

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 18 de junho de 2021 às 07h40
Seleção de Notícias

Folha.com | BR

Arbitragem e Mediação

Saiba como franqueados podem renegociar contratos na pandemia 3
MPME

Correio do Povo - RS | RS

18 de junho de 2021 | Marco regulatório | INPI

Gramado recebe distinção para o chocolate artesanal 5

Agência Câmara | BR

Propriedade Intelectual

Plenário aprova urgência para projeto sobre registro de marcas e encerra sessão - Notícias 6

CNN Brasil Online | BR

Patentes

Câmara vota urgência em projeto de quebra de patente de vacina 7
EM SÃO PAULO | DA CNN

Defesa - Agência de Notícias | BR

18 de junho de 2021 | Marco regulatório | INPI

Diretório Nacional de Combate à Falsificação de Marcas: recurso valioso contra a pirataria 8

Migalhas | BR

Direitos Autorais

Direito autoral: Não incide CIDE sobre remessa de valores ao exterior 9

16 de junho de 2021 | Marco regulatório

Requisitos e procedimentos necessários para o registro de uma marca 11

Saiba como franqueados podem renegociar contratos na pandemia

MPME

São Paulo

Na pandemia, muitos franqueados precisaram pedir socorro às franqueadoras. Custos previstos em contratos, que incluem pagamento de royalties e taxas de marketing, tiveram de ser renegociados com adiantamentos de prazos e parcelamentos.

Algumas marcas concederam descontos ou até mesmo isenção em alguns meses. Com maior poder de negociação, representantes das franqueadoras também têm sentado à mesa com os empreendedores para ajudá-los na negociação com os donos dos imóveis.

Confira a seguir o que dizem especialistas sobre questões contratuais e cobranças de dívidas na pandemia.

Royalties e taxas contratuais

O não pagamento de taxas de royalties ou de publicidade configura descumprimento contratual e pode gerar multa de até 30% do valor da franquia, segundo o advogado Júlio Diamantino, fundador do escritório Diamantino Advogados. Em casos mais extremos, a inadimplência pode provocar a rescisão do contrato e a perda de direito do uso da marca.

Na maioria dos casos, o valor dos royalties incide sobre uma taxa do faturamento. No período de restrições mais severas, lojas que operam apenas no sistema delivery têm de pagar taxa proporcional.

Na pandemia, entretanto, para evitar o fechamento de unidades, franquias têm negociado o adiamento de pagamento, parcelamentos e descontos. Em alguns casos, há suspensão temporária de cobrança.

Se o franqueado não consegue manter o negócio, durante a pandemia há maior espaço para o chamado distrato amigável, com concessões de parte a parte, às

vezes sem a cobrança de multa ou com repasse da loja.

A queda nas vendas forçou as negociações, mas os problemas que chegam na Justiça envolvendo franquia contra franqueado são velhos conhecidos, segundo Andrea Oricchio, advogada e sócia do escritório de consultoria jurídica na área empresarial e de varejo que leva seu nome. "203;

Continuamos vendo ações judiciais, mas não baseadas em atrasos de royalties por causa da pandemia. Chegam reclamações, por exemplo, de concorrência desleal, em que o franqueado sai da rede e abre outra loja utilizando técnicas que aprendeu e levando inclusive a clientela, diz Oricchio, que também é árbitra em disputas envolvendo franqueadores e franqueados.

Aluguel e condomínio

Segundo Sidnei Amendoeira, diretor jurídico da ABF (Associação Brasileira de Franchising), a grande maioria dos processos que são judicializados hoje não envolve franquia contra franqueado, mas sim franqueado e o locador do ponto. Muitos shoppings têm sido intransigentes", diz.

Contratos firmados com locadores antes da pandemia não perdem a validade automaticamente com o fechamento do comércio e medidas de lockdown. Para que o franqueado pague menos por causa dos períodos de restrição, ele precisa negociar.

Nesse caso, mesmo que a conversa seja amigável, é prudente registrar o combinado por escrito para o caso de descumprimento do acordo.

Mas nem todos os envolvidos estão conseguindo chegar a um meio-termo, e a Justiça tem recebido

Continuação: Saiba como franqueados podem renegociar contratos na pandemia

ações sobre valores da locação e cobranças por parte dos shoppings, caso de 13º do aluguel e reajustes de taxas.

Na pandemia vimos reajustes de 30% do IGPM [Índice Geral de Preços do Mercado], enquanto o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo foi ajustado em apenas 4%. Isso gerou uma enxurrada de demandas, diz Amendoeira.

Não há um prazo determinado para tolerância de atrasos de taxas e pagamentos de aluguéis. Os contratos variam caso a caso. Geralmente a rescisão do contrato é considerada com atrasos de mais de 60 dias. Esse limite, porém, tem sido flexibilizado na pandemia.

Negociação

Negociar, negociar e negociar. Essa é o mantra para que se chegue a um meio-termo para os dois lados. A judicialização é sempre o caminho mais caro e longo para a resolução dos conflitos, segundo a advogada Vanessa Albuquerque, sócia-proprietária da Montañés Albuquerque Advogados.

Franqueadoras têm poder maior de negociação quando comparado ao franqueado individual. O ideal é que participem das negociações para redução de valores cobrados pelos locadores, sejam shoppings, sejam proprietários de lojas de rua.

As marcas têm representatividade maior e, por vezes, equipe qualificada para esse tipo de iniciativa.

Em mais de 90% dos casos as franqueadoras têm participado do processo de negociação entre franqueados e locadores, dobrando as chances de sucesso, segundo Diamantino.

Diretor comercial da Espetto Carioca, Bruno Gorodicht, diz que a franqueadora participou 100% nas negociações com o shoppings. A marca tem 34 lojas pelo Brasil, metade delas dentro de centros de com-

pras.

Segundo ele, a franquia obteve na negociação resultados melhores do que se o franqueado estivesse sozinho em 80% casos.

Se as partes não conseguem avançar na negociação, a advogada Albuquerque orienta que procurem a câmara de **arbitragem**, instância para resolução de conflitos de forma não judicial, ou sessão de conciliação, em que a tentativa de acordo é orientada por um juiz.

"Além de custos altos, a disputa judicial é imprevisível. Há processos semelhantes com resultados diferentes Brasil afora", diz Diamantino.

Vale lembrar que mesmo com interesse na manutenção de suas unidades, as franquias não têm obrigação contratual de participar de rodadas de negociações.​

Decisões judiciais na pandemia

Não há entendimento do STJ (Superior Tribunal de Justiça) sobre inadimplência na pandemia. Nas instâncias inferiores, o Judiciário tem sido mais flexível quanto à execução de cobranças.

No ano passado o governo federal sancionou a lei 14.010, que estabeleceu soluções temporárias nas relações jurídicas de direito privado.

"De modo geral, tribunais têm buscado reequilibrar as condições financeiras do contrato, reduzindo proporcionalmente valores de locação e a cobrança do 13º do aluguel", diz Amendoeira.

Por lei, as ações de despejo de lojistas inadimplentes estão suspensas durante a pandemia, segundo Albuquerque.

Editora: Ana Lécia de Oliveira

cidades@correiodopovo.com.br

Gramado recebe distinção para o chocolate artesanal

Cidade é a primeira no Brasil a ter concessão de Indicação Geográfica na modalidade pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial

O chocolate artesanal produzido em Gramado recebeu uma concessão de procedência do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). O selo de Indicação Geográfica (IG) atende solicitação da Associação da Indústria e Comércio de Chocolates Caseiros de Gramado (Achoco), que pleiteava a distinção desde 2018. A cidade da Serra gaúcha é a primeira a receber a indicação para chocolate artesanal no Brasil.

Com a concessão, os chocolateiros locais podem usar o selo de chocolate de Gramado desde que atendam aos critérios que serão estabelecidos pela Achoco. Entre os produtos da indicação de procedência, estão as barras, ramas, bombons, trufas e drágeas feitas de chocolate ao leite, chocolate branco, chocolate meio amargo e chocolate amargo, todos com massa de cacau inteiramente produzida no município.

O presidente da Achoco, Augusto Luz, destaca que o selo vai certificar também a qualidade do chocolate produzido em Gramado. Conforme ele, serão avaliados processos produtivos e a procedência de matérias primas, entre outros fatores.



RÉGIO VASQUEZ / DIVULGAÇÃO / CP

Selo reconhece os doces inteiramente produzidos no município gaúcho

“Não basta apenas ser da cidade. Para ter o selo, tem que ser associado da Achoco, que é o órgão que tem a tutela da certificação, e obedecer a uma série de critérios”, diz o empresário.

Em 2020, Gramado recebeu o título de Capital Nacional do Chocolate Artesanal. O produto é uma das representações turísticas locais. O histórico da produção artesanal começou em 1975, com a inauguração da primeira fábrica de chocolates. Atualmente, são 20 fábricas instaladas na cidade, que produzem anualmente três mil toneladas.

Para a secretária de Turismo de Gramado, Rosa Helena Volk, a certificação é mais um diferencial para a cidade. “Nosso produto mais vendido e que divulga nossa cidade pelo Brasil ganha agora um selo de procedência. É um sonho antigo.” O prefeito Nestor Tissot salienta que a distinção vai ajudar na divulgação de Gramado além das fronteiras. “É uma certificação que buscamos por anos, mas que agora foi concluída. Nossos produtos tão apreciados pelos visitantes mundo afora ganham mais um grande diferencial.”

Plenário aprova urgência para projeto sobre registro de marcas e encerra sessão - Notícias



J) e poderá ser votada nas próximas sessões do Plenário.

As votações desta quinta-feira foram encerradas

Reportagem - Carol Siqueira

Edição - Cláudia Lemos

17/06/2021 - 14:14

Pablo Valadares/Câmara dos Deputados Plenário reunido em sessão deliberativa híbrida

O Plenário da Câmara dos Deputados aprovou há pouco o regime de urgência para o Projeto de Lei 10920/18, que adapta o sistema de registro de marcas brasileiro ao Protocolo de Madri. O texto altera a Lei de Propriedade Industrial.

Gerenciado pela **Organização** Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), o Protocolo de Madri criou um sistema para receber pedidos internacionais de marcas e redirecioná-los para todos os países de interesse do solicitante.

O objetivo é simplificar e reduzir os custos do processo de registro de marcas.

O projeto é de autoria do ex-deputado Julio Lopes (R-

Câmara vota urgência em projeto de quebra de patente de vacina



Vacinação contra a Covid-19 no Rio de Janeiro



Vacinação contra a Covid-19 no Rio de Janeiro

Texto prevê indenização mínima para as farmacêuticas de 1,5% Uma proposta sobre o projeto de lei que autoriza a **quebra** de patentes de vacinas no Brasil foi acertada entre o relator, o deputado federal Aécio Neves (PSDB-MG), e o presidente da Câmara dos Deputados, Arthur Lira (PP-AL), para que haja urgência na votação. As informações são da âncora da CNN Daniela Lima.

De acordo com o texto, quando o Congresso Nacional decretar emergência sanitária estará dada automaticamente a permissão para que laboratórios públicos e privados possam produzir imunizantes, caso tenham condições técnicas de replicação, sem a necessidade da farmacêutica autorizar.

É prevista uma indenização mínima para as farmacêuticas de 1,5% do valor que teriam recebido globalmente caso realizassem a produção do medicamento. No entanto, há uma brecha para que em casos específicos o pagamento seja maior.

O cronograma estabelecido é que a votação da urgência do projeto de lei seja finalizada na terça-feira (22) e na semana seguinte o texto seja votado para posteriormente ir ao Senado.

Neves também já entrou em contato com o presidente do Senado, Rodrigo Pacheco (DEM-MG), para tentar acelerar a proposta e consolidá-la dela antes do recesso.

Vacinação contra a Covid-19 no Rio de Janeiro

Diretório Nacional de Combate à Falsificação de Marcas: recurso valioso contra a pirataria



O **INPI** e o **Conselho** Nacional de Combate à Pirataria (CNCP) mantêm o Diretório Nacional de Combate à Falsificação de Marcas, um centro de informações estratégicas acessadas exclusivamente por agentes públicos atuantes no combate às falsificações, como autoridades aduaneiras, polícias judiciárias e Ministério Público.

A plataforma disponibiliza arquivos digitais fornecidos por empresas industriais e de serviços, com comparações visuais de produtos originais e falsos; informações sobre locais de produção e de comercialização licenciados; rotas de entrada e saída dos produtos no Brasil e no mundo; orientações técnicas para atestar a autenticidade das marcas; e contatos dos responsáveis pela representação especializada no combate à falsificação das marcas.

Todos esses detalhes foram apresentados pelo gerente-executivo do Diretório, Elton Ferreira Barbosa, no workshop virtual "A **inovação** tecnológica da rastreabilidade na defesa do mercado legal e o Diretório Nacional de Combate à Falsificação de Marcas do CNCP-**INPI**", realizado pela Associação Brasileira das Indústrias de Química Fina, Biotecnologia e suas Especialidades (ABIFINA) no dia 11 de junho.

Barbosa ressaltou a importância de os detentores de marcas integrarem o sistema. "O **INPI** é capaz de informar o agente público sobre quem é o titular da marca, mesmo sem cadastro no Diretório. O benefício do cadastro é a complementação das informações, como a variedade de representantes de cada marca capazes de fazer identificação de produtos, especificados por segmento ou por região", argumentou. "Isso permite que o agente de segurança possa ir direto na fonte, gerando ganho de tempo", concluiu.

Fornecendo cadastro gratuito, hoje o Diretório reúne em sua base de dados mais de 200 empresas e 20 mil marcas de mais de 24 países. Ao todo, 20% das marcas mais valiosas do mundo já estão no Diretório.

*Com informações da ABIFINA

Direito autoral: Não incide CIDE sobre remessa de valores ao exterior



(Imagem: Léo Burgos/Folhapress) (Imagem: Léo Burgos/Folhapress)

Para o relator, a associação "atua como mera intermediária/mandatária dos compositores, músicos, artistas e demais titulares de **direitos** autorais, de modo que os valores que ela recebe e depois remete ao exterior, o faz representando os próprios detentores dos **direitos** autorais". CIDE | Royalties **Direito** autoral: Não incide CIDE sobre remessa de valores ao exterior Para o relator, a associação "atua como mera intermediária/mandatária dos compositores, músicos, artistas e demais titulares de **direitos** autorais, de modo que os valores que ela recebe e depois remete ao exterior, o faz representando os próprios detentores dos **direitos** autorais". quinta-feira, 17 de junho de 2021

Não há incidência da CIDE sobre a remessa de valores ao exterior a título de **direitos** autorais decorrentes da execução pública no Brasil. Assim decidiu a 3ª turma Especializada do TRF da 2ª região,

ao negar provimento ao recurso de apelação da União Federal, mantendo a sentença que anulou o débito fiscal instaurado contra associação de titulares de **direitos** autorais e conexos.

O relator, desembargador Federal Marcus Abraham, destacou que a associação "atua como mera intermediária/mandatária dos compositores, músicos, artistas e demais titulares de **direitos** autorais, de modo que os valores que ela recebe e depois remete ao exterior, o faz representando os próprios detentores dos **direitos** autorais".

(Imagem: Léo Burgos/Folhapress)

Entenda

A associação pleiteou a anulação do débito fiscal, no valor de R\$ 52.613.749,00, sob o fundamento de que não realiza a exploração de obras musicais, mas sim mera administração, pela via de mandato, com vistas a distribuir os **direitos** autorais que recebe através do Ecad, entidade responsável pela arrecadação dos **direitos** autorais advindos da execução pública das obras musicais e/ou lítero-musicais no país.

O pedido de anulação do débito fiscal foi integralmente acolhido pela sentença e a União Federal interpôs recurso de apelação ao TRF.

O relator do recurso na Corte Federal, desembargador Marcus Abraham, considerou que o art. 22, alínea "d", da lei 4.506/64, ao conceituar como royalties os rendimentos decorrentes da exploração de **direitos** autorais, excepcionou as hipóteses em que tais rendimentos sejam percebidos pelo autor ou criador do bem ou da obra.

O voto condutor do acórdão, ao acolher os fundamentos do pedido inicial, ressaltou:

Continuação: Direito autoral: Não incide CIDE sobre remessa de valores ao exterior

"A legislação sobre **direitos** autorais prevê uma sistemática específica para o recebimento e pagamento dos valores devidos em razão da execução pública de obras musicais, no qual a arrecadação é feita por um escritório central (ECAD), o qual por sua vez os distribui a diversas associações que o integram, associações estas representantes dos titulares, que, por sua vez, repassam os valores relativos aos **direitos** autorais para os respectivos titulares, inclusive aqueles estrangeiros."

Nesse sentido, reconheceu-se que a associação atua como mera intermediária/mandatária dos compositores, músicos, artistas e demais titulares de **direitos** autorais, razão pela qual as remessas de valores relativos aos **direitos** autorais que faz ao exterior são realizadas representando os próprios

detentores dos direitos, o que afasta a incidência da contribuição.

Os advogados George Ripper Vianna e Igor Bandeira de Mello, sócios do Garcia & Keener Advogados, atuam na causa pela associação.

Processo: 0020163-70.2016.4.02.5101

Leia o relatório e o voto e o acórdão.

Por: Redação do Migalhas Atualizado em:
17/6/2021 08:37

Requisitos e procedimentos necessários para o registro de uma marca



Uma breve elucidação acerca do que se trata uma marca no cenário brasileiro e seus requisitos e procedimentos necessários para sua criação e consolidação em território nacional. Requisitos e procedimentos necessários para o registro de uma marca Amanda Resende Costa, Thaís Gladys Burnett e Ana Carolina Spina De Campos Ribeiro Uma breve elucidação acerca do que se trata uma marca no cenário brasileiro e seus requisitos e procedimentos necessários para sua criação e consolidação em território nacional. quarta-feira, 16 de junho de 2021

(Imagem: Arte Migalhas)

1. INTRODUÇÃO: DO CONCEITO DE MARCA

Inicialmente se faz necessário entender o que é uma marca e qual a sua função. Segundo Pontes de Miranda, marca é um sinal "que se apõe em produtos ou mercadorias para servir de indicação da sua qualidade, algumas vezes também da quantidade", sendo "o mais típico sinal distintivo de produto ou de mercadoria"¹

Observando a lei de Propriedade Industrial ("LPI"), lei na qual regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial, pode se definir marca, segundo o artigo 122², como o sinal distintivo visualmente perceptível que identifica, direta ou indiretamente, produtos e serviços.

Percebe-se que, em síntese, não se registram como uma nova expressão linguística, mas sim como algo que encontre uma nova utilidade para aquela palavra, individualizando e distinguindo das demais do mercado. Ou seja, o que deve ser nova é a utilização daquela marca nos produtos ou serviços designados.

Para que seja garantido essa nova utilidade, é necessário o seu registro a partir de uma concessão legal, para seu uso exclusivo, que acompanha tanto o



(Imagem: Arte Migalhas) (Imagem: Arte Migalhas)



Amanda Resende Costa Amanda Resende Costa

Continuação: Requisitos e procedimentos necessários para o registro de uma marca



Thaís Gladys Burnett Thaís Gladys Burnett



Ana Carolina Spina De Campos Ribeiro Ana Carolina Spina De Campos Ribeiro

seu aspecto visual como o serviço oferecido.

Atualmente o registro de marca é regido pela Lei de Propriedade Industrial (LPI), sob a responsabilidade do **Instituto** de Propriedade Industrial do Brasil (**INPI**), responsável pelo aperfeiçoamento, disseminação e gestão do sistema brasileiro de concessão e garantia de direitos de **propriedade** intelectual para a indústria.³

2. DOS REQUISITOS NECESSÁRIOS

Para se registrar uma marca se faz necessário entender seus requisitos e a que está sujeita. Segundo o artigo 128 da LPI⁴, qualquer cidadão pode registrar uma marca, seja ela física ou jurídica, brasileiro ou estrangeiro, residindo ou não no Brasil.

Em casos de pessoas no âmbito privado, esse registro possui alguns requisitos, quais sejam: exercer efetivamente e licitamente de modo direto, ou através de empresas as atividades relativas ao pedido do registro. Dentro de marcas coletivas, será exigido o registro por pessoa jurídica (representativa da coletividade), que poderá exercer atividade distinta dos outros.

Só poderá ser requerido, o registro de marca de certificação, por pessoa sem interesse comercial ou industrial direto no produto ou serviço atestado. E a marca deverá ser necessariamente visível. No Brasil, é apenas permitido marcas visíveis (figuras, desenhos, etc.).

O registro de uma marca está sujeito a três condições. A novidade relativa (caráter distintivo da marca, o que diferencia o seu produto dos demais, apontando sua origem e procedência), a não convivência com marca notoriamente conhecida ou de alto renome (para justamente o cliente não associar, confundir uma marca com outra) e o desimpedimento (deverá ser lícita, ou seja, não poderá ter nenhum impedimento legal para o seu registro).⁵

É exigido que a marca cumpra sua finalidade de identificar o produto ou serviço, diferenciando-se dos seus concorrentes, uma vez que, não sendo nova, a marca não atenderá sua finalidade. Entretanto, deve-se observar que o que deve ser nova é a utilização daquela marca nos produtos ou serviços comercializados.

3. DO PROCEDIMENTO

O procedimento para se registrar uma marca em território nacional, a partir do **INPI**, pode ser fragmentado em seis momentos: a busca prévia, o pedido do registro, o exame formal, a publicação do pedido, o exame de mérito e a concessão do registro. A média de tempo de duração são 24 (vinte e quatro) meses.

A busca prévia é considerada um dos alicerces da via-

Continuação: Requisitos e procedimentos necessários para o registro de uma marca

bilidade do registro da marca, pois é preciso que a marca esteja efetivamente disponível, ou seja, sem nenhuma marca semelhante na classe registrada. Essa busca é realizada dentro do próprio **Instituto** Nacional de Propriedade Industrial. Essa fase exige cuidado e atenção pois é a partir dela que se pode ou não garantir o registro da marca, verificando se a marca não se enquadra nas proibições legais do artigo 1246 da LPI.

O pedido do registro é o requerimento feito, por meio de formulário, especificando a forma de apresentação e a natureza da marca, informando a classe destinada, de acordo com a classificação de Nice. Em alguns casos específicos se usa a classificação de Viena (apenas em marcas que tenha natureza figurativa ou mista). Cada pedido se restringe exclusivamente a uma forma de apresentação e a uma única classe, não sendo possível um pedido conter mais de uma classe.

O exame formal é a fase após o requerimento do pedido, em que o **INPI** se restringe à uma análise desse pedido, conferindo se os documentos exigidos no protocolo estão corretos e se está nas especificações corretas. Após essa verificação, o pedido é protocolado e pode ser exigido eventuais correções (dentro do prazo de cinco dias)⁷ ou seguir normalmente para a publicação.

A publicação do pedido é feita após o cumprimento das exigências ou quando o processo for instruído normalmente, na revista do **INPI**. Semanalmente essas revistas são publicadas e é possível acompanhar a situação do pedido a partir delas. A partir do primeiro pagamento (seguindo a tabela de retribuições) realizado ao fazer o pedido de registro, e da publicação ocorre um prazo de 60 (sessenta) dias para interessados apresentarem oposição e 60 (sessenta) dias após a oposição para oferecer defesa, disposto no artigo 158 da LPI⁸. Após esses prazos, caso não ocorra nenhuma oposição, ou apresentadas oposições e suas respectivas defesas, o pedido passa para a fase de exame de mérito.

O exame de mérito é uma fase em que o **INPI** irá reconhecer se a marca é registrável ou não. O analista pode requerer alguma exigência (nesse caso, a exigência deve ser cumprida em até 60 (sessenta) dias após publicado, nos termos dos artigos 221 a 224 da LPI⁹, mediante a apresentação de uma petição acompanhada dos documentos necessários para regularizar o processo). É importante ressaltar que a ausência de cumprimento das exigências apresentadas acarretará no arquivamento do pedido. Após isso, o analista determinará se a marca poderá ou não ser registrada, realizando uma pesquisa de anterioridade e conferindo se ocorre a incidência de algum dos incisos dos artigos 124,125,126 e 129 da LPI¹⁰.

A concessão do registro, segundo o artigo 16211 da LPI, afirma que a partir dos 60 (sessenta) dias contados do deferimento deverão ser efetuadas o pagamento das retribuições, e a sua comprovação, relativas à expedição do certificado do registro e proteção referente aos primeiros dez anos da marca. Ou seja além do pagamento realizado no registro, essa fase requer outro pagamento ao ser deferido. Após a confirmação do pagamento, o certificado é expedido de forma digital.

Conferida pelo registro, a marca produzirá efeitos somente no território nacional, não ultrapassando suas fronteiras. Aqueles que possuem uma marca registrada em outro país, deverão proceder o registro em todos os demais países em que tenham o interesse de protegê-la.

Ainda após concedido e expedido o pedido de certificado de registro de marca, o processo de registro de marca ainda poderá ser anulado administrativamente no prazo de 180 (cento e oitenta) dias, através do processo administrativo de nulidade que pode ser instaurando de ofício pelo próprio **INPI**, ou seja, por iniciativa própria do **INPI** ou por requerimento de um terceiro interessado conforme o artigo 16912 da LPI

Continuação: Requisitos e procedimentos necessários para o registro de uma marca

4. CONCLUSÃO:

Conclui-se que a marca é o ponto intrínseco da empresa, é o seu diferencial, sua singularidade. Qualquer um pode criar uma marca, observando sempre as especificações previstas na LPI e garantindo a sua autenticidade. A LPI regula os direitos e obrigações da propriedade industrial, e seu conhecimento é fundamental para a criação de uma marca.

Dessa forma, é essencial sempre se atentar aos documentos exigidos e o que cada fase requer. Por não serem fases independentes é de extrema importância o monitoramento semanal da situação do pedido. Observando sempre aos prazos de cada uma (busca prévia, pedido do registro, exame formal, publicação do pedido, exame de mérito e a concessão do registro), e se atentando caso alguma exigência seja feita.

Como visto anteriormente, não é um processo rápido e simples. Sua média é de 24 (vinte e quatro) meses, e é de notória importância contratar um serviço que ofereça esse acompanhamento de forma detalhada, e que possua o conhecimento da legislação brasileira e capacitação técnica necessária.

O registro de uma marca é de notória importância, visto que é essencial para proteger a marca em todo território nacional, que é o ativo imaterial mais valioso de qualquer empresa.

1. PONTES, Miranda. Tratado de Direito Privado: tomo XVII. Rio de Janeiro; RT, 1985, p.7

2. Lei 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, 15 maio 1996. Disponível aqui.

3. **INSTITUTO** DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL. Governo Federal, 2020. Disponível aqui.

4. Lei 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, 15 maio 1996. Disponível aqui.

5. Lei 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, 15 maio 1996. Disponível aqui.

6. EXAME FORMAL. Manual de marcas, 2021. Disponível aqui.

7. Lei 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, 15 maio 1996. Disponível aqui.

8. Lei 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, 15 maio 1996. Disponível aqui.

9. Lei 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, 15 maio 1996. Disponível aqui.

10. Lei 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, 15 maio 1996. Disponível aqui.

11. Lei 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, 15 maio 1996. Disponível aqui.

Disponível aqui.

Disponível aqui.

Continuação: Requisitos e procedimentos necessários para o registro de uma marca

Disponível aqui.

Disponível aqui.

Disponível aqui.

Disponível aqui.

Atualizado em: 16/6/2021 08:46 Amanda Resende Costa Advogada graduada pela Universidade Católica de Brasília. Especialista em Direito do Trabalho. Pós-graduanda em Direito Corporativo e Governança pela Escola Paulista de Direito. Advogada do escritório Petrarca Advogados. Thaís

Gladys Burnett Advogada graduada pelo UNI-CEUB. Especialista em Direito do Trabalho pelo Instituto de Direito Público. Pós-graduanda em Direito Corporativo e Governança pela Escola Paulista de Direito. Advogada do escritório Petrarca Advogados. Ana Carolina Spina De Campos Ribeiro Graduanda em Direito no Centro Universitário de Brasília. Colaboradora no Petrarca Advogados.

Índice remissivo de assuntos

Arbitragem e Mediação
3

Marco regulatório | INPI
5, 8

Denominação de Origem
5

Propriedade Intelectual
6

Entidades
6

Patentes
7

Pirataria
8

Direitos Autorais
9

Marco regulatório
11