

ÍNDICE

NOTA PRÉVIA E AGRADECIMENTOS	7
ABREVIATURAS	9
INTRODUÇÃO	11
I. O ALCANCE DA PROTEÇÃO EXCEPCIONAL CONFERIDA ÀS MARCAS DE PRESTÍGIO	13
1. Fundamentos da tutela alargada e conceito de marca de prestígio	13
2. A tutela das marcas de prestígio antes da sua previsão no Direito de Marcas	19
2.1. As vias da tutela ultramerceológica em geral	19
2.2. O recurso à concorrência desleal, em particular	22
2.3. O recurso às normas que protegem as marcas de prestígio da diluição	26
3. O alargamento pela via legislativa	29
3.1. A previsão original no Direito Europeu de Marcas	29
3.2. A previsão legal nos EUA	33
4. O alargamento pela via jurisprudencial	36
4.1. A tutela ultramerceológica das marcas notórias	36
4.2. Da tutela alargada no âmbito do princípio da especialidade, mesmo que não exista risco de confusão	41
4.3. As funções jurídicas da marca no âmbito da jurisprudência do TJUE	44
5. O alargamento da tutela das marcas de prestígio no âmbito da reforma do Direito Europeu de Marcas e no atual CPI português	47
II. A NECESSIDADE DO REDIMENSIONAMENTO DO ALCANCE DO DIREITO DE MARCA	51
1. Razão de ordem	51

2. Os requisitos da violação da marca. Em especial, o uso por terceiro na vida comercial e o uso a título de marca	54
2.1. Enunciado geral	54
2.2. O uso na vida comercial	54
2.3. O uso a título de marca	57
2.3.1. A ampliação da tutela da marca decorrente da interpretação do TJUE do «uso como marca»	59
2.3.2. A tentativa de redimensionamento dos requisitos legais para a violação da marca nos trabalhos preparatórios da atual DM	61
2.3.3. O requisito da utilização da marca alheia para efeitos de distinção de produtos ou serviços no atual Direito Europeu de Marcas	63
3. A amplitude dos limites aos direitos conferidos pelo registo de marcas no âmbito da vida comercial	64
3.1. O limite decorrente do uso descritivo de marca alheia	65
3.1.1. Caracterização das <i>fattispecies</i>	65
3.1.2. As práticas honestas em matéria industrial e comercial	66
3.1.3. O uso descritivo (em sentido estrito) de marca alheia	69
3.1.4. A necessidade de uma cláusula geral de salvaguarda	75
3.1.5. A constitucionalização do direito de marca	78
3.1.6. A proteção do direito de marca no âmbito da CDFUE	81
3.1.7. A resolução de conflitos entre o direito de marca e a liberdade artística e de expressão	82
3.2. O limite decorrente da existência de um «justo motivo» para o uso de marca de prestígio alheia	92
3.3. Os eventuais limites externos ao direito de marca	98
CONSIDERAÇÕES FINAIS	101
BIBLIOGRAFIA CITADA	103