



## O CONSUMO DE PLÁGIO E SUAS PROBLEMATIZAÇÕES

Jéssica Dominique BARBOSA

Atualmente com a valorização dos produtos de marcas luxuosas o plágio vem sendo um problema, lojas com preços exorbitantemente mais baixo que os produtos de lojas de grifes vêm usando o preço menor para atingir um publico que não tem condições de comprar com aqueles enormes preços. Acontece que isso vem prejudicando o consumidor final que por muitas vezes acabam comprando um produto semelhante ao de marca por um preço bem menor. São copiados logo, estampas, formatos, tecidos e dentre outros que fazem com que o consumidor seja induzido ao erro na hora da compra. O plágio teve sua origem de uma prática com ex-escravos, que ainda podiam ser escravizados novamente, o nome *pla-giarius* que vem do idioma latino, significava que as pessoas livres corriam o risco de cair nas mãos de alguém que queriam os tornar escravos. Visando proteger essas pessoas, o direito Romano criou a *Lex Fabia et Plarigriis* que significava apropriação indevida de algo alheio. Essa pratica ilegal também tem previsão legal no artigo 148 do Código Penal com uma pena de três meses a um ano, ou multa. Uma boa maneira das marcas se protegerem dessa copia é patenteando seus produtos, porém isso é um processo muito longo e sem contar que nem sempre o direito de patente vai ser adquirido. Um exemplo disso é a *Louboutin* que entrou em processo para reconhecer o solado vermelho que é um clássico em seus sapatos, depois que uma marca brasileira chamada *Bruna Silvério Shoes* começou utilizar o mesmo solado em seus calçados. O processo de reconhecimento teve inicio em 2009, na época foi reconhecido que o solado vermelho fazia parte da marca. A marca de luxo pediu para ser considerado como marca de posição, que é algo que faz com que se diferencie de todos outros, sendo reconhecido por seus consumidores. Porém no inicio do processo o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), não considerava marca de posição e só veio considerar recentemente no ano de 2021. Mesmo com esse longo processo o INPI entendeu que o solado vermelho da marca não cumpria o requisito da distintividade, ou seja, o solado vermelho não era um diferencial para ser reconhecido como marca de posição nem para patente. Concluimos que mesmo que a marca entre com o processo de patentear algum ponto do produto para não ocorrer o plagio, é algo demorado na justiça e que infelizmente nem sempre vai ser reconhecido pelo INPI. Com essa demora e falta de reconhecimento vamos continuar vendo marcas sendo plagiadas e pessoas consumindo esse tipo de produto que muitas vezes não tem noção o problema de desvalorização que isso causa.

**Palavras-chave:** Plágio. Marca de posição. INPI. Consumidor. Patente.