

## 5.9.4 Sinal ou expressão de propaganda

Estabelece o inciso **VII do art. 124 da LPI** que não é registrável como marca: “sinal ou expressão empregada apenas como meio de propaganda.”

Para fins de aplicação desta norma legal, considera-se que a proibição recai sobre sinais incapazes de serem percebidos como marca pelo público consumidor em razão de sua exclusiva atuação como meio de propaganda.

Tendo a marca a função intrínseca de identificar ou distinguir produtos e serviços de outros análogos, de procedência diversa ou não, carrega em si a função de meio de comunicação social. Por tal motivo, a aplicação do inciso VII do art. 124 da LPI deve ser criteriosa, sendo aplicada apenas quando a função exclusiva de propaganda do sinal estiver evidenciada.

O indeferimento pelo inciso VII do art. 124 da LPI ocorrerá somente quando o sinal como um todo atender a duas condições **cumulativas**:

- **Exercer função de propaganda; e**
- **Ser incapaz de exercer função distintiva.**

Um sinal exerce função de propaganda quando:

- Recomenda os produtos ou serviços assinalados por ele;
- Objetiva divulgar qualidades do produto ou do serviço assinalado por ele;
- Visa transmitir missão, valores, ideias ou conceitos da empresa;
- Visa persuadir o interlocutor com o intuito de levá-lo à ação; ou
- Objetiva destacar o produto ou o serviço assinalado em relação à concorrência.

Constatado algum dos fatores acima, verifica-se se a função de propaganda é a única capaz de ser exercida pelo sinal ou se ele também possui, em sua origem, suficiente capacidade distintiva para atuar na identificação dos produtos ou serviços solicitados. Essa apreciação levará em conta a impressão geral do conjunto marcário, que corresponde à percepção originada pela combinação de todos os seus elementos.

O sinal será considerado desprovido de cunho distintivo, sendo empregado apenas como meio de propaganda, quando corresponder a:

- Expressão publicitária que tenha se tornado de **uso comum** no segmento de mercado; **ou**
- Expressão publicitária desprovida de grau mínimo de originalidade, sendo **exclusivamente** descritiva, comparativa, promocional ou elogiosa da qualidade dos produtos ou serviços assinalados ou ainda das condições em que os mesmos são oferecidos.

### Exemplos:

<b>O MELHOR SAPATO DO BRASIL</b>	<b>Irregistrável</b> para assinalar sapatos por corresponder a expressão publicitária exclusivamente comparativa e elogiosa da qualidade dos produtos assinalados.
<b>AQUI É TUDO BARATO TODO DIA</b>	<b>Irregistrável</b> para assinalar farmácia [comércio de produtos farmacêuticos]. Trata-se de expressão promocional utilizada apenas para descrever as

	condições em que os serviços assinalados serão oferecidos.
 LIQUIDAÇÃO IMPERDÍVEL!	<b>Irregistrável</b> para assinalar comércio de roupas. O sinal é composto por expressão publicitária de uso comum no segmento e por elemento figurativo incapaz de conferir, por si só, suficiente distintividade ao conjunto marcário.
<b>APROVEITE NOSSAS OFERTAS</b>	<b>Irregistrável</b> para assinalar supermercado [comércio de alimentos] por se tratar de expressão publicitária de uso comum no segmento.
<b>LEVE 3 E PAGUE 2</b>	<b>Irregistrável</b> para assinalar comércio de material de limpeza por se tratar de expressão publicitária de uso comum, além de exclusivamente descritiva das condições de venda dos produtos.
<b>SEGURANÇA EM PRIMEIRO LUGAR</b>	<b>Irregistrável</b> para assinalar alarmes de incêndio por se tratar de expressão publicitária exclusivamente promocional, sendo desprovida de grau mínimo de originalidade.
<b>CUIDANDO DE VOCÊ</b>	<b>Irregistrável</b> para assinalar seguros de saúde por se tratar de expressão publicitária exclusivamente promocional, sendo desprovida de grau mínimo de originalidade.
<b>DIVERSÃO GARANTIDA</b>	<b>Irregistrável</b> para assinalar serviços de entretenimento por se tratar de expressão publicitária exclusivamente promocional, sendo desprovida de grau mínimo de originalidade.

Os conjuntos capazes de atuar simultaneamente como marca e como meio de propaganda não se enquadram no impedimento legal descrito pelo inciso VII. Encontram-se nessa situação os sinais constituídos por:

- a) **Combinação de elementos distintivos com elementos que exercem somente função de propaganda.**

**Exemplos:**

<b>Melhoral, é melhor e não faz mal</b>	Embora o conjunto contenha expressão de propaganda, também contém o elemento distintivo “Melhoral”, capaz de conferir distintividade ao sinal como um todo.
<b>Bretas, sempre o melhor atendimento</b>	Embora o conjunto contenha expressão de propaganda, também contém o elemento distintivo “Bretas”, capaz de conferir distintividade ao sinal como um todo.

<p>Panamericano. Tudo por você.</p>	<p>Embora o conjunto contenha expressão de propaganda, também contém o elemento distintivo “Panamericano”, capaz de conferir distintividade ao sinal como um todo.</p>
	<p>Embora o conjunto contenha expressão de propaganda, também contém o elemento distintivo “Atalanta”, capaz de conferir distintividade ao sinal como um todo.</p>

- b) **Combinação de elementos capazes de exercer ao mesmo tempo a função distintiva e a função de propaganda**, devendo-se ter em vista que a utilização de certos artifícios (como elementos inesperados, jogos de palavras ou termos que admitam mais de uma interpretação) pode contribuir para o aumento da capacidade distintiva do sinal.

**Exemplos:**

<p>I CAN'T BELIEVE IT'S YOGURT</p>	<p><b>Registrável</b> para assinalar iogurte. Apesar de a expressão poder ser interpretada como uma exaltação ou recomendação do produto oferecido, sua estrutura pouco usual contribui para que o público consumidor possa reconhecê-la como sinal apto a identificar e distinguir o mesmo produto.</p>
<p>YOU CAN DANCE</p>	<p><b>Registrável</b> para assinalar serviços de entretenimento. Apesar de o sinal se dirigir ao consumidor com possível intuito de levá-lo à ação, seu conteúdo não se restringe a promover ou elogiar os serviços prestados, sendo dotada de grau mínimo de abstração e originalidade a ponto de ser reconhecida como marca pelo público consumidor.</p>
	<p><b>Registrável</b> para assinalar serviços de educação. Apesar de a expressão “BUSQUE SEU SONHO” visar persuadir o interlocutor com o intuito de levá-lo à ação, seu significado é amplo o suficiente para não se limitar a elogiar ou promover os serviços reivindicados, podendo ser reconhecida como marca pelo público consumidor.</p>
<p>O FUTURO É AGORA</p>	<p><b>Registrável</b> para assinalar elaboração [concepção] de software de computador. A expressão exerce simultaneamente a função de propaganda e de marca, transmitindo conceitos de maneira ampla o suficiente para admitir diferentes interpretações e alcançar um grau mínimo de originalidade para distinguir os serviços em questão.</p>
<p>SIMPLES ASSIM</p>	<p><b>Registrável</b> para assinalar serviços de telefonia. Apesar de transmitir ideias ou conceitos desejados</p>

	pela empresa, a expressão não é comumente utilizada no segmento, nem se refere diretamente aos serviços oferecidos, sendo capaz de ser reconhecida como marca pelo público consumidor.
<b>ABRA A FELICIDADE</b>	<b>Registrável</b> para assinalar bebidas não alcóolicas. Embora o sinal se dirija diretamente ao interlocutor, com o intuito de levá-lo à ação, seus elementos admitem mais de um significado e demandam certo esforço interpretativo, resultando em conjunto capaz de atuar como marca no segmento em questão.
<b>A VIDA É FEITA DE MUDANÇAS</b>	<b>Registrável</b> para assinalar serviços de mudanças. A utilização de jogos de palavras envolvendo o serviço prestado eleva o grau de originalidade do sinal, tornando mais fácil sua identificação como marca pelo público consumidor.
<b>SAINDO DO ZERO</b>	<b>Registrável</b> para assinalar assessoria, consultoria e informação em investimentos. Embora a expressão transmita ideia positiva sobre o serviço prestado, sua estrutura inclui elementos com mais de um significado, resultando em conjunto com suficiente distintividade para atuar como marca.