



Difusão do conhecimento em Propriedade Intelectual

MARCAS



COPNP

COORDENAÇÃO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL, NEGOCIAÇÃO E PROSPECÇÃO DE PARCERIAS

@cnpq_oficial
www.gov.br/cnpq/pt-br
E-mail: copnp@cnpq.br
+55 (61) 3211-9179

A marca é todo sinal distintivo, visualmente perceptível, que identifica e distingue produtos e serviços provenientes de uma origem empresarial, que pode ser uma pessoa física ou jurídica, até mesmo uma entidade, daqueles provenientes de outra origem, bem como certifica a conformidade dos mesmos com determinadas normas ou especificações técnicas.

A base legal, para a obtenção e regulação dos direitos de propriedade industrial, relativos a marcas, encontra-se disposta na Lei de Propriedade Industrial (LPI) - Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996.

Natureza das Marcas - Art. 123 da LPI:

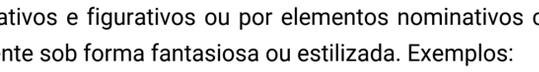
- **Marca de produto ou de serviço:** utilizada para identificar e distinguir produto ou serviço de outros idênticos, semelhantes ou afins, de origem diversa.
- **Marca coletiva:** utilizada para identificar produtos ou serviços originários de membros de uma pessoa jurídica representativa de coletividade (associação, cooperativa, sindicato, consórcio, federação, confederação, entre outros), de produtos ou serviços iguais, semelhantes ou afins, de procedência diversa. O objetivo da marca coletiva é indicar ao consumidor que aquele produto ou serviço provém de membros de uma determinada entidade.
- **Marca de certificação:** utilizada para atestar a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas, padrões ou especificações técnicas, notadamente quanto à qualidade, natureza, material utilizado e metodologia empregada. O objetivo principal da marca de certificação é informar ao público que o produto ou serviço distinguido pela marca está de acordo com normas ou padrões técnicos específicos.

Classificação das marcas quanto à forma de apresentação:

- **Marca nominativa:** é o sinal constituído por uma ou mais palavras no sentido amplo do alfabeto romano, compreendendo, também, os neologismos e as combinações de letras e/ou algarismos romanos e/ou arábicos, desde que esses elementos não se apresentem sob forma fantasiosa ou figurativa. Exemplos:

HAVAIANAS FACEBOOK TOYOTA

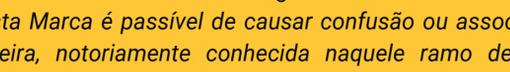
- **Marca figurativa:** é o sinal constituído por desenho, imagem, figura e forma fantasiosa ou figurativa de letra ou algarismo isoladamente. Exemplos:



- **Marca mista:** é o sinal constituído pela combinação de elementos nominativos e figurativos ou por elementos nominativos cuja grafia se apresenta sob forma fantasiosa ou estilizada. Exemplos:



- **Marca tridimensional:** é o sinal constituído pela forma plástica distintiva em si, capaz de individualizar os produtos ou serviços a que se aplica. Exemplos:



Princípios Legais:

- **Territorialidade:** o Art. 129 da LPI consagra o princípio de proteção territorial nacional da propriedade da Marca. Apresentam-se como exceção ao princípio da territorialidade a proteção conferida à:

Marca Notoriamente Conhecida - Art. 126 da LPI: regra unionista da Convenção da União de Paris (CUP) em que o Brasil, como signatário, compromete-se a recusar ou invalidar registro de uma Marca quando se verificar que esta Marca é passível de causar confusão ou associação com Marca estrangeira, notoriamente conhecida naquele ramo de atividade, independentemente de estar previamente depositada ou registrada no Brasil.

Prioridade - Art. 127 da LPI: a reivindicação de prioridade é prevista na Convenção da União de Paris (CUP) e permite que a data de prioridade do pedido no Brasil passe a ser a mesma do pedido ou registro estrangeiro, atendendo a prazos específicos dispostos na Lei.

- **Especialidade:** a proteção assegurada à Marca recai sobre produtos ou serviços correspondentes à atividade, do requerente, visando a distingui-los de outros idênticos ou similares, de origem diversa.

Marca de Alto Renome - Art. 125 da LPI: constitui exceção ao princípio da especialidade, pois a marca terá sua exclusividade reconhecida independentemente de sua classe e segmento de mercado, ficando protegida em todas as classes de atividade. Para o reconhecimento do alto renome é imprescindível que a Marca tenha registro no Brasil.

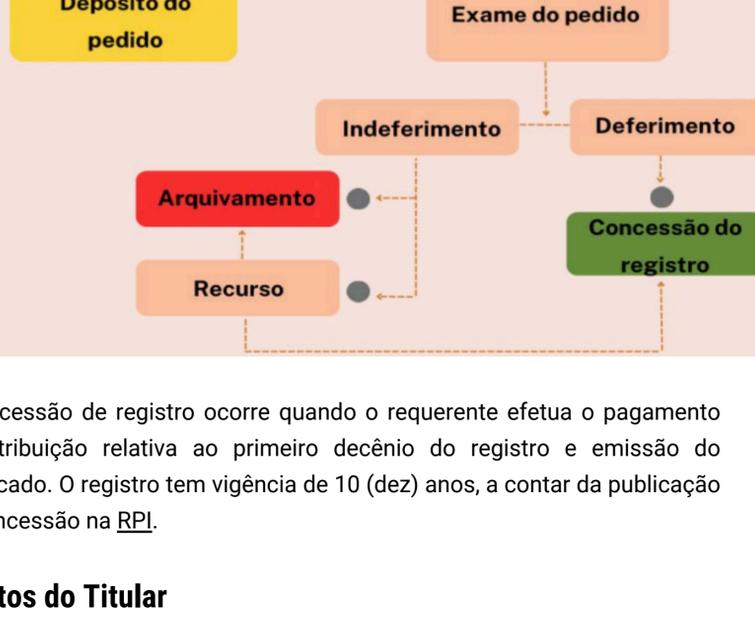
- **Sistema atributivo:** o Art. 129 da LPI determina que o sistema de registro de marca adotado no Brasil é atributivo de direito, isto é, sua propriedade e seu uso exclusivo só são adquiridos pelo registro e se contrapõe ao sistema dito declarativo de direito sobre a marca, no qual o direito resulta do primeiro uso e o registro serve apenas como uma simples homologação de propriedade.

Registro de Marca no INPI

O depósito do registro de Marca é feito exclusivamente pela internet, por meio do sistema eMarcas, no portal do Instituto Nacional de Propriedade Intelectual - INPI.

Acesse o [Guia Básico de Marca](#), para saber como registrar uma Marca.

A seguir, é apresentado o fluxograma resumido do processamento de um pedido de registro de Marca no INPI.



A concessão de registro ocorre quando o requerente efetua o pagamento da retribuição relativa ao primeiro decênio do registro e emissão do certificado. O registro tem vigência de 10 (dez) anos, a contar da publicação da concessão na RPI.

Direitos do Titular

O Art. 129 da LPI assegura como direito ao titular a exclusividade do uso do sinal registrado em todo o território nacional. Ainda como disposto no § 1º do Art. 129, o usuário de boa fé que comprovar a utilização anterior, há pelo menos 6 (seis) meses, de marca idêntica ou semelhante para o mesmo fim, terá direito de precedência ao registro.

É assegurado ao titular da marca o direito de **ceder** o seu registro ou pedido, bem como **licenciar** o seu uso e zelar pela sua integridade material ou reputação, evitando que a sua marca seja prejudicada no mercado - Art. 130 da LPI.

O titular **não** tem o direito de - Art. 132 da LPI:

- impedir que comerciantes ou distribuidores utilizem sinais distintivos que lhes são próprios, juntamente com a marca do produto, na sua promoção e comercialização;
- impedir que fabricantes de acessórios utilizem a marca para indicar a destinação do produto, desde que obedecidas as práticas leais de concorrência;
- impedir a livre circulação de produto colocado no mercado interno, por si ou por outrem com seu consentimento; e
- 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.

Deveres do Titular

- Prorrogar a cada 10 (dez) anos o registro de Marca, sob pena de extinção - Art. 133 da LPI.

Sistema de Madrid: Registro Internacional de Marcas

O Protocolo de Madri é um tratado internacional que permite o depósito e registro de Marcas em mais de 120 países, sendo administrado pela Organização Mundial de Propriedade Intelectual - OMPI. Desde 2 de outubro de 2019, o Brasil por meio do INPI atua como Escritório de Origem (envia pedidos internacionais dos usuários nacionais) e como Escritório Designado (recebe designações internacionais de usuários estrangeiros) no âmbito do Protocolo. Todavia, a decisão de se deferir ou não à proteção, para uma determinada marca, em um determinado país, depende do respectivo sistema nacional.

Guia para formular um pedido internacional de registro de Marca no Brasil.

Referências:

- Brasil. [Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996](#). Lei da Propriedade Industrial - LPI.
- Instituto Nacional de Propriedade Industrial. [Manual de Marcas](#). Rio de Janeiro, RJ: INPI.
- Organização Mundial da Propriedade Intelectual – Ensino à Distância. Acesse: https://www.wipo.int/academy/en/courses/distance_learning/ - opção – cursos na língua portuguesa.
DL001 - Curso Inicial de Propriedade Intelectual
DL101PBR - Curso Geral de Propriedade Intelectual

Para saber mais, entre em contato:

Diretoria de Cooperação Institucional (DCOI)
Coordenação de Propriedade Intelectual, Negociação e Prospecção de Parcerias (COPNP)