

VESTIBULAR 2012

1ª Fase

INGLÊS

GRADE DE CORREÇÃO

Instruções para a prova de Inglês:

A prova de **Inglês** é composta por três questões e vale 10 pontos no total, assim distribuídos:

Questão 1 – 3 pontos

Questão 2 – 3 pontos

Questão 3 – 4 pontos

Não se esqueça: todas as questões devem ser respondidas **em inglês**.

Estará automaticamente eliminado do processo seletivo o candidato que obtiver **nota bruta inferior a 3,0** na prova de **Inglês**.

CAN A COLOUR BE A TRADEMARK?

In the 20 years since Christian Louboutin made his first pair of ladies' shoes with shiny red-lacquered soles, his vertiginously heeled, sexy, colourful and nearly unwearable creations have become an object of desire for celebrities like [Jennifer] Lopez, Angelina Jolie and Madonna, who even lets her daughter Lourdes wear a metal-studded number. Today the puckish Frenchman is the biggest star in high-fashion shoe design, selling about 240,000 pairs a year in America at prices ranging from \$395 for espadrilles to as much as \$6,000 for a "super-platform" pump covered in crystals. The revenue of his company, Louboutin, is forecast at \$135m this year.

Yet all this could be at risk, says Louboutin's lawyer, if Yves Saint Laurent (YSL), another fashion firm, continues to gain the upper hand in a legal dispute between the two companies. On August 10th a district court in New York refused to grant a preliminary injunction stopping YSL from selling shoes with a red sole that Louboutin says infringe its trademark. The judge did not believe that a designer could trademark a colour. He asked both parties to appear again in court on August 19th to decide how to proceed with the case.

"We don't like it," says Harley Lewin of McCarter & English, an American law firm which is representing Louboutin. The judge has overreached, according to Mr Lewin, by making this a case about the justification of Louboutin's trademark rather than a ruling on a request for a temporary injunction prohibiting the sale of red-soled YSL shoes. He intends to appeal against the decision.

Louboutin sued YSL alleging that several of its rival's shoes infringed Louboutin's trademark on women's shoes with a red outsole, which was granted to the company in 2008 by America's Patent and Trademark Office. Louboutin identifies the shade it uses as "Chinese red", but argues that any confusingly similar shade would infringe the trademark. YSL's offending shoes are red all over.

In denying the request for an injunction the judge said that in the fashion industry colour serves ornamental and aesthetic functions vital to robust competition, so Louboutin was unlikely to be able to prove that its brand was entitled to trademark protection. He acknowledged that courts had recognised the use of colour in trademarks in the fashion industry before, but only in patterns with multiple designs such as the Louis Vuitton logo or Burberry check. Trademarks have been given to single colours for industrial products, such as yellow for Post-it notes.

Louboutin retorts that granting a trademark to one or several colours, such as Gucci's stripes, is the same. Moreover, it maintains that Christian Louboutin was the first to use red outsoles. Not true, says its opponent, who claims that King Louis XIV had red-heeled dancing shoes in the 18th century and Dorothy danced in ruby slippers in "The Wizard of the Oz".

The judge has made up his mind that no fashion designer should be allowed a monopoly on colour because as artists they all need to be able to use the full palette. To make this point, he imagined Picasso taking Monet to court over the use of blue in his painting of water lilies, because it was the same or close to the distinctive shade of indigo, the "colour of melancholy" he used in his Blue Period. Moreover, unlike patent law, trademarks are never about granting monopolies, argues David Bernstein, a lawyer for YSL at Debevoise and Plimpton. Trademarks are merely the right to indicate the origin of a product or service.

Susan Scafidi of Fordham University School of Law in New York says that the judge sidestepped the important question by boiling the argument down to aesthetic functionality. The true challenge of the case, says Ms Scafidi, is to determine when the use of colours on a portion of apparel is a design element and when it is a trademark. It will now be the job of an appeal court to rule on the matter. And if Louboutin loses again, the company says it will take its case all the way to the Supreme Court.

Introduction

This article from *The Economist* discusses a legal dispute between two rival fashion companies. Read the text and answer the questions below. You are advised to read the questions carefully and give answers that are of direct relevance and written in English. Copying from the article is unacceptable. In answering the questions, you may use American English or British English, but you must be consistent throughout.

(This question tests your understanding of the text, as well as your ability to identify and paraphrase the relevant pieces of information.)

Question 1

Two major fashion companies, Christian Louboutin and Yves Saint Laurent (YSL) have gone to court because of a controversy involving shoe design. In your own words, what caused this controversy? What are the facts of the case and what are the two opponents' main arguments? What did the judge decide and how did he justify his decision? What examples did he use?

Uma excelente resposta desta questão deve tratar dos seguintes itens:

- Por vários anos, a Christian Louboutin, importante fabricante de sapatos femininos da alta moda, emprega como característica de destaque uma sola de tom vermelho-chinês. Mas, de acordo com o texto, outra empresa de alta moda, a Yves Saint Laurent (YSL), já começou a fabricar sapatos femininos cujas solas têm uma tonalidade de vermelho parecida com o vermelho-chinês dos sapatos da Christian Louboutin.
- Argumentando que a venda de sapatos com solas dessa cor constitui infração da marca registrada que o Escritório de Patentes e Marcas Registradas dos EUA tinha outorgado, em 2008, a Louboutin, seu advogado requereu liminar contra os sapatos da YSL. O juiz em Nova York, porém, negou a liminar, salientando que o uso livre de cores faz parte imprescindível da natureza ornamental e estética da moda e que isso é essencial para uma concorrência vigorosa. Portanto, segundo o juiz, seria difícil para a Louboutin provar quem tem direito exclusivo a essa cor, quer dizer, o juiz não acredita que, pelo menos no mundo da moda, um desenhista possa se apossar de uma cor como marca registrada. Mesmo assim, reconheceu que, em certos casos, os tribunais já aprovaram o uso exclusivo de certas cores na indústria da moda, mas somente nos padrões com desenhos múltiplos, tais como a logomarca da Louis Vuitton e o xadrez da Burberry. São, também, citadas no artigo as marcas registradas concedidas para as listras da Gucci e a cor amarela das notas *Post-it*, um produto industrial.
- A Louboutin retrucou que conferir uma marca registrada a uma só cor ou a várias cores é a mesma coisa. Além do mais, argumentou que Christian Louboutin foi a primeira pessoa a fazer sapatos com solas vermelhas. Mas a YSL discordou, lembrando que, no século 18, os sapatos de baile do rei Luís XIV tinham saltos vermelhos e que, no filme "O Mágico de Oz," Dorothy dançou com sapatos de cor rubi.
- O juiz é de opinião que não se deve permitir a um desenhista de moda monopolizar uma cor, já que os desenhistas são artistas que precisam dispor da paleta inteira. Para ilustrar, o juiz imaginou uma situação em que o pintor Monet fosse levado ao tribunal por ter utilizado, em seu quadro de nenúfares, um azul similar ao tom índigo, a "cor da melancolia", que Picasso empregava nos seus quadros do Período Azul.

- É importante mencionar também que, para fortalecer a opinião do juiz, o advogado da YSL afirmou que marca registrada não é igual a patente: nunca outorga um monopólio e, sim, o direito de indicar a origem de um produto ou serviço.
- A Louboutin já deixou claro que, se for necessário, levará o caso até a Corte Suprema dos EUA.

Grade de pontuação:

- *A resposta inteira é copiada de partes do texto, dado que não respondem à pergunta OU a resposta é incompreensível. (0- zero)*
- *O candidato identifica no artigo apenas uma das informações esperadas, e a linguagem é pouco coesa, desarticulada, o que impede a compreensão e indica fluência insatisfatória. Vocabulário inadequado: muito básico e repetitivo, apresenta várias palavras "inventadas", além de muitas falhas de ortografia. Presença de inúmeros erros básicos. (25% de acerto)*
- *O candidato identifica no artigo duas das informações esperadas, mas seu inglês é artificial, pouco natural, apesar de isso não ter constituído obstáculo para a compreensão. Linguagem pouco coesa, fluência satisfatória, ainda que medíocre. Vocabulário básico e repetitivo, falhas frequentes de ortografia e alguns erros básicos. A resposta revela falta de domínio da língua inglesa. (50% de acerto)*
- *O candidato identifica duas ou mais das informações esperadas do artigo e usa alguma estrutura de formulação de resposta (introdução, argumentação, conclusão). Linguagem fluente, geralmente natural e coesa, algumas partes isoladas um tanto imprecisas/mal construídas, contudo, sem prejuízo para a compreensão da resposta. Vocabulário adequado, mas repetitivo ou não refinado. Falhas de ortografia, mas poucos erros básicos. A redação permite leitura fácil. (75% de acerto)*
- *O candidato identifica duas ou mais das informações corretas do artigo e usa estruturas de formulação de resposta (introdução, argumentação, conclusão). Inglês fluente, sempre natural e coeso. Vocabulário adequado e refinado, sem erros básicos. A redação permite leitura muito agradável. (100% de acerto)*

(This question tests your ability to express yourself in a manner that is clear, precise, and relevant. You should write about 100 words.)

Question 2

As mentioned in the last paragraph of the article, Fordham University law professor Susan Scafidi believes that the judge failed to address the most important issue in the case of Christian Louboutin vs. YSL. Identify and discuss that issue. Keeping in mind that the fashion industry, along with many other consumer product industries, is supported by a fundamental aesthetic component, discuss the potential consequences of Ms. Scafidi's point of view. Is her point of view the right one? Give reasons and examples to support your opinion.

Nesta questão, o candidato poderia considerar as seguintes ideias:

- De acordo com Susan Scafidi, da Escola de Direito da Universidade Fordham, o juiz driblou a questão principal por reduzir o argumento à função estética. O verdadeiro desafio deste caso é determinar quando o uso de cores em parte de roupa é um elemento de desenho e quando é uma marca registrada.

Aqui seguem algumas possíveis interpretações dessa ideia:

- A bandeira dos EUA emprega o vermelho, o branco e o azul num desenho específico, mundialmente reconhecido. Qualquer outro país pode usar as mesmas cores, mas, evidentemente, não o mesmo desenho. Acredito que isso explica por que as listras da Gucci podem ser protegidas como marca registrada, mas uma única cor, provavelmente, não. Do mesmo modo, a IBM não tem direito exclusivo sobre suas letras e, sim, sobre a particular combinação delas.
- É claro que se pode argumentar que um pioneiro da moda deve ter o direito de ser dono daquilo que descobre, mas uma cor não é um pedaço de terra num novo continente, pedaço que, provavelmente, já pertence a um nativo. Uma cor é como o ar – existe por toda parte, e qualquer pessoa pode respirá-lo. Uma cor, mesmo de uma tonalidade novíssima, proveniente de avanços na química, por exemplo, também não é uma invenção científica, pois, como seria possível provar que ninguém, na história do mundo, jamais usou essa cor antes?
- Portanto embora o argumento baseado na estética possa ser interessante de um ponto de vista filosófico, creio que o verdadeiro argumento é aquele que Susan Scafidi elaborou: definir quando uma cor é um elemento de desenho e quando é uma verdadeira marca registrada.
- Esse argumento parece muito difícil, se não, impossível de responder. Mas é o argumento que respeita o fato de a moda ser um negócio. Portanto, na minha opinião, enfrentá-lo é a melhor maneira de chegar a uma decisão justa, resolvendo logo o caso e criando uma jurisprudência útil. Assim, uma decisão sobre esse argumento resolve o caso.

Grade de pontuação:

A resposta inteira ou a maior parte dela é copiada do texto dado, e o pouco de autoria do candidato contém muitos erros, OU a resposta é muito curta e contém muitos erros, OU é muito curta e demonstra falta de compreensão do texto e/ou da pergunta, OU é incompreensível. (0-zero)

Resposta bem-estruturada, mas o argumento nem sempre é justificado, OU a resposta contém contradições, OU resposta com boa argumentação, mas muito curta, OU com alguns problemas de

estrutura ou partes irrelevantes em relação ao tema. Inglês pouco coeso e impreciso, às vezes impedindo a compreensão e revelando fluência insatisfatória. Vocabulário inadequado: muito básico e repetitivo, com várias palavras "inventadas" e muitas falhas ortográficas. Vários erros básicos. (25% de acerto)

Resposta bem-estruturada e relevante, mas alguns argumentos não são justificados, OU resposta contendo contradições, OU resposta apoiada em bons argumentos e justificada, mas com alguns problemas de construção ou partes irrelevantes para o tema. Inglês pouco natural, não chegando a representar obstáculo para a compreensão. Linguagem pouco coesa que revela fluência satisfatória, ainda que medíocre. Vocabulário um tanto básico e repetitivo, frequentes falhas ortográficas e alguns erros básicos. A resposta indica falta de domínio da língua inglesa. (50% de acerto)

Resposta bem-estruturada e relevante, mas nem todos os argumentos estão justificados, OU a resposta contém contradições. Inglês fluente, geralmente natural e coeso, mas apresenta partes isoladas um pouco desarticuladas, sem prejuízo, porém, da compreensão. Vocabulário adequado, mas repetitivo ou não refinado. Falhas ortográficas, mas sem erros básicos. A redação revela razoável domínio da língua inglesa escrita. (75% de acerto)

Resposta bem-estruturada e relevante, justificando com lógica o argumento. Inglês fluente, sempre natural e coeso. Vocabulário adequado e de bom nível, sem falhas gráficas nem erros básicos. (100% de acerto)

(This question tests your ability to construct a balanced, considered, and fluent argument in the form of a short composition. The quotation below highlights one aspect of an important U.S. commercial law. Read the quote and answer the question. You should write about 120 words.)

The Sherman Antitrust Act, passed in 1890, prohibits “unreasonable restraints upon and monopolization of trade in interstate and foreign commerce.”
(Source: Barron’s Law Dictionary)

Question 3

In answering this question, take the Sherman Antitrust Act into account and consider the following statement: If someone steals your car, you no longer have your car, but if someone steals your idea, you still have your idea.

With all of this in mind, discuss whether Christian Louboutin’s complaint against YSL is justifiable from a legal or any other standpoint. Looking at the larger picture, you may examine the importance of brand and quality and take into account factors such as aesthetic freedom, the creativity needed in order to produce great fashion, the monetary loss or gain that might result from a “stolen” idea, and the intensely personal nature of consumer fashion preference. Is fashion art or business?

Para responder a esta questão, o candidato pode tratar de várias ideias e argumentos, como os que seguem:

- Acho que ter direito exclusivo a uma cor é realmente uma violação da intenção do Sherman Antitrust Act. Imagine se, numa democracia, alguém tentasse dizer: “Você, desenhista, é proibido por razões políticas (ou religiosas) de usar tal cor”. Não seria inaceitável? Então, como poderia ser aceitável alguém dizer: “Você, desenhista, é proibido de usar tal cor porque eu usei primeiro, portanto é minha”? Alguém pode se apropriar da letra “R”, por exemplo? Se fosse possível, vinte e seis pessoas poderiam varrer nossa língua do mapa. Obviamente, é mais fácil desenvolver novas cores do que novas letras, mas, mesmo assim, se uma pessoa pudesse tirar uma cor da circulação, outra pessoa poderia tirar outra cor, e assim por diante, até que, teoricamente, não sobraria quase nenhuma cor para a moda. Então, seria quase impossível desenhar e fabricar roupas, pelo menos com a mesma criatividade e qualidade de outrora. E isto, sim, – ter pouca chance de exercitar plenamente a profissão de desenhista da moda – seria uma violação do Sherman Antitrust Act: quem é dono das cores pode trabalhar; quem não tem cores está fora do negócio.
- Roubar uma ideia é um conceito meio estranho, porque, quando alguém tira minha ideia, ainda tenho a ideia e posso usá-la como quiser ou até jogá-la fora. Então, fui realmente privado de algo? Proibir o uso de uma ideia ou de uma cor é como proibir o pensamento. Por exemplo, usar uma cor de certa maneira, só porque outro desenhista já a usou com sucesso, indica pobreza do espírito e falta de criatividade. Mas, por acaso, se um desenhista se empenhar para fazer um desenho perfeito – e isso significa chegar a usar solas vermelhas –, é justo dizer-lhe que esse aspecto do desenho é proibido pela lei, somente porque outro desenhista já conseguiu uma marca registrada?
- É inegável que, por várias razões, a Christian Louboutin deveria ter ganhado grande destaque como fabricante de sapatos femininos. Por exemplo, seria difícil acreditar que um sucesso tão estrondoso e duradouro tenha acontecido sem concomitante qualidade de materiais e fabricação. Igualmente importantes, especialmente na alta moda, devem ser os desenhos cativantes da Louboutin. Portanto, será que a empresa deve o sucesso somente às solas vermelhas, por mais charmosas que sejam? Será que a fama e a receita da empresa sofreriam desastrosamente, se outra fabricante usar solas similares? Se fosse verdade, considerando a grande quantidade de bolsas Louis Vuitton falsificadas que

circulam neste mundo, esta empresa já deveria ter arcado com uma queda vertiginosa de vendas. Tudo indica, porém, que a marca continua forte.

- Talvez o tiro da YSL saia pela culatra, já que quem conhece moda saberá que os sapatos da YSL são meramente imitações do verdadeiro artigo da Louboutin, portanto, são de mau gosto e não merecem consideração.
- Nada está impedindo que a Louboutin use outra cor, mais bonita e chique, nos sapatos. Nada está impedindo que a Louboutin elabore desenhos até mais atraentes. Se alguém quiser imitar, bem, isso será a mais sincera maneira de elogiar.
- É evidente que a moda, pelo menos a alta moda, depende da arte e dos negócios. Então, como arte, tem de surpreender e encantar, deixando-nos felizes e elevando nosso estado de espírito. Como negócio, porém, a moda deve gerar ganhos em dinheiro – quanto mais, melhor – às vezes pode mesmo significar “roubar” uma ideia (ou cor), tudo para garantir um bom lucro. Isso faz parte dos negócios.
- Finalmente, a questão está em o cliente decidir onde quer pôr o dinheiro e os desejos. Se a Louboutin ganhar a causa, então, uma mulher que quer sapatos com solas vermelhas será forçada a comprar somente daquela empresa. Isso, entretanto, parece injusto.

Grade de pontuação:

A resposta inteira ou parte dela é copiada do texto dado, e o pouco de autoria do candidato contém muitos erros, OU a resposta é muito curta e apresenta muitos erros, OU é muito curta e demonstra falta de compreensão do texto e/ou da pergunta, OU é incompreensível. (0-zero)

Resposta bem-estruturada, mas nem todos os argumentos estão justificados, OU a resposta contém contradições, OU apresenta bons argumentos, mas é muito curta, OU as frases não são bem construídas, OU apontam partes irrelevantes para o tema. Inglês pouco coeso e desarticulado, impedindo, por vezes, a compreensão e sugerindo déficit de fluência. Vocabulário insuficiente e inadequado: muito básico e repetitivo, várias palavras “inventadas”. Muitas falhas ortográficas e vários erros básicos. (25% de acerto)

Resposta bem-estruturada e relevante, mas nem todos os argumentos estão justificados, OU resposta contendo contradições, OU resposta bem fundamentada, mas com falhas de construção ou aproveitamento de partes irrelevantes para o tema. Inglês pouco natural, mas sem prejuízo para a compreensão. Linguagem pouco coesa, indicando fluência satisfatória, ainda que medíocre. Vocabulário um tanto básico e repetitivo, inúmeras falhas de ortografia e alguns erros básicos. Domínio insuficiente da língua inglesa. (50% de acerto)

Resposta bem-estruturada e relevante, mas alguns argumentos não justificados, OU resposta contendo contradições. Inglês fluente, geralmente natural e coeso, mas com partes isoladas um tanto desarticuladas, sem impedir, porém, a compreensão da resposta. Vocabulário adequado, mas repetitivo ou não refinado. Falhas de ortografia, mas sem erros básicos. Leitura agradável. (75% de acerto)

Resposta bem-estruturada e relevante, justificando com lógica o argumento. Inglês fluente, sempre natural, coeso e excelente para a leitura. Vocabulário adequado e de bom nível, sem erros básicos. (100% de acerto)

** São aqui considerados "erros básicos" aqueles cometidos nas seguintes estruturas:*

Presente simples

Gerúndio

Present perfect

Passado simples

There is, there are

Futuro com "will" e com "to be going to"

Pronomes pessoais, possessivos, objeto e relativos

Possessive adjectives

Concordância nominal ou verbal

Comparativos e superlativos

Genitivo (possessivo com "'s")

Some-, any- e no-

Ortografia de palavras comuns ou que apareciam no texto

Confusão entre formas do singular e do plural

Exemplos de erros não básicos incluem: falhas gráficas em palavras de ortografia difícil, preposições, infinitivo/gerúndio, past continuous, present perfect continuous, past perfect, past perfect continuous, future perfect, subjuntivo, condicionais.