lo ou de apresentar uma solução única para o caso. Observa-se, primeiramente, que as normas para a proteção de direitos da personalidade e para a impugnação de pedidos de registro de marcas variam enormemente em cada ordenamento, não sendo possível atestar com segurança que eventual inação dos herdeiros no exterior corresponda ao desejo real de admitir que o requerente detenha a exclusividade de uso econômico do nome civil John Crane em diversos segmentos e ordenamentos jurídicos.

Embora uma análise de direito comparado fuja ao escopo do presente trabalho, mencionamos como exemplo da diversidade legislativa a ausência de normas comuns na União Europeia acerca da proteção conferida a nomes e imagens pessoais indevidamente registrados como marca. Embora o artigo 60 (2) do Regulamento 2017/1001 do Parlamento Europeu indique que a afronta ao direito ao nome ou à imagem de pessoas

pode configurar causa de nulidade relativa de um registro já concedido, o manual da EUIPO (*European Union Intellectual Property Office*) informa que “[n]em todos os Estados membros protegem o direito ao nome ou à imagem de pessoas. O escopo exato da proteção ao direito será definido pela legislação nacional”<sup>17</sup> (EUIPO, 2024, tradução nossa). Já o manual de marcas norte-americano esclarece que a proteção do *right of privacy* e do *right of publicity* que impede o registro de nomes e imagens pessoais como marca (15 U.S.C. § 1052<sup>18</sup>) não se estende a pessoas já falecidas, exceto no caso de ex-presidentes daquele país com viúvas ainda vivas (USPTO, 2024).

Seria possível arguir, no entanto, que os registros anteriores de marca no Brasil justificariam a presunção do consentimento dos herdeiros, já que seria facultada a impugnação com base no artigo 124, inciso XV da LPI tanto por meio de oposição, como por meio de pedido de nulidade do registro. Não tendo havido qualquer tentativa de impugnação dos registros concedidos pelo INPI em 1959, 1966 e 1991, ou mesmo do pedido em exame, não haveria razão para supor que os herdeiros teriam qualquer objeção à concessão do direito.

A primeira ponderação a ser feita quanto a esse argumento é que a interpretação do consentimento para atos que importem em restrição a direitos da personalidade deve ser necessariamente restritiva (Bittar, 1999). Assim, ainda que se considere a não impugnação de registros anteriores como evidência de anuência tácita à concessão daqueles direitos, não seria possível estender essa interpretação para alcançar novo pedido com escopo de proteção distinto. Nesse sentido se posicionou o Superior Tribunal de Justiça, em 20/08/2019, ao decidir o Recurso Especial nº 1.715.806-RJ anteriormente mencionado:

[...]

4. Cada novo registro de signo distintivo como marca, ainda que de mesma titularidade, deve atender todos os requisitos de registrabilidade, inclusive quanto à autorização do titular do nome civil eventualmente utilizado.

<sup>17</sup>“Not all Member States protect the right to a person’s name or portrayal. The exact scope of protection of the right will follow from the national law [...]”. Trade mark guidelines, 4.3.1 A right to a name/right of personal portrayal. Disponível em <https://guidelines.euipo.europa.eu/2214311/2047263/trade-mark-guidelines/4-3-1-a-right-to-a-name-right-of-personal-portrayal> Acesso em: 08 ago. 2024.

<sup>18</sup>§ 2 (15 U.S.C. § 1052). **Trademarks registrable on the principal register; concurrent registration**  
No trademark by which the goods of the applicant may be distinguished from the goods of others shall be refused registration on the principal register on account of its nature unless it [...] (c) Consists of or comprises a name, portrait, or signature identifying a particular living individual except by his written consent, or the name, signature, or portrait of a deceased President of the United States during the life of his widow, if any, except by the written consent of the widow.

Enquanto os registros anteriores da marca “John Crane” (nº 002420902, 003328155, 816249385, 816249393) foram concedidos para assinalar produtos como componentes de máquinas e materiais para vedação, o pedido nº 910483183 (“John Crane a Smiths company”) pretendia assinalar serviços de engenharia. Portanto, nem mesmo eventual autorização expressa e por escrito apresentada para a concessão dos primeiros pedidos seria suficiente para demonstrar a concordância dos herdeiros com futura solicitação em segmento diverso – o que torna problemática a aceitação de um indício mais frágil, como o consentimento tácito, para demonstrar a regularidade da nova situação jurídica.

A necessidade de interpretação restritiva também se impõe sobre as condições em que se admite o uso efetivo do sinal. A não impugnação ao uso do nome civil não pode ser compreendida como uma declaração negocial de concordância com a apropriação econômica exclusiva deste sinal pela empresa requerente.

A título comparativo, observamos que, em determinados casos, a doutrina brasileira considera lícita a divulgação de imagens pessoais com base no consentimento tácito e inequívoco do titular (Schreiber, 2009). Essa autorização, porém, não pode ser interpretada de maneira extensiva para concluir que um contrato de licença teria sido assim tacitamente acordado entre as partes (Zanini, 2018). Ainda que a lei não exija forma específica para que o ato seja concluído, é necessário demonstrar que houve consentimento pessoal, consciente e esclarecido (Perlingieri, 2007) para aquela restrição específica que se pretende validar.

Por fim, cabe ressaltar que os direitos da personalidade são imprescritíveis, ou seja, não deixam de existir por seu não uso (Cantali, 2009). Como explica Vasconcelos (2006, p. 153), “[...] o titular é livre de exercer o seu direito ou de se abster de o fazer. [...] É livre de escolher a sua atitude perante a ofensa”. Caso opte por não recorrer aos meios que lhe são facultados pelo ordenamento para se insurgir contra o uso não consentido de seu nome ou imagem por terceiro, não perde por isso a faculdade de fazê-lo, já que cabe somente a ele decidir em que condições está disposto a aceitar eventual limitação ao exercício desses direitos.

A segunda premissa utilizada pela Nota CGREC/COREM nº 20/2020 é a de que o uso prolongado e os registros nacionais e internacionais da expressão “John Crane” como marca e como nome empresarial acabaram por consolidar sua condição de ativo econômico, merecendo por isso ser protegido como marca no INPI. Trataremos dessa

premissa em duas partes, por entendermos que a segunda não decorre logicamente da primeira.

Embora a Nota não tenha esmiuçado as consequências da dupla função que o signo passa a desempenhar quando é registrado como marca ou como nome empresarial, entendemos que o argumento se baseia na perspectiva de que o sinal não deve ser compreendido apenas como um nome civil, mas também como um signo identificador da própria requerente. Apesar de haver uma relação histórica entre o sinal solicitado e o nome do indivíduo que fundou a empresa, seu uso prolongado como marca e como nome empresarial teria contribuído para que a expressão pudesse ser diretamente associada à requerente e aos produtos que ela oferece. A validade dessa premissa e a legitimidade dos interesses defendidos pela requerente não implicam, porém, na existência de um direito adquirido sobre todos os modos de utilização econômica do nome civil.

Os registros de marca que já foram licitamente concedidos à empresa constituem bens de sua propriedade que não se confundem com os direitos da personalidade do indivíduo falecido que levava esse nome. Como explica Morgado (2009), opera-se uma dissociação entre o nome enquanto elemento identificador da pessoa humana e o nome enquanto direito de marca. No entanto, o escopo do direito patrimonial assim conferido é delimitado por duas vertentes: pelas estritas condições em que o titular do nome civil autoriza o registro; e pelos princípios da territorialidade e da especialidade que regem o direito de marcas, impondo limites geográficos e mercadológicos à exclusividade de uso do sinal.

De modo semelhante, a adoção da expressão “John Crane” como nome empresarial também apresenta limitações derivadas do escopo do consentimento apresentado pelo titular do nome civil. Sendo os poderes anteriormente conferidos diversos daqueles agora reivindicados, não seria possível afirmar que todo e qualquer uso da expressão “John Crane” já faria parte do fundo de comércio da requerente.

Cesário (2014) explica que o nome empresarial atua como signo identificador da própria empresa. É através dele que o ente efetivamente se apresenta e se obriga perante terceiros. No entanto, ao contrário do que ocorre com o nome civil, seu conteúdo é eminentemente patrimonial. Não há relação entre o nome empresarial e a defesa da dignidade humana, de modo que sua natureza jurídica mais se aproxima do direito de propriedade do que do direito da personalidade (Barbosa, P., 2014).

No caso apresentado, seria difícil demonstrar o consentimento inequívoco dos herdeiros ao registro como marca do sinal “John Crane a Smiths Company” pela empresa

requerente, no Brasil, para assinalar serviços de engenharia. Tampouco seria possível arguir direito adquirido pela empresa ao uso do nome civil para além das condições em que o consentimento foi efetivamente outorgado e em que o ordenamento jurídico brasileiro já lhe conferiu exclusividade. Por outro lado, reconhece-se o legítimo interesse da requerente em seguir utilizando e atualizando sinal que já atua há anos na sua identificação perante o público em geral, parecendo excessivo que a cada modificação gráfica ou expansão mercadológica, a empresa tenha que recorrer aos herdeiros de seu antigo fundador para solicitar a devida autorização.

O consentimento de herdeiros ou sucessores para registro de direitos da personalidade como marca tem por objetivo impedir que terceiros tirem proveito econômico indevido do nome civil ou da imagem de pessoa já falecida ou que interfiram indevidamente no direito exclusivo de seus herdeiros em definir as condições em que reputam razoável esse aproveitamento, tendo em conta “[...] os legítimos interesses jurídicos provenientes dos direitos de personalidade da pessoa falecida [...]” (Soares; Bastos, 2015, p. 196). Nesse sentido, a apresentação de autorização expressa configura maneira segura e objetiva de demonstrar a observância dos interesses existenciais e patrimoniais envolvidos, sendo por isso mesmo a regra geral adotada pelo Manual.

No caso em análise, contudo, a requerente alega não ser viável a apresentação desse documento após tantos anos do falecimento de seu fundador. Ademais, a empresa, seus produtos e seus serviços já são reconhecidos há muitos anos por consumidores, concorrentes e fornecedores através do nome John Crane. E a exigência de comprovação expressa do consentimento dos herdeiros a cada novo pedido poderia levar à impossibilidade de manter a função de identificação concorrencial já desempenhada pelo sinal, impactando não apenas o interesse jurídico da requerente, mas também o interesse econômico e social que fundamenta a proteção conferida aos signos distintivos (artigo 5º, inciso XXIX da Constituição Federal).

Desse modo, faz-se necessário conciliar o intento de proteção aos direitos da personalidade (decorrente do princípio da dignidade da pessoa humana e expressamente contemplado nos incisos XV e XVI do artigo 124 da LPI) com a necessidade de observância ao princípio da eficiência da Administração Pública no desempenho de suas atribuições (artigo 37 da Constituição Federal). Diante da ausência de regras específicas que equacionem todos os interesses e valores contrapostos, entendemos ser necessário ponderar as normas existentes à luz das circunstâncias concretas apresentadas, a fim de apontar uma solução que respeite ao máximo cada princípio constitucional envolvido.

Nesse sentido, destacam-se as seguintes considerações: 1) os fatos narrados pela requerente indicam que a vinculação inicial entre as atividades econômicas por ela desenvolvidas e a denominação “John Crane” teve a anuência em vida do titular do nome civil, que inclusive participou da fundação da empresa; 2) os serviços agora reivindicados não se afastam demasiadamente do escopo de proteção anteriormente concedido, nem são capazes, a princípio, de expor o titular a ridículo; 3) a expressão “John Crane” não é somente associada à personalidade da pessoa falecida (utilização primária como nome civil), mas também à própria empresa requerente e aos produtos e serviços que ela oferece, já que a exploração comercial ininterrupta desse bem por mais de 100 anos acabou por consolidar o desempenho dessa segunda função na mente do público consumidor; e 4) não houve impugnação ao registro por parte dos herdeiros ou sucessores e eventual posicionamento contrário ainda poderia ser apresentado por meio de pedido de nulidade administrativa ou de ação de nulidade, não sendo o deferimento do pedido medida de caráter irreversível.

Pelo exposto, conclui-se que a dispensa de autorização expressa, no caso específico em comento, revela-se medida excepcional, porém adequada e necessária para assegurar que a requerente possa solicitar registro de marca composta por nome civil que já exerce há anos a função de signo identificador da empresa, de seus produtos e serviços. Ademais, não havendo evidências de que os herdeiros se opõem ao registro e sendo-lhes garantido o direito de ainda vir a fazê-lo por via administrativa ou judicial, considera-se que os efeitos positivos a serem obtidos com a dispensa da autorização superam os riscos de seus possíveis efeitos negativos.

## CONCLUSÃO

Inúmeras marcas registradas no INPI são compostas por elementos que originalmente atuavam na identificação de um indivíduo em sociedade, a exemplo de nomes civis, nomes artísticos ou imagens pessoais. Em razão da natureza existencial dos elementos reproduzidos, a Lei de Propriedade Industrial exige que seja demonstrado o consentimento do titular para registro. No entanto, a falta de detalhamento normativo acerca da relação estabelecida entre marcas e direitos da personalidade acaba por gerar incertezas e lacunas procedimentais que impactam negativamente o exame de registrabilidade desses sinais.

Ao analisar essa relação, constata-se que o sinal composto por nome ou imagem pessoal que venha a ser registrado como marca passa a se submeter a dois regimes jurídicos distintos, a depender da função por ele desempenhada e dos interesses – existenciais ou patrimoniais – que o ordenamento visa tutelar através da concessão de cada direito.

Enquanto formas de expressão da identidade pessoal, os atributos humanos estão sujeitos ao regime especial conferido aos direitos da personalidade, não admitindo prescrição ou qualquer forma de alteração da titularidade. Admite-se apenas a limitação voluntária de seu exercício, desde que seja pontual e observe os limites impostos pelo princípio da dignidade humana.

Havendo consentimento para que nome e imagem pessoais sejam registrados como marca, cria-se um novo direito de cunho patrimonial, passando o sinal a exercer também a função de distinguir produtos e serviços com o intuito de facilitar as transações comerciais. Os interesses econômicos e concorrenciais envolvidos na concessão justificam a aplicação do regime jurídico próprio do direito de propriedade industrial.

Essas duas funções não se anulam ou se substituem. Há apenas uma separação a ser observada entre as esferas de incidência dos direitos da personalidade e dos direitos de marcas, a depender do espectro de atuação do sinal. Assim, como regra geral, o direito que surge com o registro não se submete ao regime dos direitos existenciais. Eventuais conflitos entre as garantias constitucionais de manutenção da propriedade das marcas e da livre determinação pessoal seriam resolvidos por meio da técnica da ponderação de interesses.

A exigência de consentimento prevista no artigo 124, incisos XV e XVI, da LPI tem como objetivo assegurar ao titular o direito exclusivo ao aproveitamento econômico de seus atributos da personalidade, bem como evitar a interferência de terceiros em sua esfera de autodeterminação pessoal. O escopo de aplicação da norma estende-se, assim, a todas as marcas compostas por elementos capazes de atuar e de serem compreendidos como sinais identificadores de pessoas reais, distintas do requerente, quando não acompanhadas do necessário consentimento.

A partir da análise das decisões proferidas pelo INPI, procurou-se aplicar os conhecimentos teóricos estabelecidos acerca da relação entre marcas e direitos da personalidade aos pontos que se mostraram mais sensíveis no exame desses pedidos, de modo a contribuir com subsídios para a elaboração de novos procedimentos.

Constatou-se, primeiramente, que a notoriedade do titular não configura condição necessária para atrair a incidência do artigo 124, incisos XV e XVI da LPI, já que todos os indivíduos são dotados da faculdade de explorar economicamente seus bens da personalidade e de impedir que terceiros o façam sem o seu consentimento. Ao vincular a aplicação do inciso XVI a apelidos e pseudônimos notoriamente conhecidos, a Lei de Propriedade Industrial visa apenas assegurar que o termo em questão de fato corresponda a um bem da personalidade, já que o direito exclusivo sobre denominações substitutivas do nome civil só é adquirido através de seu uso público e efetivo como modo de identificação pessoal.

Apesar de a LPI não ter estendido essa exigência aos nomes artísticos, verificou-se que o propósito de utilização desses nomes é muito semelhante ao do pseudônimo, o que indica a necessidade de alteração legislativa, de modo a igualar o tratamento jurídico e minimizar a insegurança das classificações casuísticas. Sugere-se, ainda, que o Manual de Marcas passe a definir pseudônimo como a “denominação utilizada licitamente por pessoa física com o intuito de projetar uma face especial de sua personalidade em determinada esfera de atuação, a exemplo dos nomes religiosos, artísticos ou de guerra”.

Com relação aos patronímicos, considera-se que o critério relevante para atrair a incidência do inciso XV não é propriamente a existência de pessoa notória que o utilize, mas a possibilidade efetiva de identificação pessoal através dessa denominação que, em regra, se propõe apenas a identificar um grupo de pessoas. Para esta análise, deve-se levar em consideração não apenas o grau de notoriedade envolvido, mas também a singularidade do patronímico; a utilização usual e eficiente deste patronímico como modo de identificação da personalidade; a existência de outros elementos nominativos ou



figurativos no sinal que corroborem com a identificação; e a proximidade mercadológica entre o segmento assinalado pela marca e as atividades desenvolvidas pelo sujeito.

Examinou-se a seguir as consequências jurídicas da homonímia em relação à aplicação dos incisos XV ou XVI, constatando-se a necessidade de normatização dos procedimentos a serem seguidos pelo INPI, tendo em vista a adoção de parâmetros distintos pelos examinadores. Entende-se não haver impedimento geral ao registro de denominações compartilhadas por mais de uma pessoa, na medida em que cada uma possui o direito exclusivo de explorar economicamente o seu nome enquanto expressão da própria personalidade. O determinante seria identificar se o consentimento para registro teria partido do titular do direito afetado ou se, diante das circunstâncias apresentadas, seria razoável supor que o sinal faz referência a pessoa distinta. Essa verificação seguiria critérios semelhantes aos previstos acima para a análise de patronímicos notórios.

Outra lacuna identificada se refere à questão dos nomes inventados. Nomes e imagens não são protegidos em abstrato, mas enquanto bens da personalidade de uma pessoa. Assim, faz-se necessário incluir no Manual a regra que já é adotada na prática administrativa do INPI, ou seja, que a marca composta por nomes fictícios não atrai a incidência dos incisos XV ou XVI. O impedimento só deverá ser aplicado se restar demonstrado que, apesar da alegação ou da intenção do requerente, o sinal de fato reproduz direito da personalidade de terceiro, seja ele famoso ou não.

Verificou-se, ainda, a necessidade de estabelecer parâmetros para avaliar se marcas que reproduzem nomes de logradouros públicos (como ruas, bairros ou cidades) violam o direito da pessoa em cuja homenagem a localidade foi nomeada. Entende-se que essa avaliação deve se pautar pela função que o nome exerça em cada sinal.

Caso desempenhe verdadeira função distintiva (sendo utilizado, por exemplo, como elemento principal do conjunto marcário ou como seu único elemento distintivo), deverá ensejar o indeferimento do pedido, dado que a concessão de um direito patrimonial sobre o uso do nome não pode ser concebida como simples decorrência da homenagem honorífica. Já se ficar evidente que o nome aparece na marca com o único propósito de informar a localidade da prestação de serviços, não haverá ampliação da função já exercida pelo nome enquanto denominação do local. Tampouco será concedida exclusividade de uso sobre esse elemento informacional, não havendo violação a direito da personalidade que possa atrair a aplicação dos incisos XV ou XVI.

Por fim, embora a Lei de Propriedade Industrial não exija forma específica para a demonstração do consentimento para registro de direitos da personalidade, entendemos que qualquer restrição voluntária ao exercício de direitos dessa natureza exigiria a demonstração de consentimento inequívoco por parte do titular, de seus herdeiros ou sucessores. Assim, os elementos factuais apresentados pelo requerente da marca devem ser suficientes para informar de maneira precisa quem consentiu, quem recebeu o consentimento, quais sinais identificadores estão contemplados na autorização e para qual propósito foi dado o consentimento.

Não havendo essa demonstração, não há que se falar em concordância com o registro. Entretanto, havendo colisão entre direitos da personalidade e outros direitos constitucionalmente protegidos, é possível que a exigência de consentimento prévio seja excepcionalmente flexibilizada, caso a ponderação de interesses indique que, nas circunstâncias concretas em apreço, o deferimento do registro da marca configuraria solução adequada, necessária e proporcional para atingir os fins desejados.

Embora não tenha sido possível exaurir todos os pontos de controvérsia identificados no exame de marcas compostas por direitos da personalidade, esperamos que as reflexões contidas no presente trabalho sirvam como ponto de partida para outros estudos neste campo ainda pouco explorado.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR júnior, Ruy Rosado de (Coord). **Jornadas de direito civil I, III, IV e V: enunciados aprovados**. Brasília: Conselho da Justiça Federal, 2012

AMARAL, Eduardo Tadeu Roque; SEIDE, Márcia Sipavicius. **Nomes próprios de pessoa**: introdução à antroponímia brasileira. São Paulo: Blucher, 2020.

AMARAL, Rafael Lacaz; SILVA, Aline Ferreira da. Nome civil vs. marca: do caráter precário das autorizações de registro de nome civil como marca. **Revista da Associação Brasileira da Propriedade Intelectual – ABPI**, n. 124, p. 133-166, maio/jun. 2013  
Araújo, Peralta e Aime (2018)

ASCENSÃO. José de Oliveira. **Os direitos de personalidade no Código Civil brasileiro**. Belo Horizonte, 1997. Disponível em: <<https://www.fd.ulisboa.pt/wp-content/uploads/2014/12/Ascensao-Jose-Oliveira-OS-DIREITOS-DE-PERSONALIDADE-NO-CODIGO-CIVIL-BRASILEIRO.pdf>> Acesso em: 10 jul. 2024.

ASCENSÃO, José de Oliveira. Direito intelectual, exclusivo e liberdade. **Revista Esmafe - Escola de Magistratura Federal da 5ª Região**, Recife, n. 3, p. 125-145, mar. 2002.

ASCENSÃO, José de Oliveira. As funções da marca e os descritores (metatags) na internet. **Revista da Associação Brasileira da Propriedade Intelectual – ABPI**, n. 61, p. 44-52, nov./dez. 2002

ASCENSÃO, José de Oliveira. Pessoa, direitos fundamentais e direito da personalidade. **Revista Mestrado em Direito**. Osasco, a. 6, n. 1, p. 145-168, 2006.

ASCENSÃO, José de Oliveira. **Nome de edifício**: conflito com marca, insígnia ou logotipo. Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2007a.

ASCENSÃO, José de Oliveira. A pretensa “propriedade” intelectual. **Revista do Instituto dos Advogados de São Paulo**, v. 10, n. 20, p. 243-261, jul./dez. 2007b.

BARBOSA, Denis Borges. **Bases constitucionais da propriedade intelectual**. 2002. Disponível em: <<https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/bases-constitucionais-da-propriedade-intelectual.pdf>> Acesso em: 11 jul. 2024.

BARBOSA, Denis Borges. **Do direito de marcas: uma perspectiva semiológica**. 2007. Disponível em: <<https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/do-direito-das-marcas.pdf>> Acesso em: 11 jul. 2024

BARBOSA, Denis Borges. **Efeito extraterritorial das marcas**. 2010. Disponível em: <[https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/efeito\\_extraterritorial\\_marcas.pdf](https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/efeito_extraterritorial_marcas.pdf)> Acesso em: 11 jul. 2024.

BARBOSA, Denis Borges. Do direito de propriedade intelectual das celebridades. **PIDCC – Direito Contemporâneo e Constituição**. Aracaju, a. 1, n. 1, p. 1-99, out./dez. 2012.

BARBOSA, Denis Borges. **Da tecnologia à cultura: Ensaio e estudos de Propriedade Intelectual**. 2011. Disponível em: <[https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/tecnologia\\_a\\_cultura.pdf](https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/tecnologia_a_cultura.pdf)> Acesso em: 11 jul. 2024.

BARBOSA, Denis Borges. **Ensaio e estudos de Propriedade Intelectual**, v. 1, 2014, Disponível em: <[https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/ensaio\\_estudos\\_pi\\_direito\\_internacional.pdf](https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/ensaio_estudos_pi_direito_internacional.pdf)> Acesso em: 10 jul 2014

BARBOSA, Pedro Marcos Nunes. Um ensaio sobre a natureza jurídica do nome de empresa. **Revista da Associação Brasileira da Propriedade Intelectual – ABPI**, n. 128, jan./fev. 2014.

BARROSO, Luís Roberto. **Interpretação e aplicação da Constituição**. 6. ed., rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2004

BITTAR, Carlos Alberto. **Os direitos da personalidade**. 3. ed., rev. e atual. por BITTAR, Eduardo C. B. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1999.

BRANDELLI, Leonardo. **Nome civil da pessoa natural**. São Paulo: Saraiva, 2012.

BRASIL. Conselho da Justiça Federal. **Enunciado 274**. Brasília, DF: CJF [2006]. Disponível em <<https://www.cjf.jus.br/enunciados/enunciado/219>> Acesso em: 21 ago. 2024.

BRASIL. Conselho da Justiça Federal. **Enunciado 4**. Brasília, DF: CJF [2002]. Disponível em: <<https://www.cjf.jus.br/enunciados/enunciado/650>> Acesso em: 21 ago. 2024.

BRASIL. Conselho da Justiça Federal. **Enunciado 139**. Brasília, DF: CJF [2004]. Disponível em <<https://www.cjf.jus.br/enunciados/enunciado/1277>> Acesso em: 21 ago. 2024.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF, 05 outubro de 1988. Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)> Acesso em: 16 ago. 2024.

BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Brasília, DF, 11 de janeiro de 2002. Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/110406compilada.htm?ref=blog.suitebras.com](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm?ref=blog.suitebras.com)> Acesso em: 16 ago. 2024

BRASIL. **Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996**. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Brasília, DF, 15 de maio de 1996. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L9279.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9279.htm)> Acesso em: 16 ago. 2024

BRASIL. **Lei nº 6.015 de 31 de dezembro de 1973**. Dispõe sobre registros públicos e dá outras providências. Brasília, DF, 31 de dezembro de 1973. Disponível em:

<[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l6015compilada.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6015compilada.htm)> Acesso em: 16 ago. 2024

BRASIL. **Lei nº 5.772 de 21 de dezembro de 1971.** Institui o Código de Propriedade Industrial, e dá outras providências. Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l5772.htm#:~:text=LEI%20No%205.772%2C%20DE%2021%20DE%20DEZEMBRO%20DE%201971.&text=Institui%20o%20C%C3%B3digo%20da%20Propriedade,com%20o%20estabelecido%20nesta%20lei.](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5772.htm#:~:text=LEI%20No%205.772%2C%20DE%2021%20DE%20DEZEMBRO%20DE%201971.&text=Institui%20o%20C%C3%B3digo%20da%20Propriedade,com%20o%20estabelecido%20nesta%20lei.)> Acesso em: 20 ago. 2024.

BRASIL. **Decreto-Lei nº 1.005 de 21 de outubro de 1969.** Código de Propriedade Industrial. Disponível em: <[http://www.presidencia.gov.br/ccivil\\_03/Decreto-Lei/1965-1988/Del1005.htm](http://www.presidencia.gov.br/ccivil_03/Decreto-Lei/1965-1988/Del1005.htm)> Acesso em: 20 ago. 2024.

BRASIL. **Decreto-Lei nº 7.903 de 27 de agosto de 1945.** Código de Propriedade Industrial. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/1937-1946/del7903.htm#:~:text=DEL7903&text=DECRETO%2DLEI%20N%C2%BA7.903%20DE%2027%20DE%20AGOSTO%20DE%201945.&text=Art.,propriedade%20industrial%3B%20cuja%20prote%C3%A7%C3%A3o%20assegura.](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/1937-1946/del7903.htm#:~:text=DEL7903&text=DECRETO%2DLEI%20N%C2%BA7.903%20DE%2027%20DE%20AGOSTO%20DE%201945.&text=Art.,propriedade%20industrial%3B%20cuja%20prote%C3%A7%C3%A3o%20assegura.)> Acesso em: 20 ago. 2024

BRASIL. **Decreto nº 16.264, de 19 de dezembro de 1923.** Crêa a Directoria Geral da Propriedade Industrial. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1920-1929/decreto-16264-19-dezembro-1923-505763-publicacaooriginal-1-pe.html>> Acesso em: 20 ago. 2024

BRASIL. **Decreto nº 2.682, de 23 de outubro de 1875.** Regula o direito que têm o fabricante e o negociante, de marcar os productos de sua manufactura e de seu commercio. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1824-1899/decreto-2682-23-outubro-1875-549770-publicacaooriginal-65288-pl.html#:~:text=Regula%20o%20direito%20que%20t%C3%AAm,manufactura%20e%20de%20seu%20commercio.>> Acesso em: 21 ago. 2024

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial nº 1.715.806-RJ (2017/0181938-5). Relator: Ministro Marco Aurélio Bellizze, Terceira Turma, 20 de agosto de 2019. Brasília, DF: **Diário da Justiça Eletrônico**, 28 ago. 2019.

CANTALI, Fernanda Borghetti. **Direitos da personalidade**: disponibilidade relativa, autonomia privada e dignidade humana. Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2009.

CERQUEIRA, João da Gama. **Tratado da Propriedade Industrial**, v. 2, Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2010.

CESÁRIO, Kone Prieto Furtunato. Os rumos do conflito entre o nome empresarial e a marca no direito brasileiro. **Revista UNIFESO - Humanas e Sociais**. v. 1, n. 1, p. 100-119, 2014.

CHIMUCO, Armindo Moisés Kasesa. **A dimensão patrimonial na personalidade?** Dissertação (2º Ciclo de Estudos em Direito), Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra, Coimbra, 2015.

CUNHA, Catherine da Silva; VANZ, Samile Andréa de Souza. O uso de nomes artísticos na atribuição de autoria nas Artes. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 18, n. 3, 2022.

CUNHA FILHO, Francisco Humberto; MAGALHÃES, Allan Carlos Moreira. A natureza jurídica do ato de nomeação de espaços públicos. **Revista de Informação Legislativa - RIL**, Brasília, DF, v. 58, n. 232, p. 11-32, out./dez. 2021. Disponível em: <[https://www12.senado.leg.br/ril/edicoes/58/232/ril\\_v58\\_n232\\_p11](https://www12.senado.leg.br/ril/edicoes/58/232/ril_v58_n232_p11)> Acesso em: 25 ago. 2024.

CUPIS, Adriano de. **Os direitos da personalidade**. 2. ed. Tradução de: REZENDE, Afonso Celso Furtado. São Paulo: Quorum, 2008

DONEDA, Danilo. Os direitos da personalidade no Código Civil. **Revista da Faculdade de Direito de Campos**, a. VI, n. 6, jun. 2005.

ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA. **Declaração de Independência**. 1787. Disponível em: <[https://www.arqnet.pt/portal/teoria/declaracao\\_vport.html](https://www.arqnet.pt/portal/teoria/declaracao_vport.html)> Acesso em: 18 nov. 2023.

ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA. **United States Code: Trade-Marks**, 15 U.S.C. §§ 1051-1127 (1958). Disponível em: <https://www.loc.gov/item/uscode1958-003015022/> Acesso em: 25 ago. 2024

EUROPEAN UNION INTELLECTUAL PROPERTY OFFICE. **Trade mark and design guidelines**. 2024. Disponível em: <<https://guidelines.euipo.europa.eu/2214311/2199801/trade-mark-guidelines>> Acesso em: 25 ago. 2024.

FERNÁNDEZ-NOVOA, Carlos. Las funciones de la marca. **Actas de Derecho Industrial**, n. 5, p. 33-65, Santiago de Compostela: Universidad de Santiago, 1978.

FRANÇA, Rubens Limongi. **Do nome civil das pessoas naturais**. 3. ed. rev. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 1975.

FRANÇA, Rubens Limongi. Direitos da personalidade: coordenadas fundamentais. **Revista dos Tribunais**, v. 72, n. 567, p. 9-16, São Paulo, 1983.

FRANÇA. **Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão (DDHC)**. 1789. Disponível em: <<https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/414/2018/10/1789.pdf>> Acesso em: 18 nov. 2023.

FRANCESCHET, Julio César. **Aproveitamento econômico dos direitos privados da personalidade**. Tese (Doutorado em Direito Civil), Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

GEORGE, Ivin. **Trademarks as a macro-economic tool: an analysis of the Ethiopian and Colombian Coffee Industries**. 2019. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=3449719>> Acesso em: 25 ago. 2024



GLITZ, Frederico; TOAZZA, Gabriele Bortolan. O contrato para disposição da imagem na perspectiva dos direitos da personalidade. **Revista Justiça do Direito**, v. 31, n. 2, p. 358-385, maio/ago., 2017.

GÓMEZ, Jesús Angel López. Consideraciones sobre la homonimia en materia de signos distintivos. **Actas de Derecho Industrial**, n. 5, p. 447-469, Santiago de Compostela: Universidad de Santiago, 1978.

GONÇALVES, Luís M. Couto. **Função distintiva da marca**. Coimbra: Livraria Almedina, 1999.

GUSMÃO, Jose Roberto d’Affonseca. **Natureza jurídica do direito de propriedade intelectual**. São Paulo, 39 p., 1990. Disponível em: <<http://www.glpi.com.br/noticias-publicacoes/publicacoes-e-artigos/propriedade-intelectual/natureza-juridica-do-direito-de-propriedade-intelectual/98>>. Acesso em 03 ago. 2018.

IKENAGA, Ana Lucia. **A atribuição de nome como modo de exploração de bens públicos**. 2012. Dissertação (Mestrado em Direito do Estado) - Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/D.2.2012.tde-22042013-132426>. Acesso em: 25 ago. 2024.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Manual de Marcas**. Rio de Janeiro. 21 de agosto de 2024. Disponível em: <<http://manualdemarcas.inpi.gov.br/>> Acesso em: 21 ago 2024.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Portaria INPI/PR nº 08 de 17 de janeiro de 2022**. Dispõe sobre a recepção e o processamento de pedidos e petições de marca e sobre o Manual de Marcas. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/legislacao>> Acesso em: 21 ago. 2024.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Nota INPI/PR/CGREC/COREM nº 20/2018**. 31 de agosto de 2018 In: COLETÂNEA DE DECISÕES DA 2ª INSTÂNCIA ADMINISTRATIVA – MARCAS. 1. ed. dez. 2021.

[inteiro teor disponível através do sistema IPAS]. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/recursos-e-nulidades/revista-jurisprudencia-marcas.pdf/view>> Acesso em: 21 ago. 2024.

LALONDE, Anne Gilson; GILSON, Jerome. **Naming rights and wrongs: a road map to protecting personal names**. New Providence, N.J.: Lexis Nexis, 2010.

LAMAS, Mario Daniel. **Derecho de la personalidad y explotación de la apariencia humana**: Estudio sobre el nombre, la imagen, la intimidad, la identidad, el honor y la reputación como derechos personales y como derechos patrimoniales. Montevideu: Cikato, 2004.

LAMAS, Mario Daniel. Nombre e imagen de las personas y derecho de marcas. **Derechos Intelectuales**, n. 13, p. 104-118. Buenos Aires: Editorial Astrea, 2007.

MACHADO, Diego Carvalho. Capacidade de agir e direitos da personalidade no ordenamento jurídico brasileiro: o caso do direito à privacidade. **Revista Brasileira de Direito Civil**, v. 8, abr./jun. 2016.

MELO, Aymoré Roque Pottes de. **Dos direitos da personalidade ao princípio da boa-fé objetiva nos contratos de direito privado**: aproximações luso-brasileiras. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2021.

MORAES, Maria Celina Bodin de. Ampliando os direitos da personalidade. *In*: **Na medida da Pessoa Humana: estudos de direito civil-constitucional**, p.121-148. Rio de Janeiro: Renovar, 2010.

MORATO, Antonio Carlos. Quadro geral dos direitos da personalidade. **Revista da Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo**, [S. l.], v. 106, n. 106-107, p. 121–158, 2012. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/rfdusp/article/view/67941>> Acesso em: 10 jul. 2024.

MORGADO, Mônica Christina Rodrigues Morgado. **O uso da marca registrada – caducidade do registro**. 2018. Tese (Doutorado em Propriedade Intelectual e Inovação)

- Coordenação de Programas de Pós-Graduação e Pesquisa, Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI, Rio de Janeiro, 2018.

MORGADO, Mônica Christina Rodrigues Morgado. O direito ao nome e seu registro como marca. *In*: ENCONTRO ACADÊMICO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL, INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO, 2, 2009, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: INPI, 2009. [trabalho integral fornecido pela autora]. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/academia/arquivo/eventos/IENAPIDAnais.pdf>> Acesso em: 12 ago. 2024.

MORO, Maitê Cecília Fabbri. A proteção dos sinais distintivos como promoção da ética e da sustentabilidade em um mercado de livre concorrência. **Pensar -Revista de Ciências Jurídicas**, v. 22, n. 1, p. 335-352, jan./abr. 2017.

OLAVO, Carlos. **Propriedade industrial**. 2 ed. Coimbra: Almedina, 2005.

PERLINGIERI, Pietro. Tradução de: DE CICCIO, Maria Cristina. **Perfis do direito civil**, 3. ed., rev. e ampl. Rio de Janeiro: Renovar, 2007.

PINHEIRO, Maria Cláudia Bucchianeri. A Constituição de Weimar e os direitos fundamentais sociais. **Revista de informação legislativa**, Brasília, a. 43, n. 169, p. 101-126, jan./mar. 2006.

PODER EXECUTIVO. **Projeto de Lei 824 de 1991**. 08 de maio de 1991. Regula direitos e obrigações relativos a propriedade industrial. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=183001>> Acesso em: 21 ago. 2024.

PORTUGAL, **Decreto-Lei nº 47344 de 25 de novembro de 1966**. Aprova o Código Civil e regula a sua aplicação. Disponível em: <<https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/decreto-lei/1966-34509075>> Acesso em: 20 ago. 2024.

PROCURADORIA FEDERAL ESPECIALIZADA JUNTO AO INPI. **Parecer AGU/PGF/PFE/INPI/COOPI nº 08/2012**. 20 de setembro de 2012. Registro marcário

dos sinais identificadores de pessoa humana. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/legislacao>> Acesso em: 21 ago. 2024.

RAMELLO, Giovanni B. What's in a sign? Trademark law and economy theory. **Journal of Economic Surveys**, v. 20, n. 4, 2006.

SAIKI, Gabriella. **A exploração econômica dos naming rights de bens públicos: a prática contratual das maiores metrópoles brasileiras**. 2023. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento no Estado Democrático de Direito) - Faculdade de Direito de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo. Ribeirão Preto, 2023.

SCHAAL, Flavia Mansur Murad; FIGUEIREDO, Mariana F. Nome e marca: instrumentos do comércio. Uma visão atual dos conflitos nacionais e internacionais entre direitos da personalidade e marcas. In: **Propriedade Intelectual e Bens de Personalidade: o contemporâneo essencial**. ABRÃO, Eliane Yachouh (Coord.). São Paulo: Editora Iasp, 2021.

SCHREIBER, Anderson. **Direitos da Personalidade**. São Paulo: Atlas, 2011.

SCHREIBER, Anderson. **Os Direitos da Personalidade e o Código Civil de 2002**. Disponível em: <<http://schreiber.adv.br/downloads/os-direitos-da-personalidade-e-o-codigo-civil-de-2002.pdf>> Acesso em: 21 jul. 2024.

SÊCO, Thaís. **A autonomia da criança e do adolescente e suas fronteiras: capacidade, família e direitos da personalidade**. 2013. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

SOARES, Flaviana Rampazzo; BASTOS, Ísis Boll de Araujo. Avanços tecnológicos e proteção post mortem dos direitos de personalidade por meio do testamento. **Revista Forum de Direito Civil – RFDC**, Belo Horizonte, a. 4, n. 10, p. 189-205, set./dez. 2015.

SOUSA E SILVA, Pedro. **O princípio da especialidade das marcas**. A regra e a exceção: as marcas de grande prestígio. 1997. Disponível em:

<<https://portal.oa.pt/upl/%7B5d0bca51-ddfd-4788-8fbc-0e18b2a0c897%7D.pdf>>

Acesso em: 11 jul. 2024.

SZAZI, Eduardo; TOMELERI, Leonardo Cesar; PALMA, Murilo. **O uso do nome de pessoa pública como homenagem póstuma**: em homenagem a Edson Arantes do Nascimento. 2023. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/depeso/399652/o-uso-do-nome-de-pessoa-publica-como-homenagem-postuma>> Acesso em: 25 ago. 2024.

TEPEDINO, Gustavo. **Temas de Direito Civil**. 3. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2004.

TEPEDINO, Gustavo; SCHREIBER, Anderson. A garantia da propriedade no direito brasileiro. **Revista da Faculdade de Direito de Campos**, a. VI, n. 6, p. 101-119, jun. 2005.

TEPEDINO, Gustavo; SCHREIBER, Anderson. **Fundamentos do Direito Civil: obrigações**, v. 2, 4 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2023.

UNIÃO EUROPEIA. **Regulamento (UE) 2017/1001 do Parlamento Europeu e do Conselho de 14 de junho de 2017**. Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/pt/TXT/PDF/?uri=CELEX:32017R1001&from=EN>> Acesso em: 25 ago. 2024.

UNITED STATES PATENT AND TRADEMARK OFFICE. **Trademark manual of examining procedure**. Maio 2024. Disponível em: <https://tmep.uspto.gov/RDMS/TMEP/current#/current/d1e2.html> Acesso em: 24 ago. 2024.

VASCONCELOS, Pedro Pais. **Direito de personalidade**. Coimbra: Almedina, 2006.

ZANINI, Leonardo Estevam de Assis. A utilização econômica da imagem: principais figuras contratuais. **RJLB - Revista Jurídica Luso-Brasileira**, a. 4, v. 5, p. 1099-1134, 2018.

ZANINI, Leonardo Estevam de Assis. A imagem como um direito da personalidade autônomo. **RJLB - Revista Jurídica Luso-Brasileira**, a. 9, n. 1, p. 875-910, 2023.

ZANINI, Leonardo Estevam de Assis; QUEIROZ, Odete Novais Carneiro. A inviolabilidade da pessoa humana e o direito geral da personalidade. **Revista Brasileira de Direito Civil – RBDCivil**. Belo Horizonte, v. 27, p. 15-36, jan./mar. 2021.

ZANINI, Leonardo Estevam de Assis; QUEIROZ, Odete Novais Carneiro. A eficácia horizontal e a relação dos direitos da personalidade com os direitos fundamentais e os direitos humanos. **Civilística.com**. Rio de Janeiro, a. 10, n. 2, 2021. Disponível em: <<https://civilistica.emnuvens.com.br/redc/article/view/755>> Acesso em: 10 jul 2024.

Zilde Neto (2003) – ZILDE NETO, Gabriel. Questões relevantes na avaliação de marcas, personagens e celebridades. **Revista da Associação Brasileira da Propriedade Intelectual – ABPI**, n. 66, p. 55-60, set./out. 2003.

## APÊNDICE

Lista dos 755 processos analisados em maior profundidade para o presente trabalho:

Processo	Elemento nominativo		Processo	Elemento nominativo		Processo	Elemento nominativo
921339046	Silvia Nogueira		904401073	REGINA DINIZ		918493420	Santa Dulce do Brasil
912774185	Luiza Brunet		913705357	REGINA DINIZ TEMPERO GOURMET		913907090	PIO X MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO
912798050	Luiza Brunet		913675830	Ricardo Falcon - O Guerreiro do Tênis		917261453	Pelé 10 Academy Soccer
912801247	Luiza Brunet		910267685	RICCO IDALINO		910867569	EXPRESS WASH LAVANDERIA
913719048	COLÉGIO BABY EINSTEIN		918876281	SARAH DE ARAÚJO		910082740	CUCA FITNESS
906495954	einstein		918170036	SOPHIA VALVERDE		921253915	Gogmagog
906532205	FACULDADE ISRAELITA DE CIÊNCIAS DA SAÚDE ALBERT EINSTEIN		911579400	SOPHIE ELISABETH		911766162	U2
906532426	FACULDADE ISRAELITA DE CIÊNCIAS DA SAÚDE ALBERT EINSTEIN		918097452	STEFANI DUARTE		900519967	TRIBALIST BRASIL
906532574	FACULDADE ISRAELITA DE CIÊNCIAS DA SAÚDE ALBERT EINSTEIN		910377219	Tiphane Vasconcelos Lingerie		916787591	JOÃO FELIPE E GABRIEL
906172594	PRÊMIO EINSTEIN DE SAÚDE CORPORATIVA		904685322	V VALENTINA LEMONS		905703146	PEDRO & JUNIOR
906172616	PRÊMIO EINSTEIN DE SAÚDE CORPORATIVA		921316291	Valentina Paganini		910334854	THD THALES E DIEGO
906172748	PRÊMIO EINSTEIN DE SAÚDE CORPORATIVA		914934627	Valentina Pontes		905014073	ABEL E CAIM
906172772	PRÊMIO EINSTEIN DE SAÚDE CORPORATIVA		914293397	VITÓRIA FAGUNDES SOL & PRAIA		911656286	BEATLE MANIA EXPERIENCE
906172918	PRÊMIO EINSTEIN DE SAÚDE CORPORATIVA		911993754	Yasmin Verissimo		840287895	DESTROYER KISS COVER
914485750	Rede Einstein de Oncologia e Hematologia		912555548	MC ZANONI		910076138	The Doors Inglês e Espanhol

917939166	SOU EINSTEN		910986380	JASMIN VICTÓRIA		905744195	TIMBALEIRA
911758593	JULIANA BALBINO		919796338	A ARMANI MÁRMORES E GRANITOS		906148944	BEATLES ALIVE
911758720	JULIANA BALBINO		905403215	athina		907488420	BEATLES DAY
916981525	Rosimeire oliveira		906416906	ATHINA		907496334	HORA BEATLE
918491754	Doany Assunção		906416914	ATHINA		920056750	VEGALLICA
840234112	BARDOT		905431790	MICHAEL KORS		910995095	SANDY E SABRYNA
840694750	JACK DANIEL		907689493	BEX		819550159	GRUPO MUSICAL CLUB DA SKYNA
909849480	FIGURATIVA		829054871	CAVALLI		905793994	DC DI CAPRIO
909849498	FIGURATIVA		908005407	DCI DIOR CENTER IMAGEM		829584994	FOOSE DESIGNER
909849528	FIGURATIVA		912812486	DE LOACH VINEYARDS		908964765	BOB BOY MARLEY'S SURF WEAR
909849560	FIGURATIVA		904122280	D'JOR MEN		911134719	JOHNCASH
909849587	FIGURATIVA		904122476	D'JOR MEN		906424267	MC ANITTA
911043179	MISTER CUCA		911198539	ESB ESCOLA SCHUMACHER BRASIL		906494788	GRAZIELA
906582903	FACULDADE ISRAELITA DE CIÊNCIAS DA SAÚDE ALBERT EINSTEIN		910755990	Espumante Ricci		907852165	CLAUDIA LEITTE
909169292	NF NADIR FIGUEIREDO		907918859	GABANA LOGISTICS SOLUTIONS		909177120	Igor Kannário
910438307	SBT STELLA BARROS TURISMO		906405300	Gracie's		905959159	JOHN WAYNE
917427378	SABIN MEDICINA DIAGNÓSTICA		909507961	Gutty		908067984	MATISSE CASA
917431219	VOLTAIRE		830416722	KAPAZI		907766617	SANTOS DUMONT CONDOMÍNIO CLUBE AERONÁUTICO
912235284	SINGULAR BY SERGIO CORREO UNDURRAGA		918831008	LALLIC		907841112	PORTINARI CONSTRUÇÕES EXCELLENCE
910401519	CLUBE NÁUTICO MARCÍLIO DIAS		907656099	LOI RISTORANTINO		910727198	Nanda Lopes
831158662	HALSEY TAYLOR		910742065	MENDEL SCIENCE AND HEALTH		908327447	Ninéia Oliveira



910886431	Hospital Alemão Oswaldo Cruz Premium		907868924	MONTOYA TAPEÇARIA PARA CARROS	906149428	Bailão do Rob\$ão
910886474	Hospital Alemão Oswaldo Cruz Premium		911883096	PARATELLA GASTRONOMIA ITALIANA	909461708	BETHY MOTTA
910886539	Hospital Alemão Oswaldo Cruz Premium		912912308	PARATELLA GASTRONOMIA ITALIANA	913140767	MM MARCELO MORETI
910886628	Hospital Alemão Oswaldo Cruz Premium		908563590	PELOSO PRANDINI	822920646	COLISEU MARIO QUINTANA
910886687	Hospital Alemão Oswaldo Cruz Premium		913227250	Porsche Talk Brasil	909203350	TIMAYA PRODUTORA
910782075	JS X MG JOHN SOMERS		907222978	PRADA SABORES	907971253	C CHER
914526154	CHAPLIN PASTELARIA GOURMET BRASIL		904671712	SELLA SEMENTES	908587287	PERÉIO FISGADO PELA REDE
909105570	ANTOINE DE SAINT EXUPERY		911612777	SUPER CHESINI	908911890	LUXURIA TOM NETO LX
912957727	CASA THOMAS JEFFERSON		904724794	VIA LOPES AUTO CENTER	908982615	Mick Jagger do Brasil
912957913	CASA THOMAS JEFFERSON		826500340	ZERBINI	917493273	Rose Cohen Rihanna Impersonator
912958090	CASA THOMAS JEFFERSON		921245092	JOÃO BOLA & ONDINA EMPÓRIO E RESTAURANTE	917972589	THE LADY & THE GAGAS
914905872	GÉRALD GENTA		912492694	IZABEL ANTUNES SEMI JOIAS	908477872	MOTEL SHARON&STONE
910482888	john crane a Smiths company		909980837	freaktion ANNIE JONES	908003480	BBKing BLUES BAURU
910482993	john crane a Smiths company		909980829	freaktion LUCIA ZARATE	911325123	BOTERO
910483086	john crane a Smiths company		913079243	LABORATÓRIO CLEMENTINO FRAGA	911325204	BOTERO EM PÉ
910483159	john crane a Smiths company		913079502	LABORATÓRIO CLEMENTINO FRAGA	913739421	LUNGA BURGUER
910483183	john crane a Smiths company		913079553	LABORATÓRIO CLEMENTINO FRAGA	906435978	POUSADA DO PELÉ
912959290	MAKER SPACE BY CASA THOMAS JEFFERSON		909380341	ENTRO UNIVERSITÁRIO ÁLVARES PENTEADO FECAP	906394473	Ratinho Tattoo
912959649	MAKER SPACE BY CASA THOMAS JEFFERSON		825362938	INCOR BSB FUNDAÇÃO ZERBINI	913291510	ZILDA XUXA CABELEIREIROS

912960205	MAKER SPACE BY CASA THOMAS JEFFERSON		907841112	PORTINARI CONSTRUÇÕES EXCELLENCE		913503029	EDUARDO COSTA
912960892	MAKER SPACE BY CASA THOMAS JEFFERSON		921750099	Teatro Artaud		907223257	CEB CENTRO EDUCACIONAL ALMIRANTE BARROS VIEIRA BRASILEIRINHO
917625056	ROLAND GARROS CAMPS		921750145	Teatro Artaud		911036849	ECO PORTINARI CERÂMICA
910959544	SÉRGIO FRANCO TESTES RÁPIDOS		909372640	ACADEMIA DE ASTRONOMIA CAMILLE FLAMMARION		919994873	Batata Frida BAKED POTATO
918190746	THÉ OSMANTHUS CHRISTIAN DIOR		912812222	CARLOS GOMES RESTAURANTE		912847980	MONDRIAN MOTEL
912307609	WARREN RUPP		840575572	SENNA MOTO PEÇAS E SERVIÇOS		911752994	JOÃO PAULO II
911032185	JOHN DEERE		922356670	Loja King		909928827	PAR TIM PIM
911921656	JOHN DEERE		910512701	A HORA DO CARTOLA PROMOÇÃO ARTÍSTICA		909635676	TROFÉU GONZAGÃO
911903852	MARCOS GEBARA		911656286	BEATLE MANIA EXPERIENCE		840865449	ACADEMIA PIXINGUINHA
908695144	CLAUDE BERNARD		912286377	CAUZZO & MEIRELLES POLICLÍNICA		915983001	ZÉ TRINDADE
840766491	John Jameson & Son Limited JJ&S JAMESON Established Since 1780 SINE METU Triple Distilled IRISH WHISKEY John Jameson & Son Limited JJ&S John Jameson & Son PRODUCT OF IRELAND		922048061	DRAKEN		918863775	ZICO RESTAURANTE E PIZZARIA
909052298	PICASSO		919059376	Frida Comida Mexicana		909085773	BRUNO & BARRETTO
909918783	Centro de Aperfeiçoamento e Pesquisa em Ultrassonografia – Prof. Dr. Giovanni Guido Cerri		905545486	I QUEBRADA		911704795	Zé do Caixão

830546120	SÉRGIO FRANCO MEDICINA DIAGNÓSTICA DESDE 1940		912206691	LOJA MADAMECHIC		909247650	MUSEU ANTROPOLÓGICO DIRETOR PESTANA
830584510	SÉRGIO FRANCO MEDICINA DIAGNÓSTICA DESDE 1940		918789206	LOS BIGOTES DE FRIDA GASTRONOMIA MEXICANA		908138415	YARITA LIZETH YANARICO
909985332	AFONSO PENA PASTELARIA		911043250	MISTER CUCA		909990034	Neto Santana
910997420	AFONSO PENA PASTELARIA		911358005	PIGNATA		908688172	Renata Rubim Design & Cores
919418007	CAFÉ MARCOLINO MOURA		911358110	PIGNATA		908689195	VICTÓRIA CARAN
919144276	CONFECÇÕES TOBIAS BARRETO		914371134	RÉGI'S COIFFEUR		910041288	FUNDAÇÃO ROBERTO ROCHA BRITO RB
907842232	ENCONTRO ANÁLIA FRANCO		912366621	ANGELO CAROLI		910010854	WAY CARE CLEIDE TONIOLLO ESPECIALISTA EM FERIDAS E ESTOMAS
907842305	ENCONTRO ANÁLIA FRANCO		910437491	Anna Voss		907573452	EDUARDO RIBEIRO CORRETORES DE IMÓVEIS
903906627	GUIDO CALOI SHOPPING		907044255	AUTÓDROMO E MOTÓDROMO INTERNACIONAL AYRTON SENNA DA SILVA		910121290	CERV - Centro Educativo Raul Veiga
903906643	GUIDO CALOI SHOPPING		918140625	Bruna Soares Fotografia & Ederson Kunrath		910128928	Jeff Aragon Palestrante O Segredo da Motivação
903906864	GUIDO CALOI SHOPPING		914527959	CAFÉ ANAHICK		908669550	NOVO CAIS JOSÉ ESTELITA
908015550	HORIZONTE VITAL BRASIL		902817701	CENTRO EDUCACIONAL JEAN PIAGET		908669526	NOVO CAIS JOSÉ ESTELITA
908015585	HORIZONTE VITAL BRASIL		907852165	CLAUDIA LEITTE		908669542	NOVO CAIS JOSÉ ESTELITA
913222011	Miss Elias Fausto		822920646	COLISEU MÁRIO QUINTANA		910647046	Luiz Felipe & Juliano
910244189	Ortodontia Anália Franco Dental Studio		916924076	DAVID BECKHAM		829715347	CLAUDIUS PETERS
904809366	Terminal Portuário Inácio Barbosa		912018763	Empresa Amiga Instituto Mário Penna		829715401	CLAUDIUS PETERS
904809447	TPIB Inácio Barbosa		917750934	ESCOLA CASTRO ALVES		910617660	TURING COMPUTER

905791517	Tradição desde 1943 Colonial Fazenda Nicolino Russo		912007168	ESCOLA COMUNITÁRIA AYRTON SENNA	908588763	PROJETO BOA VISÃO BOA EDUCAÇÃO FUNDAÇÃO OFTALMOLÓGICA DR. RUBEM CUNHA ZIRALDO
905791657	Tradição desde 1943 Colonial Fazenda Nicolino Russo		907671918	EVANDRO CAMPOS	904677427	Nonna Mammà Tradizione dal 1912
904115011	UPTOWN AV. AYRTON SENNA		916659810	FARMÁCIA E MANIPULAÇÃO OSWALDO CRUZ DESDE 1934	910738106	Lenzi - Stile Inimitabile
904115119	UPTOWN AV. AYRTON SENNA 5500		917649982	FUNDAÇÃO ENSINO E CULTURA FERNANDO PESSOA	909903972	MAIARA E MARAIISA
910772029	MADAME TOLSTOY		908889976	GRAN DEPOSITO ACETO BALSAMICO DI GIUSEPPE GIUSTI MODENA CASA FONDATA NEL 1605 GIVSTI CASA FONDATA NEL XVII SECOLO JUSTUS UT PALMA FLOREBIT	831213329	DREAM OUT LOUD BY SELENA GOMEZ
908479778	VILLALOBOSIMÓVEIS		920833403	IMPERATRIZ TERESA CRISTINA	908236530	OR1 PERFECTING SURGICAL OUTCOMES KARL STORZ ENDOSKOPE
917855922	FIGURATIVA		909716404	INSTITUTO DE PATOLOGIA CLÍNICA DR. JORGE FURTADO	908236581	OR1 PERFECTING SURGICAL OUTCOMES KARL STORZ ENDOSKOPE
912777966	BEM SHERMAN		911134719	JOHNCASH	904479471	CIRO CERUTTI
907361633	IHFL INSTITUTO HOMEOPÁTICO FRANÇOIS LAMASSON		909715513	JORGE FURTADO MEDICINA DIAGNOSTICA	908589360	Desde 1999 Brigadeiros Fabiana D'Angelo
907361854	IHFL INSTITUTO HOMEOPÁTICO FRANÇOIS LAMASSON		910497982	Júnior Garcia	908589638	Desde 1999 Brigadeiros Fabiana D'Angelo
907362524	IHFL INSTITUTO HOMEOPÁTICO FRANÇOIS LAMASSON		908341253	Karl Marxas Pizzas Filosóficas	908589689	Desde 1999 Brigadeiros Fabiana D'Angelo

913856495	INSTITUTO ROSA LEE PARKS		908548516	LABORATÓRIO DE ANÁLISES CLÍNICAS CHARLES DARWIN	908589212	Desde 1999 Brigadeiros Fabiana D'Angelo
909848106	JM JOSEPH MARTINS		909717451	LABORATORIO JORGE FURTADO	904479404	CIRO CERUTTI
918327695	LARAH STELLFELD		910949522	MARC MARQUEZ 93	908589506	Desde 1999 Brigadeiros Fabiana D'Angelo
911731989	LARRY MAHANS		910156778	Marcelo Santos	908614420	CLÍNICA JORGE JABER
827475888	LC LUIZA CASTRO		910723265	mCm COLÉGIO Maria Clara Machado	908614381	CLÍNICA JORGE JABER
913098639	LIZ MAIA		822860880	METODO JOSEPH PILATES	908509782	FRED KRAI
913488755	LOJA JAMES HARPER		911950761	PIERRE CARDIN	908614322	CLÍNICA JORGE JABER
910751200	LOUIS KAZAN		911950800	PIERRE CARDIN	908641532	un jour un sac François Rénier
914412035	MARIANA LIMA		911950826	PIERRE CARDIN	908635648	LE DÉLICE ANDREA GATTI
912176962	PERCY WATERS HIBRIDA		911950907	PIERRE CARDIN	908652917	LUIZA BARCELOS
912177020	PERCY WATERS SHADER		911950915	PIERRE CARDIN	908641567	un jour un sac François Rénier
910211825	PIERO GATTI		919226779	Ruan Lennon	908652941	LUIZA BARCELOS
910212066	PIERO GATTI		919342639	SL SandraLyma	908641290	un jour un sac François Rénier
917842618	REY CASTRO CUBAN BAR & RESTAURANT		917493273	Rose Cohen Rihanna Impersonator	904837874	PATRÍCIA HAGOBIAN
913399191	TONGFEI		904260844	AUTO POSTO SENA	909117128	Maria Pina All Products
911410732	VICTÓRIA BECKER		909054380	B BARDOT	910686270	BT BRUNO NASSY & THIAGO
911410864	VICTÓRIA BECKER		907131786	BARBIE MARLEY	910098379	MAGDA OCCHI ACESSÓRIOS
910759413	DR. MORO		907131816	BARBIE MARLEY	910098638	MAGDA OCCHI ACESSÓRIOS
917881621	KAFKA BABY		911325123	BOTERO	910621586	ENTREVISTA DE QUARTA GABI MOTTA EDQ
909850640	CHAPLIN		911325204	BOTERO EM PÉ	910728542	IVANA SALUME
917873602	D.VAN DER BILT 40		909887683	CHECK UP SABIN	910672172	ANDREA BERNARDINO TRAJES FINOS
911851925	MANDELA		909887802	CLUBE SABINVACINAS	910728607	IVANA SALUME
908067984	Matisse Casa		909101027	COLÉGIO SAINT EXUPÉRY -	910753962	FORROZÃO ZÉ DE FREITAS

			EDUCAÇÃO INFANTIL TIA MIN		
914519310	ozborn	909101051	COLÉGIO SAINT EXUPÉRY - EDUCAÇÃO INFANTIL TIA MIN	909857970	ELIE SAAB
913723282	Sartre	919714331	DALI BARBEARIA	910711135	CACHORRO VERDE POR SYLVIA ANGÉLICO
911655980	Hospital Alemão OSWALDO CRUZ Precisão para tratar, vocação para cuidar	919567975	DAVIES	840827547	CAP COLEGIO PAULO GISSONI
907211348	UENF - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO NORTE FLUMINENSE DARCY RIBEIRO	905793994	DC DI CAPRIO	906267412	OLIN BATISTA
912862882	SIA ICE BRITISH	907393632	Dr. Bach	910675830	Reinaldo Azevedo
912666110	KLIMT	907393640	Dr. Bach	910469784	ANTONIO BANDERAS DESIGN
909779589	EDUCARE MONTESSORI	907393667	Dr. Bach	910691061	EFR ESCOLA FERNANDES RIBEIRO
909887390	GIFT CARD SABIN	910884099	DROGA SENNA	840869720	LENZI STILE INIMITABILE
910822638	GIFT SABIN PRIME	911036849	ECO PORTINARI CERÂMICA	908236441	OR1 PERFECTING SURGICAL OUTCOMES KARL STORZ ENDOSKOPE
909865000	GRUPO SABIN	910388539	Escola de Gastronomia Carême	910697698	FINE CLAUDIA ARBEX
909864519	GRUPO SABIN	906532310	FACULDADE ISRAELITA DE CIÊNCIAS DA SAÚDE ALBERT EINSTEIN	907472478	ELIAS PALUDO INCORPORAÇÕES
909939845	INSTITUTO SABIN	909887578	GIFT CARD SABIN	840869266	CRAZY HAIR SALON JONAS MACIEL
909943982	INSTITUTO SABIN	912264500	Grupo Pegada do Senna	906669324	JU ALBUQUERQUE
917142080	Lapidus	907790089	HENDRIX O TEMPLO DO ROCK	908709242	GIORGIO ARMANI BLACK ECSTASY
917347226	PLANCK	915039389	JOBIM	910497982	Júnior Garcia

909865566	SABIN LABORATÓRIO CLÍNICO		912337338	Jovem Einstein	910723265	mCm COLÉGIO Maria Clara Machado
909866783	SABIN PRIME CHECK UP EXECUTIVO		907410936	KARDASHIAN GLAMOUR TAN	910696217	LUNA NINA RICCI
904100480	SAFRASUL INVESTIMENTOS IMOBILIÁRIOS		907410944	KARDASHIAN GLAMOUR TAN	910727198	Nanda Lopes
909865752	UNIDADE MÓVEL SABIN		907410952	KARDASHIAN GLAMOUR TAN	908644620	RAUL VEIGA MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO
910129770	UNISABIN		912747471	LABORATÓRIO SABIN PESQUISAS E ANÁLISES CLÍNICA	908630107	FIGURATIVA
910259038	UNISABIN UNIVERSIDADE CORPORATIVA		918149940	LENNON	908630140	A.M.
910259178	UNISABIN UNIVERSIDADE CORPORATIVA		915075954	MANDELA LOUNGE	908723504	UMA SÓ VOZ
910364087	Isis Azevedo SEMI JÓIAS		919454569	MELÃO MATISSE	910646970	miga sua lôca
840398816	ANTONIO AB BIAGGI		912167351	Mr. Turing VR Education	910707570	Ly's Estética Cabelo & Depilação Massagens Cabeleireira Designer de Sobrancelhas
840398832	ANTONIO AB BIAGGI		912171006	Mr. Turing VR Education	910731217	HIAGO HESSER
918512115	Gustavo Borges		912171111	Mr. Turing VR Education	910762090	WILLIAN DICASTRO
919808425	MÔNICA MAURÍCIO DE SOUSA		909786526	PAMELA XUXA	910524963	Banda Bote Pressão!
840791674	DROGA SENA		908411146	PIAGET CENTRO EDUCACIONAL	910740119	ZÉ HENRIQUE E GUSTAVO
918245060	FITTIPALD		911590501	Portinari Especial PALHEIROS PRODUTO ARTESANAL	904583384	nx-zero
913789593	MC BIN LADEN		903769425	POUSADA SENNA	910728836	CHEECH & CHONG
908311613	S SENA GRILL		901755265	RETÍFICA SENA MOTORS FORMIGUENSE	910669732	NANDO & ROGER
908311745	S SENA GRILL		907935575	ROBERTO FERRARI	907623719	LUCAS SALLES
918335043	EL PATRÓN		912310499	Rotchilde Gastronomia	908502915	BRUKXILDS

910450641	CLAUDE MONET		907241883	SENN ACESSÓRIOS		908619812	INESQUECÍVEIS PAULINHO DA VIOLA
840752296	HOWARD HUGHES		910955824	SENN PIZZARIA		908503008	BRUKXILDS
907986218	HOWARD HUGHES		912169206	SENN PNEUS		908695985	Lexa
907986242	HOWARD HUGHES		830310207	SENN TELECOM		910700800	WS WESLEY SAFADÃO Overseas
907986757	HOWARD HUGHES		914407872	Suhr		910700893	WS WESLEY SAFADÃO Overseas
907987001	HOWARD HUGHES		910617660	TURING COMPUTER		908590393	LARAH QUEIROZ MENSAGENS
907987168	HOWARD HUGHES		909691347	NEIMAR LANCHES		904453685	Priscila Ávila
907987346	HOWARD HUGHES		919993338	Mr. M		840847432	STUDIO JANAINA PORTES
907987419	HOWARD HUGHES		919993516	Mr. M		908510365	JIM LY
840752253	HOWARD HUGHES		920901603	CHAPLIN MÓVEIS & DECORAÇÕES		908570350	EVERSON ROSSI IMÓVEIS
840752270	HOWARD HUGHES		915848791	AGRO-INDUSTRIA PADRE CÍCERO		908611218	Marcos Penha & Matheus
840752288	HOWARD HUGHES		920720250	GUGU VIVE		908614101	CAMILO PAGGIO
921484321	AGÊNCIA BIODIVERSIDADE TURISMO		920720668	GUGU VIVE		908619588	AGÊNCIA JULIO SANTOS
907814344	AJA CONFORTO		920727409	GUGU VIVE		904540871	VICTOR VALENCIA
831108410	ANGEL SOFT		920727514	GUGU VIVE		908619731	AGÊNCIA JULIO SANTOS
911753915	BEBÊ SEQUINHO - O Sossego da Mamãe		920727620	GUGU VIVE		904527760	BRUNO RICCI
918348250	Biscoitos de Polvilho Goela de Ouro		920224342	ASSOCIAÇÃO MAHATMA GANDHI		908633947	Cristina Lacerda
910503109	BUFFET TRÊS MENINAS		920224636	ASSOCIAÇÃO MAHATMA GANDHI		907353827	RM ROBERTO MAIA
906516609	ESPAÇO DO PIMPOLHO		913399183	fio maravilha		840848374	TRIO DA PIZADINHA JAILSON BATISTA
913028193	FIGURATIVA		910696217	LUNA NINA RICCI		908616562	JENÉBEL FRANÇOISE MORICE PARIS
908832699	FIGURATIVA		914750437	MADRE TERESA		907353819	RM ROBERTO MAIA
908832761	FIGURATIVA		918694663	OBAUHAUS		908213794	ANA FIGUEIRÓ



908832842	FIGURATIVA		909017743	BRENDA LEE		908632959	INSTITUTO DE BELEZA BRUNA VASCONCELLOS LTDA
908832877	FIGURATIVA		909017727	BRENDA LEE		908648529	CASA DE PARAFUSOS RV RAUL VEIGA
911397922	FIGURATIVA		909017778	BRENDA LEE		908608306	SANDRA MELO BOUTIQUE
917241100	FIGURATIVA		921025858	Bloco Xuxa Recife		908652720	JEAN POLO
912432454	FISIOTERSAUDE CLÁUDIA BODART		840685815	BETSEY JOHNSON		908674040	MARIA CATULA
917259556	FRALDAS CARINHO DE MÃE		840685807	BETSEY JOHNSON		908673892	MARIA CATULA
912549165	Fraldas descartáveis sonho de bebê		915132524	KARDIAH		908683936	KLÉR AMARAL
911628665	GRANADO BEBÊ PHARMÁCIAS DESDE 1870		921633556	SPAX HAIR & NAILS		908680937	HL HEITOR LANDEN
911628673	GRANADO BEBÊ PHARMÁCIAS DESDE 1870		921194056	PETER GRAVIÉ EMPORIUM		908678320	GILSON NORATTI CABELEIREIROS E MAQUIAGEM
921266472	LA BOUTIQUE DEL BEBÊ		917144031	FIO MARAVILHA BARBEARIA		908684100	HISTÓRIA DO BRASIL POR BORIS FAUSTO
908564562	MENINO DE ENGENHO		915093367	MC DONI		908685289	MC LUANA/ LUANA FERREIRA
910211086	PHARMALIFE DROGARIA		904807487	SAI BABA		908700032	Leandro Costta
840856792	TEMAS ATUAIS EM PEDIATRIA		917828453	PAVITRA centro de yoga		907969747	RM ROBERTO MAIA
840856806	TEMAS ATUAIS EM PEDIATRIA		905032500	MUZENZAWEAR		908690568	INNUSITATO FERNANDO BASSO
907373933	AGATHA DA R. SCHILLING		909672709	MUZENZA		908688695	ALDO JORDAO ILUMINAÇÃO A SUA OFICINA DA LUZ
907373968	AGATHA DA R. SCHILLING		840446195	LOJA DO RATINHO		908741219	GF gabriela fantin acessórios
914707213	ANALU FONSECA AF		840446187	DESCONTO DO RATINHO		908693788	YVI SANTINI
913228036	ANDRINE MOUTA		905363442	LEÃO EVENTOS		910697663	Luiza Lima eventos
913228060	ANDRINE MOUTA		909546096	TREM DA ALEGRIA PROMOÇÕES E DIVERSÕES		910595747	Banda Hebert Belmon
917310993	AnnaSufuente		914065394	PG PRÍNCIPE DO GHETTO		840870060	ANNA MATTOS COSMÉTICOS
909846731	ANTONELLA FALONI		914097032	NEGGS		910668086	Mauricio Lins

918100933	ARMAÇÕES ITALO COSTA		916462765	JEFINHO SOUZA		840870051	ANNA MATTOS
911919090	Bianca Santos		920201415	STO PADRE LÉO		910696837	Fabio Max Chora Coração
908368224	CARLA MIRANDA ÍNTIMA		915979470	PAQUITAS		910692807	estética teen by edna braga e eliane matos
917737318	CECÍLIA COSTA		917054229	TIM MAIA FOR KIDS		910698830	FUNDAÇÃO CULTURAL CASSIANO RICARDO
917822269	Centro de Reabilitação Neurológica MATHEUS ALVARES		917093690	TIM MAIA PARA CRIANÇAS		909254028	SINHO FERRARY
911898425	CL CLARA LIMA		920234356	A AUDIFAX		910679380	ESPAÇO CÉLIA LEÃO ESTÉTICA, BELEZA E BEM ESTAR
914979256	CLARA MOTA		904875237	PAULA FERNANDES		910679975	Marcos Mitta
911183230	CLARA MOTA		910446210	FRANK SINATRA CALCADOS		910749000	JOÃO LIMA & FORRÓ NO ESTILO
911183302	CLARA MOTA		910800251	MUNDO DOS PEIXES BY SILVIO SANTOS		907649530	Constantino Buffone
912064870	CN CLARA NATO		905655281	ALEX FERRARI		910727996	GUI TORRES
912065702	CN CLARA NATO		840835566	GONZAGUINHA FILHO		910758026	HENRYCK MARI
918466440	Diego Araújo		910386218	CS CARLOS SANTANA PRODUÇÕES & EVENTOS		910687811	MANU LHOREN VESTIDO COM ELEGÂNCIA E ESTILO
921479611	DUDA MACEDO		913112038	LUCAS LIMA & VILELA		907669581	ISADORA GARCIA
918340837	ELLEN MAGALHÃES LINGERIE		913481300	LUKAS LIMA		910695920	MAYA ZAIDAN
921459173	ELOÁ PERTILE		917527399	NANDA COSTA		910763720	EDSON SILVA SEGUROS
908832184	ENRICO BOARETTO		917754646	FRANCO NERO		910690138	LISE CLÉMENT
908832176	ENRICO BOARETTO		907765475	BETO CARRERO CHANNEL		903922029	FUNDAÇÃO CASA DE JORGE AMADO
913372358	G GIULLIA FERRAZ STORE		904919390	INSTITUTO BETO CARRERO		908669534	NOVO CAIS JOSÉ ESTELITA
913372374	G GIULLIA FERRAZ STORE		904920526	O SONHO DO COWBOY UM MUSICAL BETO CARRERO WORLD		908669518	NOVO CAIS JOSÉ ESTELITA
901446483	GABBY RODRIGUES		907765823	BETO CARRERO CHANNEL		908669569	NOVO CAIS JOSÉ ESTELITA

909139970	GEOVANNA BARCELOS		907765939	BETO CARRERO CHANNEL		908690975	ARIANO SUASSUNA
921438850	GF GEOVANA FREITAS		904919811	INSTITUTO BETO CARRERO		908691602	INSTITUTO ARIANO SUASSUNA
920185312	Joyce Prado		904920640	O SONHO DO COWBOY UM MUSICAL BETO CARRERO WORLD		840037023	B BIAGGI
917799631	JULIA DE CASTRO		910427224	ACQUA BETO CARRERO		840037015	B BIAGGI
908300719	JULIA MELO		826446361	sandy		908692633	MONTOYA RACING
910272859	Julia Silva		917296559	APOSAN		910627797	Trotsky
908423012	JÚLIA SOUTO ALTA COSTURA		911079645	MC BRINQUEDO		910692114	MARADONA
908692366	KEILLA MIRANDA		918571030	manuela Iris		910692173	MARADONA
914172573	LARA SANCHES		911079629	MC BRINQUEDO		910692076	MARADONA
914389963	LARA SANCHES		911079661	MC BRINQUEDO		910691959	MARADONA
909989710	LARI GIOLI		908347642	BANDA DELIKADA LUIZA KETILYN		910692041	MARADONA
909989842	LARI GIOLI		915810905	MIQUEIAS LIMA		910692017	MARADONA
909989931	LARI GIOLI		911079700	MC BRINQUEDO		904648060	GCN - GUTO CARVALHONETO
909440409	LETTICIA JARDIM		909726183	SaiaBamba		908312920	CASA DO NORTE REI DO BAIÃO
909441022	LETTICIA JARDIM		919832580	KOBRA		906147140	PEDRO NETO & DANIEL
909442754	LETTICIA JARDIM		907153801	PUCCI OCCHIALI		840848358	NANDA LOREN
909444676	LETTICIA JARDIM		909507961	Gutty		908665440	DANNI SOARES
909444862	LETTICIA JARDIM		910437491	Anna Voss		908637535	TF THIAGO FERRAZI
909445273	LETTICIA JARDIM		921229461	BIELZINHO MYRANDA		908702574	Daniel Diord
909446040	LETTICIA JARDIM		921542127	PEDRINHO PISADINHA		910651710	MÉTODO MAK' GREGOR
909446202	LETTICIA JARDIM		909147809	GUGA		910727910	Júlio Aquino Nutrição .Terapias
909447829	LETTICIA JARDIM		906513588	SCHULLAS		910741913	FERNANDO E FAEL
909447896	LETTICIA JARDIM		910647046	Luiz Felipe & Juliano		840003234	ANNA FIELD
913979627	LUCAS BARROS		914614606	DS Dinha Soares		908593589	WILLIAMS LEA

913502650	LUIZA MOTA		915101491	LE DUMONT D'URVILLE		908593619	WILLIAMS LEA
909518440	M.S MARIO SECHI LIMPEZA		920739024	FESTIVAL DULCINA		908593635	WILLIAMS LEA
914212133	Manu Castro		906808391	AL CAPONE		840003226	ANNA FIELD
909676607	MANU PINHO COSMÉTICOS		917255640	Conhecendo o Brasil Agro		840003242	ANNA FIELD
914149300	MANUELA AZEVEDO		905248996	BH BEATLE WEEK		908593651	WILLIAMS LEA
921892888	MARIAH YOHANA		911745912	CARMEN		908593538	WILLIAMS LEA
909070350	MARINA MACHADO		907679897	EMBREAGENS CHACRINHA		908593511	WILLIAMS LEA
921733399	PEDRO GUI ART		908479778	VILLALOBOSIMÓVEIS		908686650	HOSPITAL VETERINÁRIO LUIS LEIGUE
921438842	RAFAEL FREITAS R		907679986	EMBREAGENS CHACRINHA		903242656	DARCY PACHECO
912819294	RAFAELLA RESENDE		908114001	OFICINA DE MÚSICA E ARTES VILLA LOBOS		908736479	JUAN VALDEZ
912425555	RANNA ANDRADE		909786526	PAMELA XUXA		910718717	Mansão Isadora Cortez
912875259	RD RAFA DUART		911129014	CHESPIRITO ARTESANAL BURGER		910761949	AK ALVER KLEIN
			910673349	Bloco do Leão		910765561	SOCIEDADE CIVIL MEMORIAL JUSCELINO KUBITSCHKE