

Brasília, 27 de agosto de 2026

Seleção

Sumário

Lauro Jardim - O Globo Online

Quarta-feira, 26 de agosto de 2026 | Marco regulatório | INPI

Coffee++ amplia vantagem sobre Nestlé em disputa por marca de café 3

Migalhas

Quarta-feira, 26 de agosto de 2026 | Marco regulatório | INPI

Pesquisa de anterioridade: Proteção da marca começa antes do depósito 4

O Brazilianista

Quarta-feira, 26 de agosto de 2026 | Propriedade Intelectual

Espionagem industrial é um problema recorrente das empresas 7

Correio Braziliense - Online

Quinta-feira, 27 de agosto de 2026 | Marco regulatório | INPI

Projeto busca definir prazo prescricional para ações de abstenção de uso de marca 9

Coffee++ amplia vantagem sobre Nestlé em disputa por marca de café

A Coffee++ ganhou mais um round na disputa judicial com a Nestlé pelo uso das marcas Coffee++ e Coffee+. A 1ª Turma Especializada do TRF2 decidiu nesta terça-feira, por unanimidade, manter válidos os registros da marca da empresa mineira.

Com o resultado, a Coffee++ passou a contabilizar um placar de 6 a 0 em decisões colegiadas contra a multinacional - três votos favoráveis no Tribunal de Justiça de Minas Gerais e outros três agora no TRF2.

A disputa começou em 2025, após a Nestlé lançar no Brasil um produto chamado "Coffee+". A empresa mineira alegou que o nome poderia gerar

confusão com sua marca, registrada desde 2020, e acionou a Justiça.

Além das decisões judiciais favoráveis, a Coffee++ conta com uma manifestação técnica do **Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI)** pela manutenção dos registros da marca. A Nestlé tenta anular esses registros e argumenta que o termo "Coffee+" seria uma expressão descritiva para cafés com benefícios adicionais.

Até agora, as decisões mantiveram a proteção da marca brasileira, mas ainda cabe recurso por parte da Nestlé junto ao STJ.

Pesquisa de anterioridade: Proteção da marca começa antes do depósito



Pesquisa de anterioridade: A proteção da marca começa antes do depósito Flávia de Aguiar Pesquisa de anterioridade ganha relevância na prevenção de conflitos sobre marcas e pode evitar prejuízos após a consolidação do negócio. quarta-feira, 26 de agosto de 2026

Atualizado em 25 de agosto de 2026 18:10

Quando a colidência entre marcas é identificada apenas depois que um negócio já cresceu em torno de determinado nome, o problema deixa de ser apenas administrativo e pode alcançar o Judiciário.

A jurisprudência reconhece, em determinadas hipóteses de uso indevido de marca, a possibilidade de configuração de dano moral *in re ipsa*, enquanto os danos materiais são apurados segundo os critérios previstos em lei.

Escolher bem começa antes do depósito

O que acontece quando uma empresa deposita um pedido de registro de marca sem verificar adequadamente se o nome escolhido pode colidir com sinais anteriores?

A resposta pode surgir apenas depois. Quando a marca já possui loja, site, contratos, clientela, investimentos em publicidade e reconhecimento no mercado, um titular de direito anterior pode questionar sua utilização.

A concessão do registro pelo **INPI** é fundamental para a proteção marcária, mas não elimina, por si só, todas as possibilidades de conflito. Determinados riscos podem não ser identificados em uma pesquisa superficial ou depender de circunstâncias concretas relacionadas ao uso da marca e à atuação das empresas envolvidas.

Nesse momento, o risco muda de natureza.

Enquanto o pedido está em trâmite, questões relacionadas a anterioridades podem ser discutidas no âmbito do próprio procedimento administrativo. Depois que a empresa já consolidou sua operação sob determinado sinal, o conflito pode alcançar o Poder Judiciário, inclusive por meio de medidas destinadas à abstenção de uso e pedidos de indenização.

O dano pode ser reconhecido a partir da própria violação

A jurisprudência do STJ admite, em determinadas situações de uso indevido de marca, a ocorrência de dano moral *in re ipsa*, ou seja, presumido a partir da própria violação, sem necessidade de demonstração de prejuízo moral específico. Esse entendimento foi reconhecido, entre outros precedentes, no REsp 1.327.773/MG.

Os danos materiais seguem lógica distinta. O art. 210 da lei 9.279/1996 estabelece critérios para sua apuração, considerando, conforme o caso, os benefícios que o titular teria auferido, os benefícios obtidos pelo infrator ou a remuneração que seria devida pela concessão de licença.

Na prática, a exposição pode envolver:

Dano moral: Pode ser reconhecido a partir da própria violação, conforme as circunstâncias do caso;

Dano material: Depende de apuração segundo os critérios previstos na legislação;

Abstenção de uso: A empresa pode ser obrigada a interromper a utilização do sinal, inclusive mediante decisão judicial no curso do processo.

O risco, portanto, não está apenas na possibilidade de pagamento de uma indenização. Está também na necessidade de interromper o uso de uma marca que já integra a identidade e a operação da empresa.

O crescimento multiplica a exposição

Quanto mais a empresa se expande, por meio de novas praças, franquias, marketplaces, parcerias ou campanhas de maior alcance, maior tende a ser a

exposição do sinal perante consumidores, concorrentes e titulares de direitos anteriores.

O problema pode surgir justamente quando a empresa menos pode se dar ao luxo de mudar de nome: durante uma expansão, uma negociação relevante, o lançamento de um produto ou a estruturação de uma nova operação.

Quanto maior o investimento realizado na marca, maior tende a ser também o custo econômico e estratégico de uma eventual mudança.

Por que a pesquisa de anterioridade é decisiva

Uma pesquisa tecnicamente adequada não deve se limitar a verificar se existe outra empresa utilizando exatamente o mesmo nome.

A análise deve considerar diferentes formas de aproximação entre os sinais, entre elas:

Semelhança fonética: Sinais com grafias diferentes, mas com pronúncia semelhante;

Semelhança gráfica: Elementos visuais ou estruturas capazes de gerar associação, especialmente nas marcas mistas;

Semelhança ideológica: Expressões distintas que evocam ideias ou conceitos semelhantes, inclusive quando utilizadas em idiomas diferentes;

Afinidade mercadológica: Produtos ou serviços que, embora não sejam idênticos, apresentem relação suficiente para gerar risco de confusão ou associação indevida.

O próprio Manual de Marcas do **INPI** estabelece que a análise da possibilidade de colidência considera os aspectos gráfico, fonético e ideológico dos sinais, juntamente com a análise da afinidade mercadológica.

A classificação dos produtos e serviços é relevante, mas não deve ser analisada de maneira isolada. Na avaliação da afinidade mercadológica, o **INPI** considera, entre outros fatores, a natureza dos produtos ou serviços, sua finalidade, complementariedade,

concorrência ou permutabilidade, canais de distribuição e público-alvo.

Por isso, duas marcas podem apresentar riscos de conflito mesmo quando estão depositadas em classes diferentes, desde que exista relação suficiente entre os mercados e possibilidade de confusão ou associação indevida.

Além da identificação das anterioridades, a interpretação dos resultados exige avaliar:

Força distintiva: o grau de diferenciação dos sinais encontrados;

Proximidade das atividades: a relação efetiva entre produtos, serviços e mercados;

Extensão da proteção: o alcance dos direitos associados às marcas identificadas;

Risco de confusão ou associação: a possibilidade concreta de o consumidor relacionar os sinais ou acreditar que possuem a mesma origem empresarial.

Assim, uma pesquisa que responde apenas "existe ou não existe" entrega somente parte da análise.

A pesquisa de anterioridade é, portanto, uma ferramenta de prevenção. Ela não representa garantia absoluta de concessão do registro, mas permite identificar obstáculos e avaliar riscos antes que investimentos significativos sejam realizados em torno de um nome.

Para contadores e advogados, o valor está em antecipar

O cliente raramente chega ao contador ou ao advogado perguntando se existe risco de colidência naquele nome. Ele chega para abrir uma empresa, lançar um produto, estruturar um novo negócio ou expandir uma operação - e, muitas vezes, trata a escolha da marca como apenas mais uma etapa desse movimento.

Reconhecer quando essa escolha exige uma pesquisa técnica, e não apenas uma busca rápida na base de dados do **INPI**, é uma entrega consultiva relevante.

Não se trata de substituir o profissional especializado em **propriedade industrial**, mas de identificar, antes do investimento, quando o risco merece uma análise aprofundada e traduzi-lo para o cliente em termos empresariais.

Essa atuação preventiva é relevante tanto para o negócio que está nascendo quanto para aquele que já opera há anos sob um nome que nunca passou por uma análise de viabilidade.

A proteção começa antes do depósito

A pesquisa de anterioridade não impede o crescimento. Ao contrário: permite que a empresa cresça com maior segurança, conhecendo os riscos relacionados ao nome escolhido e avaliando se a marca possui condições de sustentar esse crescimento.

Em **propriedade industrial**, prevenir pode ser significativamente menos custoso do que reconstruir uma marca depois que ela já se tornou parte do patrimônio e da identidade de uma empresa.

A proteção, portanto, começa antes do depósito.

INPI. Manual de Marcas. Exame do requisito da disponibilidade do sinal marcário.

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996 - Lei da **Propriedade Industrial**.

STJ. REsp 1.327.773/MG, Rel. Ministro Luis Felipe Salomão, Quarta Turma, julgado em 28/11/2017, DJe 15/02/2018.

Flávia de Aguiar Advogada especialista em **Propriedade Intelectual**. Marcas, patentes, softwares, desenhos industriais e direitos autorais.

Associação Comercial de São Paulo (ACSP)

Espionagem industrial é um problema recorrente das empresas



Companhia chinesa usava tecnologia de semicondutores da Samsung

A chinesa ChangXim Memory Technologies (CXMT) pode ser processada pela Samsung por espionagem industrial. A maior companhia de semicondutores DRAM da China planejava usar tecnologias de fabricação de memórias da gigante coreana para desenvolver seus produtos.

Reportagem do Maíel Business mostrou que um ex-funcionário da Samsung contou a um tribunal na Coreia do Sul que a marca chinesa queria usar a tecnologia da antiga contratante para evitar criar métodos de produção do zero. O engenheiro, que começou a trabalhar na CXMT em 2016, era testemunha do caso de vazamento de informações da Samsung Electronics sobre o processo de fabricação de DRAM de 18nm para a China.

Publicidade

Ele testemunhou em juízo que desde a fundação da empresa chinesa, o CEO e o CTO da CXMT tentaram desenvolver DRAM roubando informações do Plano de Receita de Processo (PRP) da Samsung Electronics, que continha 600 etapas para a produção dos semicondutores.

O homem alegou que, na época de sua fundação, a CXMT não possuía instituto de pesquisa nem instalações próprias, e não tinha a intenção de desenvolver tecnologia por meio de pesquisa própria.

O engenheiro, que trabalhou na Samsung Electronics por 28 anos, foi indiciado no ano passado sob a acusação de participação na aquisição e uso ilegal de tecnologia de processo essencial enquanto em-

pregado na CXMT, e foi condenado a sete anos de prisão no primeiro julgamento em abril passado.

O PRP da Samsung custou cerca de 1,6 trilhão de won (R\$ 5,9 trilhões) para ser desenvolvido, ao longo de cinco anos. Ainda que uma cópia dos documentos não garanta efeito imediato sobre a funcionalidade dos semicondutores, a engenharia não precisaria começar do zero, o que garantiu maior velocidade de produção - e lucro - da CXMT.

A companhia chinesa começou a produzir SDRAM DDR4 em 2019, por meio do processo de 22 nm. Em 2023, passou a montar sistemas de 18 nm - o mesmo da gigante de tecnologia. O tempo de avanço gerou questionamentos sobre a **propriedade intelectual** do planejamento.

Esse não é o primeiro caso de espionagem industrial. Ao longo dos anos, diversas companhias tiveram modelos vazados, comprometendo marcas e produções.

Os principais casos de espionagem industrial

1. Volkswagen x General Motors (1993)

José Ignacio López de Arriortúa, o "inquisidor" das compras da GM, era o executivo responsável por cortar custos com fornecedores na Europa. Em 1993, ele deixou a GM de forma abrupta para virar chefe de produção e compras da Volkswagen, levando consigo sete executivos da GM e - segundo a acusação - quatro conjuntos de materiais: uma listagem de 3.350 páginas com 60 mil peças, fornecedores, custos e cronogramas de entrega da GM-Europa; detalhes da linha futura de produtos da GM; um estudo detalhado de fabricação e custos de uma fábrica específica; e o portfólio de apresentações usado por López para pressionar fornecedores.

A polícia alemã chegou a encontrar caixas cheias de documentos internos da GM na casa de um dos executivos que o acompanhou. O caso terminou em 1997 com a Volkswagen pagando US\$ 100 milhões à GM e se comprometendo a comprar ao menos US\$ 1 bilhão em peças da GM nos sete anos seguintes. López chegou a ser indiciado nos EUA anos depois, mas nunca foi extraditado da Espanha.

2. DuPont x Kolon Industries (2009-2015)

A DuPont acusou a sul-coreana Kolon de recrutar sistematicamente ex-funcionários seus, entre eles um engenheiro chamado Michael Mitchell, para obter segredos sobre a fabricação do Kevlar, fibra usada em coletes à prova de balas.

Em 2011, um júri considerou a Kolon culpada de se apropriar de 149 segredos comerciais ligados ao Kevlar e condenou a empresa a pagar US\$ 919,9 milhões, o maior veredito contestado da história em casos de segredo industrial. O valor foi anulado em recurso em 2014 por questões processuais, mas o caso terminou em 2015 com um acordo civil e uma confissão de culpa criminal, no qual a Kolon pagou US\$ 275 milhões de restituição à DuPont mais US\$ 80 milhões em multas criminais.

O funcionário que vazou as informações foi condenado a 18 meses de prisão por roubo de segredos comerciais e obstrução de justiça.

3. Espionagem interna da HP (2006)

A própria diretoria da HP espionou a si mesma em 2006, em um dos casos mais curiosos de espionagem industrial.

Após vazamentos recorrentes de discussões internas para a imprensa, a presidente do conselho, Patricia Dunn, contratou investigadores particulares que usaram uma técnica chamada pretexting, em que se passaram por membros do conselho e por nove jornalistas para obter seus registros telefônicos.

No entanto, os investigados incluíram nove jornalistas, nove diretores ou conselheiros da HP, mais de 20 funcionários ou contratados, e até números de telefone pessoais de familiares de um jornalista.

O escândalo derrubou Dunn da presidência do conselho, gerou audiências no Congresso americano e processos criminais contra cinco pessoas, que posteriormente foram negociados ou anulados.

4. Starwood x Hilton (2009-2010)

Em 2009, dois ex-executivos da Starwood - Ross Klein e Amar Lalvani - migraram para a Hilton levando consigo, segundo a acusação, centenas de milhares de documentos eletrônicos.

A Starwood alegou que essas informações confidenciais foram usadas para lançar rapidamente uma marca concorrente de hotéis de luxo, a Denizen, copiando o conceito da própria marca "W" da Starwood. O caso terminou em acordo em dezembro de 2010, quando a Hilton pagou US\$ 75 milhões em dinheiro além de outros US\$ 75 milhões em contratos de gestão hoteleira e ficou proibida de lançar qualquer marca de hotel "lifestyle" por dois anos, com dois monitores independentes supervisionando suas operações.

5. Uber x Waymo (2017-2018)

Mais recentemente, um caso de espionagem alcançou a Uber. O engenheiro Anthony Levandowski, peça-chave do projeto de carros autônomos do Google - que depois viraria a Waymo - , teria baixado mais de 14 mil arquivos confidenciais antes de deixar a empresa para fundar sua própria startup de caminhões autônomos, a Otto.

Poucos meses depois, a Uber comprou a Otto, e a Waymo alegou que Levandowski arquitetou o esquema junto com a cúpula da Uber, incluindo o então CEO Travis Kalanick. O caso foi parar em júri federal, mas terminou em acordo no quinto dia do julgamento: a Uber deu à Waymo uma participação acionária avaliada em US\$ 245 milhões, evitando o restante do julgamento que prometia expor ainda mais os bastidores do Vale do Silício.

Veja mais notícias de O Brazilianista nas redes sociais

Camila LutfiJornalista Multimídia

Projeto busca definir prazo prescricional para ações de abstenção de uso de marca



"Nesse contexto, a previsibilidade quanto aos prazos para o exercício dos direitos marcários desempenha papel relevante na promoção da segurança jurídica e na estabilidade das relações econômicas"

Por David F. Rodrigues* e Thais de Matos Macedo Lio** - A proteção conferida ao titular de uma marca registrada não se limita à obtenção do certificado expedido pelo **Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI)**. A efetividade desse direito depende, também, da existência de mecanismos capazes de assegurar sua defesa contra usos indevidos praticados por terceiros. Siga o canal do Correio Braziliense no WhatsApp e receba as principais notícias do dia no seu celular.

Nesse contexto, a previsibilidade quanto aos prazos para o exercício dos direitos marcários desempenha papel relevante na promoção da segurança jurídica e na estabilidade das relações econômicas. A definição clara dos limites temporais para o ajuizamento de determinadas medidas judiciais contribui para reduzir controvérsias interpretativas e conferir maior uniformidade à aplicação da legislação. Fique por dentro das notícias que importam para você! SIGA O CORREIO BRAZILIENSE NO SIGA O CB NO

Foi justamente com esse objetivo que a Comissão de Indústria, Comércio e Serviços da Câmara dos Deputados aprovou recentemente parecer favorável ao Projeto de Lei nº 4.380/2025, de autoria do deputado Jonas Donizette (PSB-SP), que pretende dis-

ciplinar expressamente o prazo prescricional aplicável às ações de abstenção de uso de marca. Segundo o autor da proposta, a ausência de previsão legal específica sobre o tema tem gerado controvérsias jurídicas e insegurança para titulares de marcas e agentes econômicos, especialmente quanto ao marco inicial para a contagem do prazo prescricional. O projeto estabelece que o prazo para a pretensão de abstenção de uso de marca passará a ser contado a partir do momento em que o titular tomar conhecimento da violação de seus direitos. A medida busca conferir maior previsibilidade ao sistema e reduzir divergências observadas atualmente na prática judicial. Em seu parecer favorável, o relator da matéria, deputado Daniel Agrobom (PSD-GO), destacou que a proposta introduz mecanismo semelhante a uma espécie de prescrição aquisitiva em desfavor do titular que, mesmo tendo ciência da infração, permanece inerte por período superior ao legalmente previsto. Segundo essa interpretação, a ausência de reação do titular poderia indicar falta de interesse econômico relevante na proteção daquele ativo intangível, justificando a limitação temporal para o exercício do direito de exclusividade decorrente do registro. Embora a proposta ainda dependa da conclusão de sua tramitação legislativa, sua aprovação pela Comissão evidencia a busca por maior clareza normativa em matéria marcária, especialmente no que diz respeito à defesa dos direitos conferidos pelo registro. A eventual inclusão dessa disciplina na Lei da **Propriedade Industrial** poderá contribuir para ampliar a previsibilidade das relações jurídicas envolvendo marcas, tema que permanece de grande relevância diante da crescente importância econômica dos ativos de **propriedade intelectual** no ambiente empresarial contemporâneo. Advogado do Montaury Pimenta, Machado & Vieira de Mello* Advogada do Montaury Pimenta, Machado & Vieira de Mello**

Índice remissivo de assuntos

Marco regulatório INPI	1,2,3,4,7
Propriedade Industrial	1,2,3,4,7
Propriedade Intelectual	2,3,4,5,6,7