

## Definição de Marcas

### Vamos falar um pouco sobre marcas?

#### O que é uma marca?

Marca é todo sinal distintivo que tem como objetivo ajudar o consumidor a diferenciar os produtos e serviços vendidos no mercado, ou seja, é uma imagem que me ajuda a identificar aquilo que eu estou querendo comprar. Um bom exemplo disso é a coca cola.

O fato de que a coca cola possui uma garrafa com um design especial e uma marca muito conhecida faz com que o consumidor saiba exatamente o que procurar quando quiser adquirir este refrigerante.

Para achar mais exemplos de marcas, recomendo que você dê uma olhada no curta metragem abaixo:

[https://www.youtube.com/watch?v=t0gprc7wE\\_U](https://www.youtube.com/watch?v=t0gprc7wE_U) ([https://www.youtube.com/watch?v=t0gprc7wE\\_U](https://www.youtube.com/watch?v=t0gprc7wE_U)).

Ele contém diversas marcas que foram depositadas por diversas empresas, e o fato de que você provavelmente conhece muitas delas é a razão pela qual marcas valem muito dinheiro. Esta identificação direta gerada pela marca

#### Tipos de marcas

Quanto à sua natureza, as marcas são classificadas como de produto, de serviço, coletiva e de certificação.

##### I. Marca de Produto

Marca de produto é aquela usada para distinguir produto de outros idênticos, semelhantes ou afins, de origem diversa (art. 123, inciso I, da LPI).

##### II. Marca de Serviço

Marca de serviço é aquela usada para distinguir serviço de outros idênticos, semelhantes ou afins, de origem diversa (art. 123, inciso I, da LPI).

##### III. Marca Coletiva

Marca coletiva é aquela destinada a identificar e distinguir produtos ou serviços vendidos por um grupo de empresas, associação, cooperativa, sindicato, consórcio, federação, confederação, entre outros, servindo apenas para identificar os produtos e serviços oferecidos por estes grupos. Podem utilizar a marca coletiva os membros da entidade detentora desta marca.

#### Marca de Certificação

Marca de certificação é aquela usada 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 (art. 123, inciso II, da LPI).

Além disso, as marcas podem ser divididas em categorias de acordo com os seus elementos em marcas nominativas, figurativas ou mistas.

**Marca Nominativa**

É constituída pelas palavras utilizadas pela empresa para especificar seu produto ou serviço. Exemplo: VARIG, MOTOROLA, SAMSUNG, APPLE

**Marca Figurativa**

É composta pelos elementos visuais associados à marca.

**Marca Mista**

É composta por elementos nominativos e elementos figurativos.

**Depósito de marca**

Qualquer marca pode ser depositada no INPI, oferecendo uma série de vantagens aos seus detentores, tais como exclusividade de uso.

Contudo, a proteção dada pelo depósito das marcas é limitada por uma série de classes que definem os mercados nos quais o produto será comercializado, cabendo ao depositante a indicação da classe na qual a marca será depositada.

A classe 2, por exemplo, compreende vernizes e tintas, cabendo o depósito de qualquer marca relativa a estes produtos nessa classe.

Existem diversas vedações ao depósito de marcas no artigo 124 da Lei 9279, cabendo indicar apenas alguns dos mais relevantes.

**II** - letra, algarismo e data, isoladamente, salvo quando revestidos de suficiente forma distintiva;

**III** - expressão, figura, desenho ou qualquer outro sinal contrário à moral e aos bons costumes ou que ofenda a honra ou imagem de pessoas ou atente contra liberdade de consciência, crença, culto religioso ou idéia e sentimento dignos de respeito e veneração;

**V** - reprodução ou imitação de elemento característico ou diferenciador de título de estabelecimento ou nome de empresa de terceiros, suscetível de causar confusão ou associação com estes sinais distintivos;

**VI** - sinal de caráter genérico, necessário, comum, vulgar ou simplesmente descritivo, quando tiver relação com o produto ou serviço a distinguir, ou aquele empregado comumente para designar uma característica do produto ou serviço, quanto à natureza, nacionalidade, peso, valor, qualidade e época de produção ou de prestação do serviço, salvo quando revestidos de suficiente forma distintiva;

**X** - sinal que induza a falsa indicação quanto à origem, procedência, natureza, qualidade ou utilidade do produto ou serviço a que a marca se destina

Caso qualquer um destes esteja presente nas marcas que estão sob análise do INPI, o pedido de depósito será negado.

**Vantagens do depósito de marcas**

O depósito da marca gera exclusividade do uso ao detentor da propriedade industrial, fazendo com que os seguintes atos somente possam ser realizados por essa pessoa em qualquer tipo de meio, incluindo o uso da marca em papéis, impressos, propaganda e outros documentos:

**I** - ceder seu registro ou pedido de registro;

**II** - licenciar seu uso;

**III** - zelar pela sua integridade material ou reputação.

Contudo, o direito de uso da marca pelo titular não é absoluto, fazendo com que os seguintes atos possam ser realizados por quaisquer terceiros:

**I** - impedir que comerciantes ou distribuidores utilizem sinais distintivos que lhes são próprios, juntamente com a marca do produto, na sua promoção e comercialização;

**II** - impedir que fabricantes de acessórios utilizem a marca para indicar a destinação do produto, desde que obedecidas as práticas leais de concorrência;

**III** - impedir a livre circulação de produto colocado no mercado interno, por si ou por outrem com seu consentimento; e

**IV** - 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.

A proteção da marca é válida por 5 anos, podendo ser renovada por mais 5 anos indefinidamente. Ou seja, a marca pode ser protegida por prazo indeterminado, cabendo pagamento pela renovação da proteção a cada 5 anos.