



CORRIDA — DE — MARCAS



VOLUME 34

Corrida de Marcas

JOGO



João Lucas Matera Moutinho
Maria Augusta Silveira Netto Nunes
Rita Pinheiro-Machado
Patrícia Pereira Peralta
Anne Gabriely Santos da Paixão

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO)

REITOR

Prof. Dr. José da Costa Filho

VICE-REITOR

Prof^a. Dr^a. Bruna Silva do Nascimento

CAPA, ILUSTRAÇÃO E EDITORAÇÃO ELETRÔNICA

Anne Gabriely Santos da Paixão

ELABORAÇÃO DO JOGO

João Lucas Matera Moutinho

REVISÃO GERAL

Maria Augusta Silveira Netto Nunes

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C825 Corrida de Marcas [recurso eletrônico] / João Lucas Matera Moutinho ... [et al.]. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre : Sociedade Brasileira de Computação, 2024.

64 f. : il. – (Almanaque para popularização de ciência da computação. Série 3, Propriedade intelectual ; v. 34).

Modo de acesso: World Wide Web.

Inclui bibliografia.

ISBN 978-85-7669-617-9 (e-book)

1. Ciência da Computação. 2. Propriedade intelectual. 3. Jogo didático. I. Moutinho, João Lucas Matera. II. Nunes, Maria Augusta Silveira Netto. III. Pinheiro-Machado, Rita. IV. Peralta, Patrícia Pereira. V. Paixão, Anne Gabriely Santos da. VI. Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. VII. Título. VIII. Série.

CDU 004:347.77(059)

Ficha catalográfica elaborada por Annie Casali – CRB-10/2339

Biblioteca Digital da SBC – SBC OpenLib

Índices para catálogo sistemático:

1. Ciência e tecnologia dos computadores : Informática – Almanques 004 (059)
2. Propriedade intelectual, comercial, científica 347.77



Este gibi foi diagramado para ser impresso em frente e verso, folha A4 e formato livreto.

JOÃO LUCAS MATERA MOUTINHO
MARIA AUGUSTA SILVEIRA NETTO NUNES
RITA PINHEIRO-MACHADO
PATRICIA PEREIRA PERALTA
ANNE GABRIELY SANTOS DA PAIXÃO

ALMANAQUE PARA POPULARIZAÇÃO DE CIÊNCIA DA COMPUTAÇÃO

Série 3: Propriedade Intelectual

Volume 34: Corrida de Marcas

Porto Alegre/RS
Sociedade Brasileira de Computação
2024

Apresentação

Esta cartilha/gibi foi desenvolvida durante o pós-doutorado no INPI (2024-2025), supervisionado pela prof. Rita Pinheiro-Machado. A cartilha é, também, vinculada à Bolsa de Produtividade CNPq-DT-1C (302892/2023-0), coordenada pela prof^a. Maria Augusta S. N. Nunes, desenvolvida no Departamento de Informática Aplicada (DIA)/ Bacharelado em Sistemas de Informação (BSI) e Programa de Pós-Graduação em Informática (PPGI) da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO). Está vinculada a projetos de extensão, Iniciação Científica e Tecnológica para Popularização de Ciência da Computação apoiada pela UNIRIO. Este gibi foi produzido pelo projeto Almanques para Popularização de Ciência da Computação, que recebeu o prêmio Tércio Pacitti pela Inovação em Educação em Computação em 2022 pela Sociedade Brasileira de Computação (SBC).

As cartilhas da Série 3 versam sobre Propriedade Intelectual e seus desdobramentos tendo como objetivo principal fomentar o público com conceitos e exemplos lúdicos na área de Propriedade Intelectual. O público-alvo dos gibis são alunos de graduação e pós-graduação, bem como empreendedores e gestores de Startups, ou até mesmo jovens do Ensino Médio e escolas técnicas.

No Volume 34, apresentamos o jogo "Corrida de Marcas", que visa sensibilizar sobre conceitos básicos relativos à Marcas, processo de registro e outras informações relevantes de forma lúdica e intuitiva.

(os Autores)

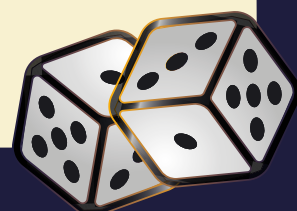


“Corrida de Marcas” é um jogo que tem como objetivo ensinar aos jogadores conceitos básicos relativos a Marca usando um jogo lúdico, intuitivo e divertido. Este jogo desafia os jogadores a recolher moedas, responder perguntas e enfrentar sorte ou revés enquanto avançam pelo tabuleiro. Ao longo do caminho, os jogadores seguem as etapas necessárias para registrar uma Marca, entendendo o processo e suas nuances. A vitória é alcançada pelo jogador que, ao chegar ao final do tabuleiro, consegue registrar sua Marca com sucesso, representando a empresa que primeiro usufrui desse registro de ativo intelectual.

REGRAS DO JOGO

OBJETIVO

Nesse jogo, o jogador precisa recolher moedas respondendo às perguntas de Sorte ou Revés, enquanto avança pelo tabuleiro, sendo que só pode passar pela casa “escada” se tiver as moedas para pagar a “taxa”. Enquanto avança no tabuleiro, o jogador passa pelas diferentes etapas necessárias para obter o Registro de Marca.



NÚMERO DE JOGADORES

De dois a quatro jogadores.

OBJETOS NECESSÁRIOS:

- 96 moedas;
- 23 cartas de Sorte ou Revés;
- 19 cartas de perguntas;
- 2 dados de seis lados.

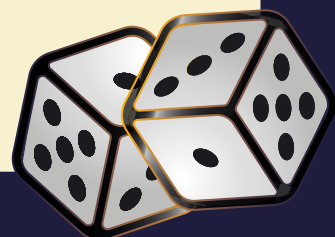
PREPARAÇÃO

Cada jogador escolhe um peão para representá-lo no tabuleiro. Um jogador embaralha as cartas de Sorte ou Revés e as coloca em seu respectivo espaço no tabuleiro. O primeiro jogador pode ser decidido da forma que for conveniente, e assim que for escolhido, rolará um dado para andar pelo tabuleiro.

CASAS DO TABULEIRO

Existem 3 tipos de casa no tabuleiro:

- **Casa Pergunta:** o principal meio de conseguir moedas para prosseguir no tabuleiro, o jogador deve responder a opção correta para ganhar uma moeda. Quando cair nesta casa, o jogador deve pegar uma carta e dar para o próximo jogador ler sem ver o conteúdo da carta, e o próximo jogador deve ler a pergunta para que o primeiro jogador responda;
- **Casa Sorte ou Revés:** quando cair nessa casa, o jogador deve pegar uma carta Sorte ou Revés e ler em voz alta;



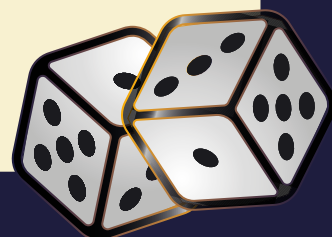
- **Casa Escada:** quando o jogador chegar na casa escada, ele deve pagar a quantidade de moedas solicitadas pela casa para prosseguir no tabuleiro. Se o jogador não tiver a quantidade de moedas suficiente ele deve jogar um dado, e voltar o número de casas indicado pelo dado, até ter moedas suficientes para conseguir prosseguir;
- **Casa Vazia:** Uma casa para o jogador descansar.

FIM DO JOGO

O vencedor é aquele que chegar primeiro no final do tabuleiro, representando um empreendedor que conseguiu registrar sua Marca, e logo terá possibilidade de usufruir de seus benefícios exclusivos enquanto empresário.

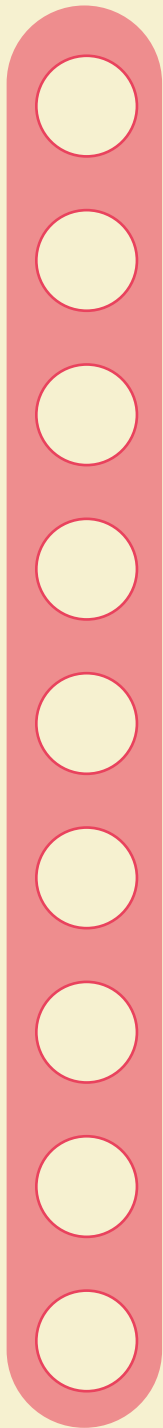
ATENÇÃO

Os jogadores podem usar as cartas em branco para incluir perguntas adicionais e enriquecer a experiência do jogo.

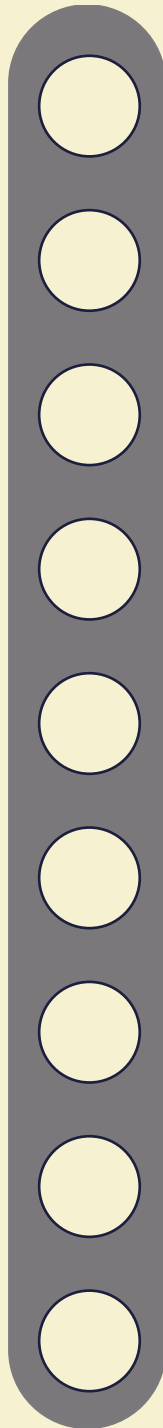


VENCEDOR DA PARTIDA

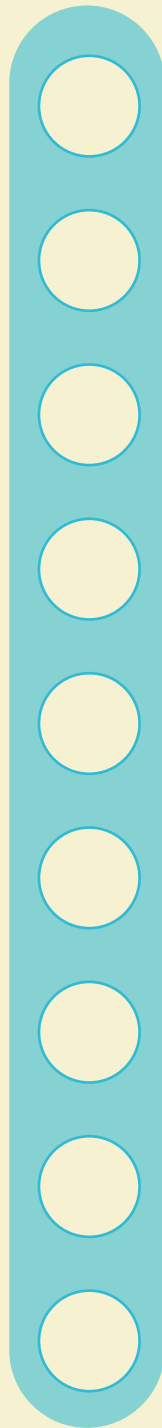
01



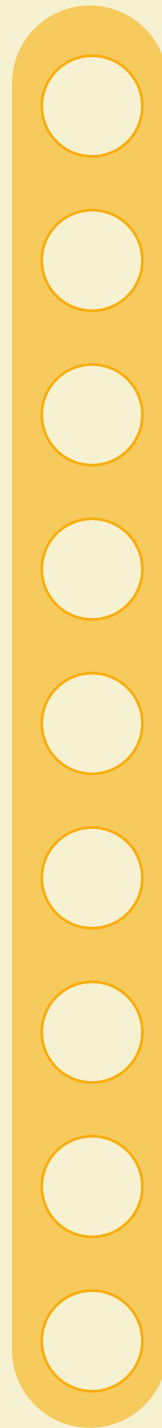
02

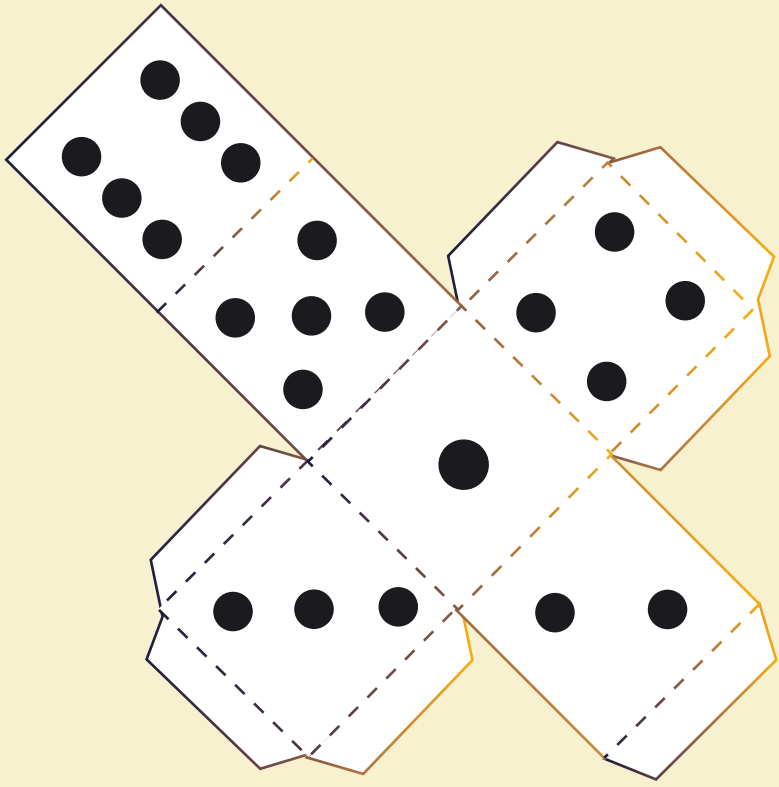
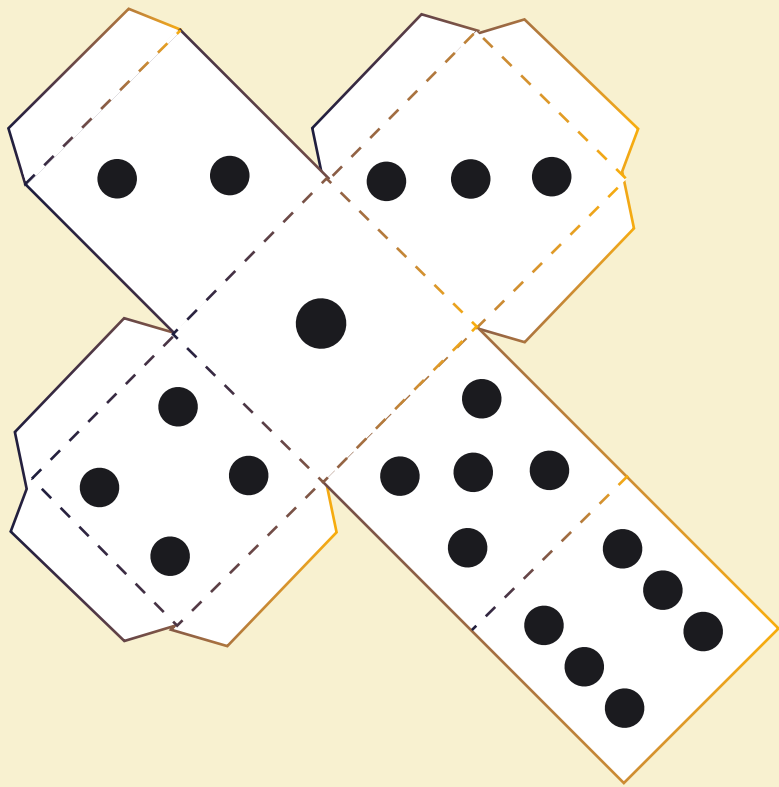


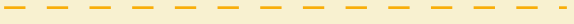
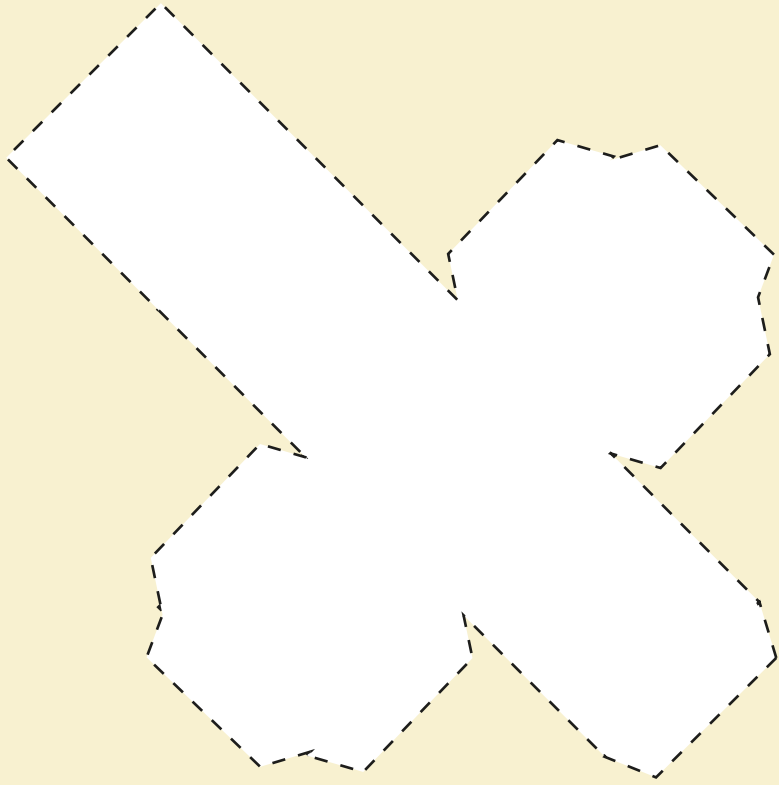
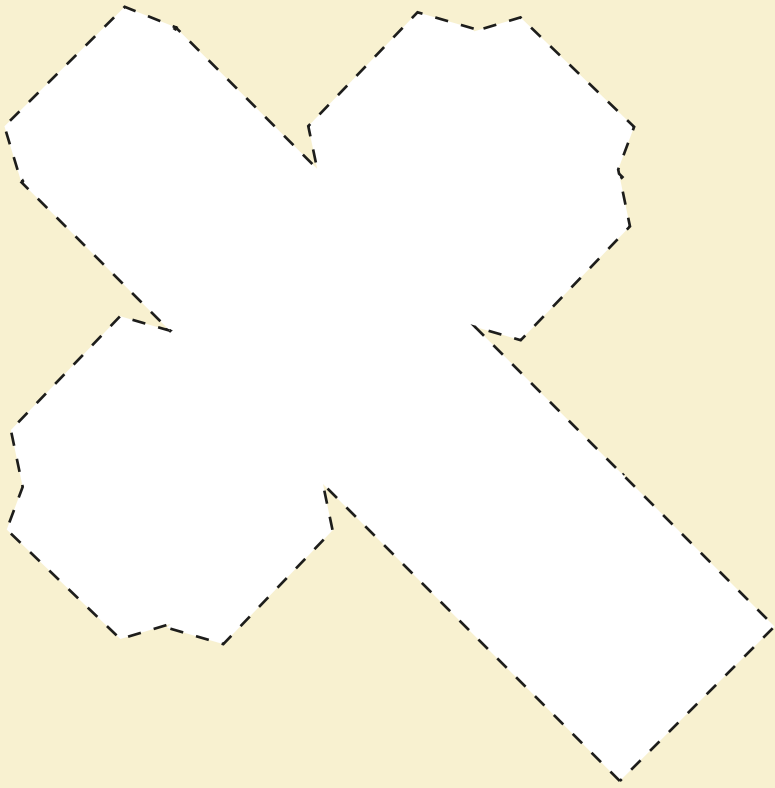
03

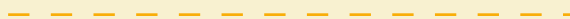
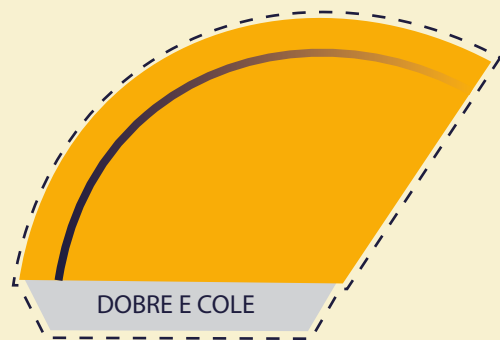
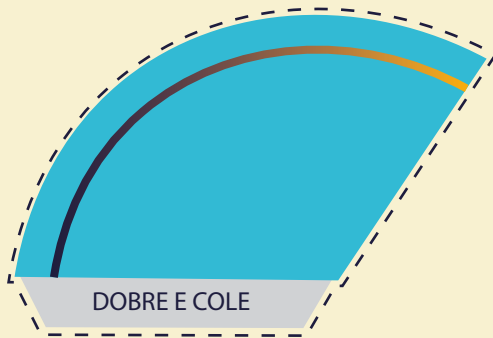
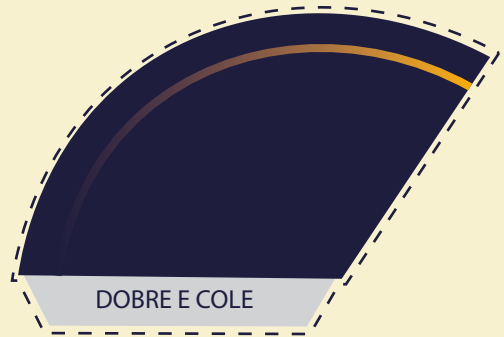
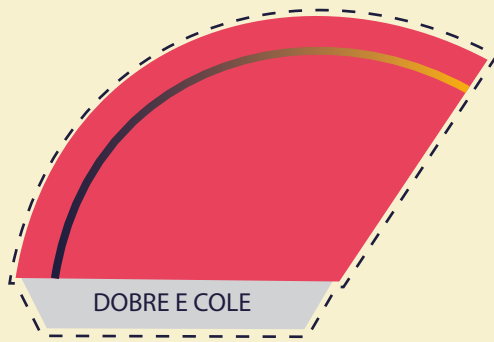


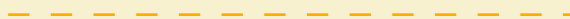
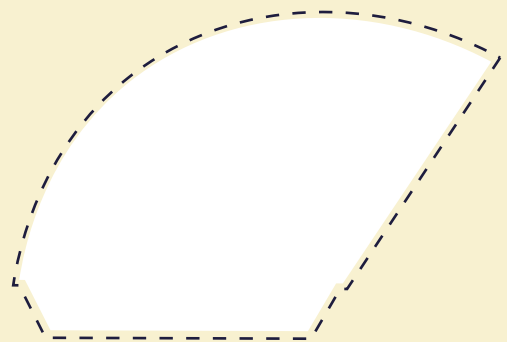
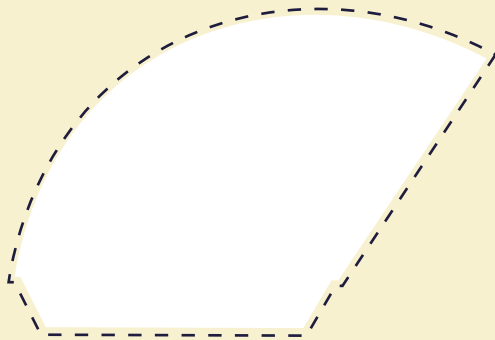
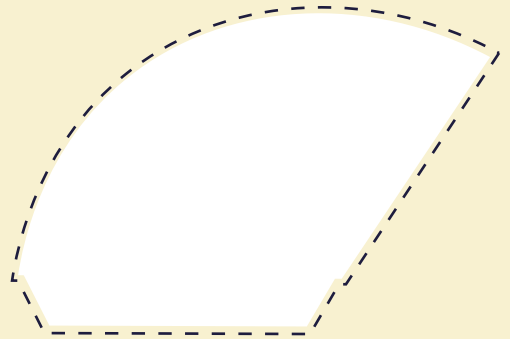
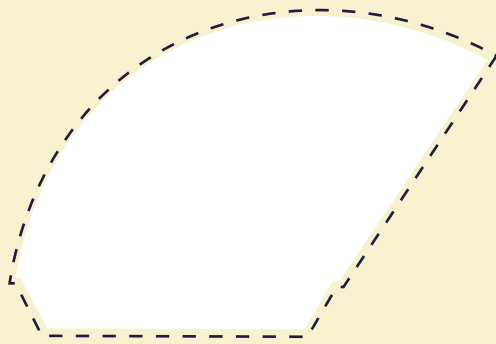
04

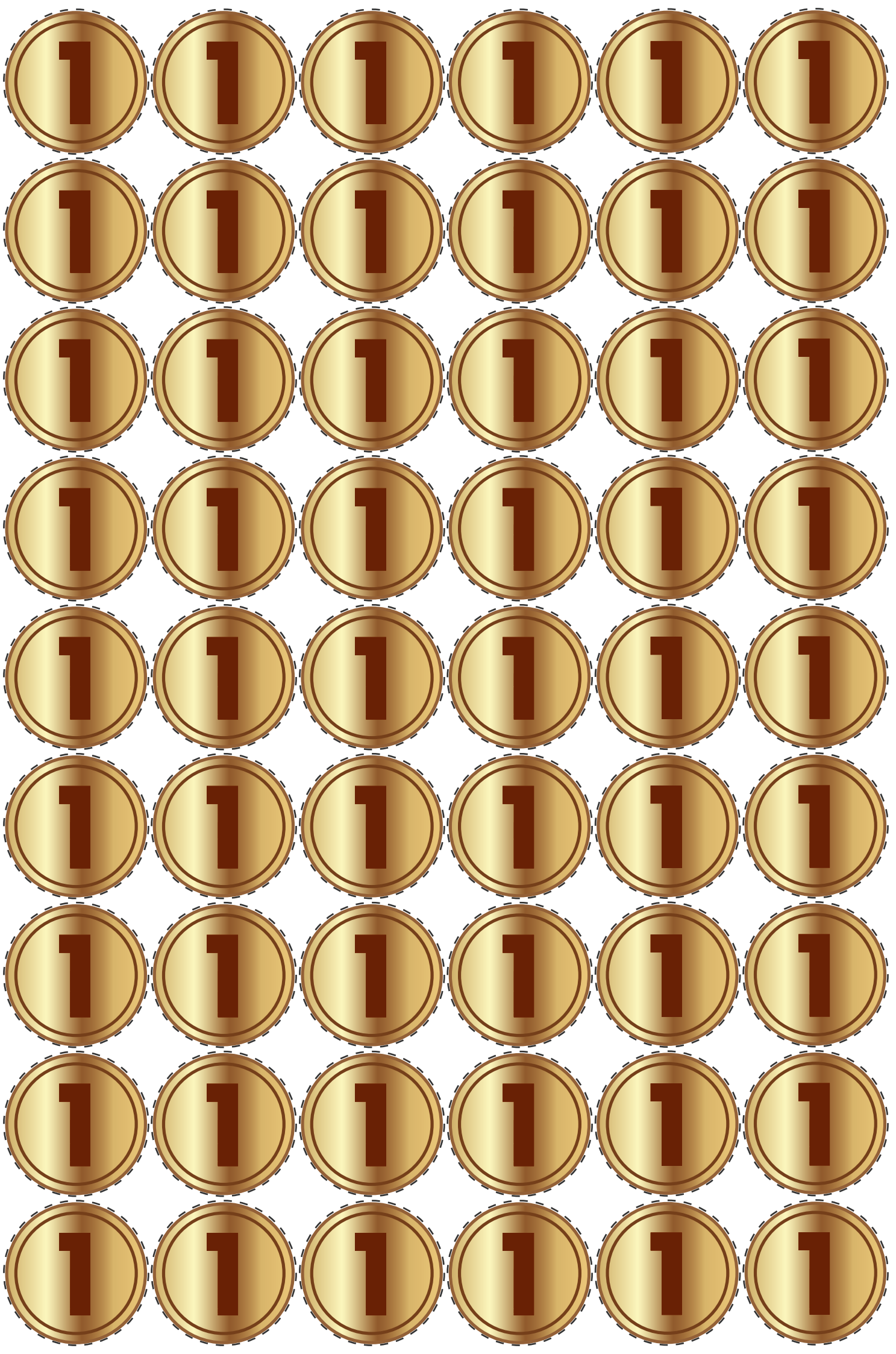


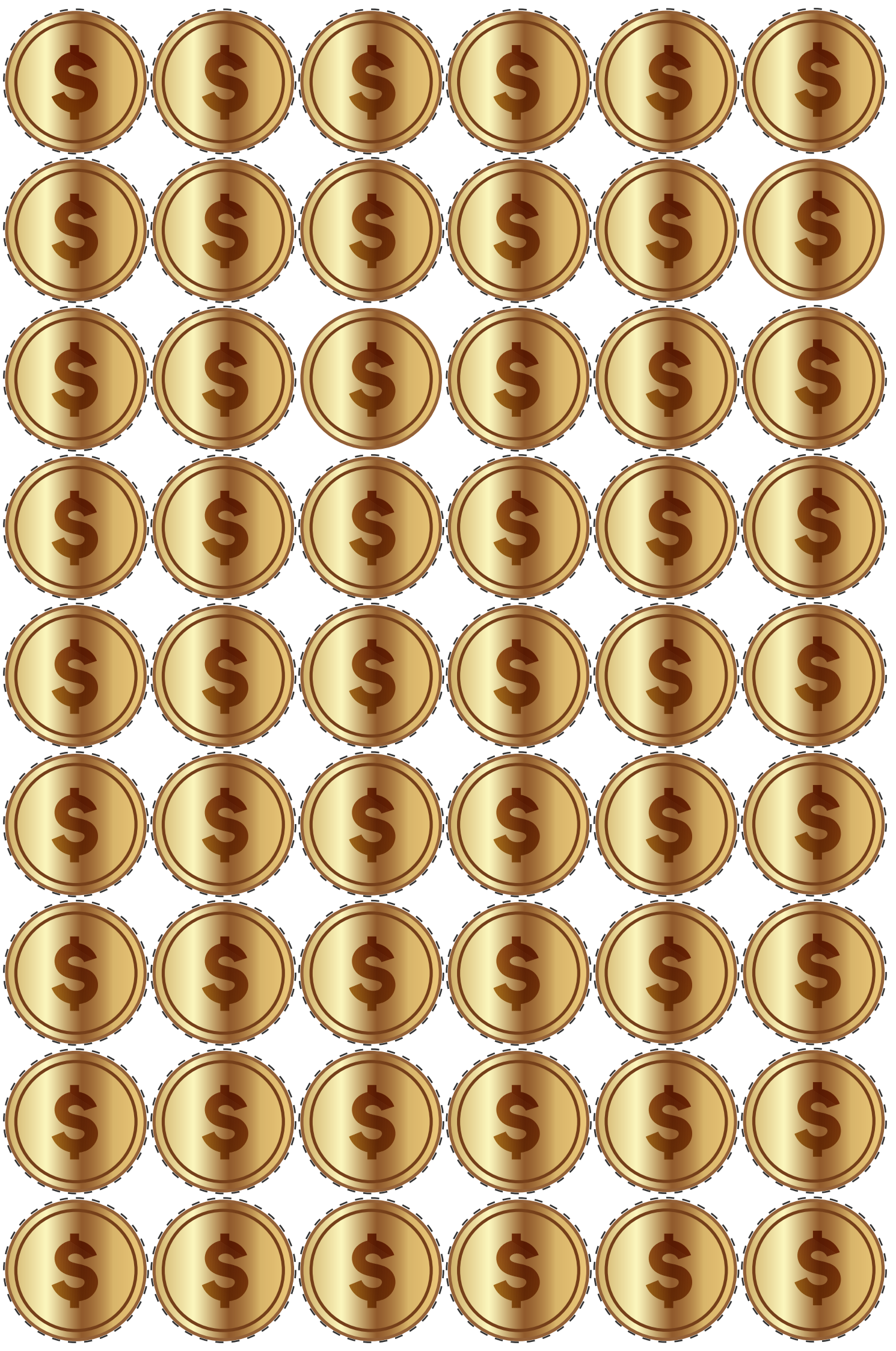


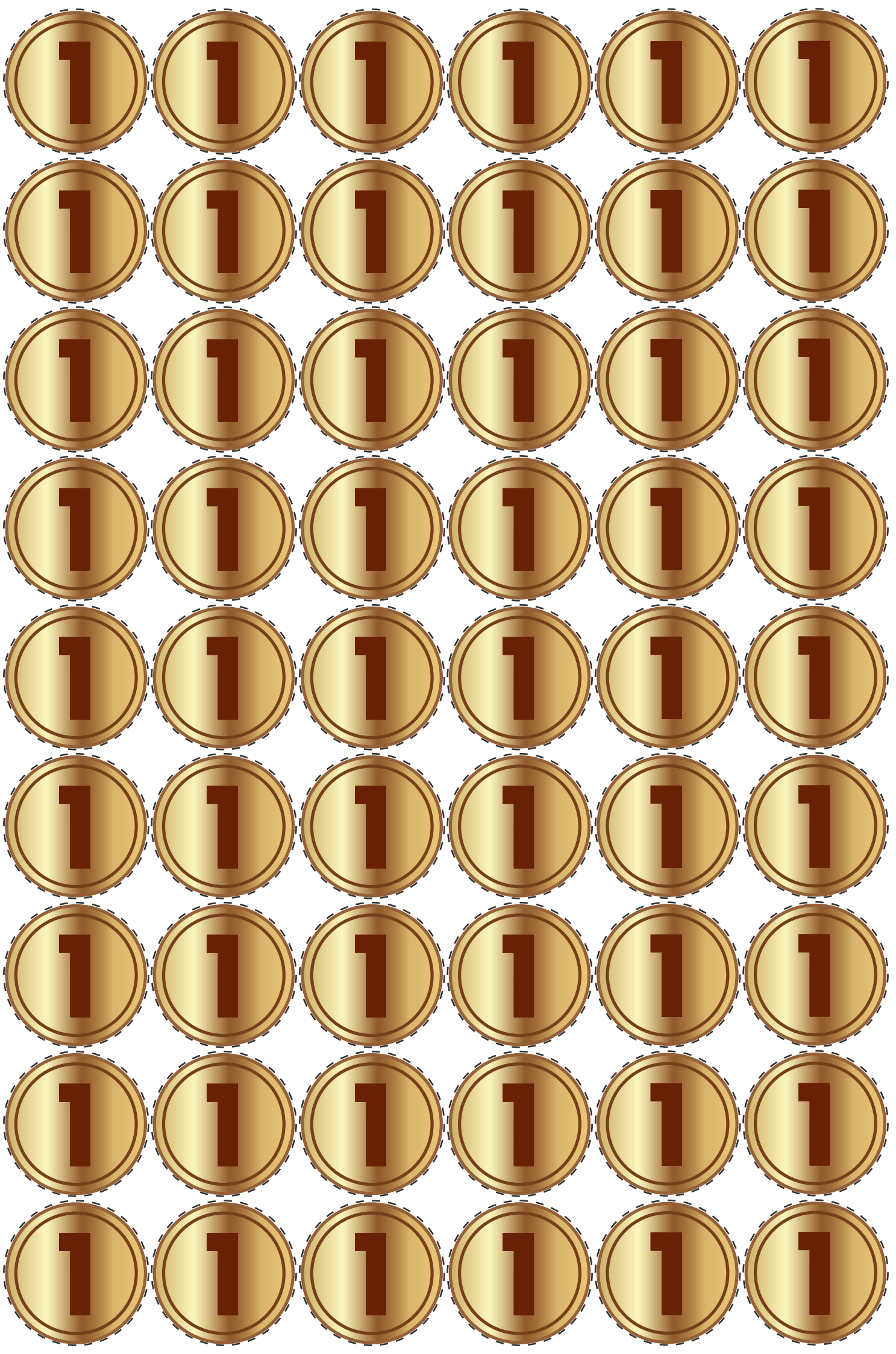


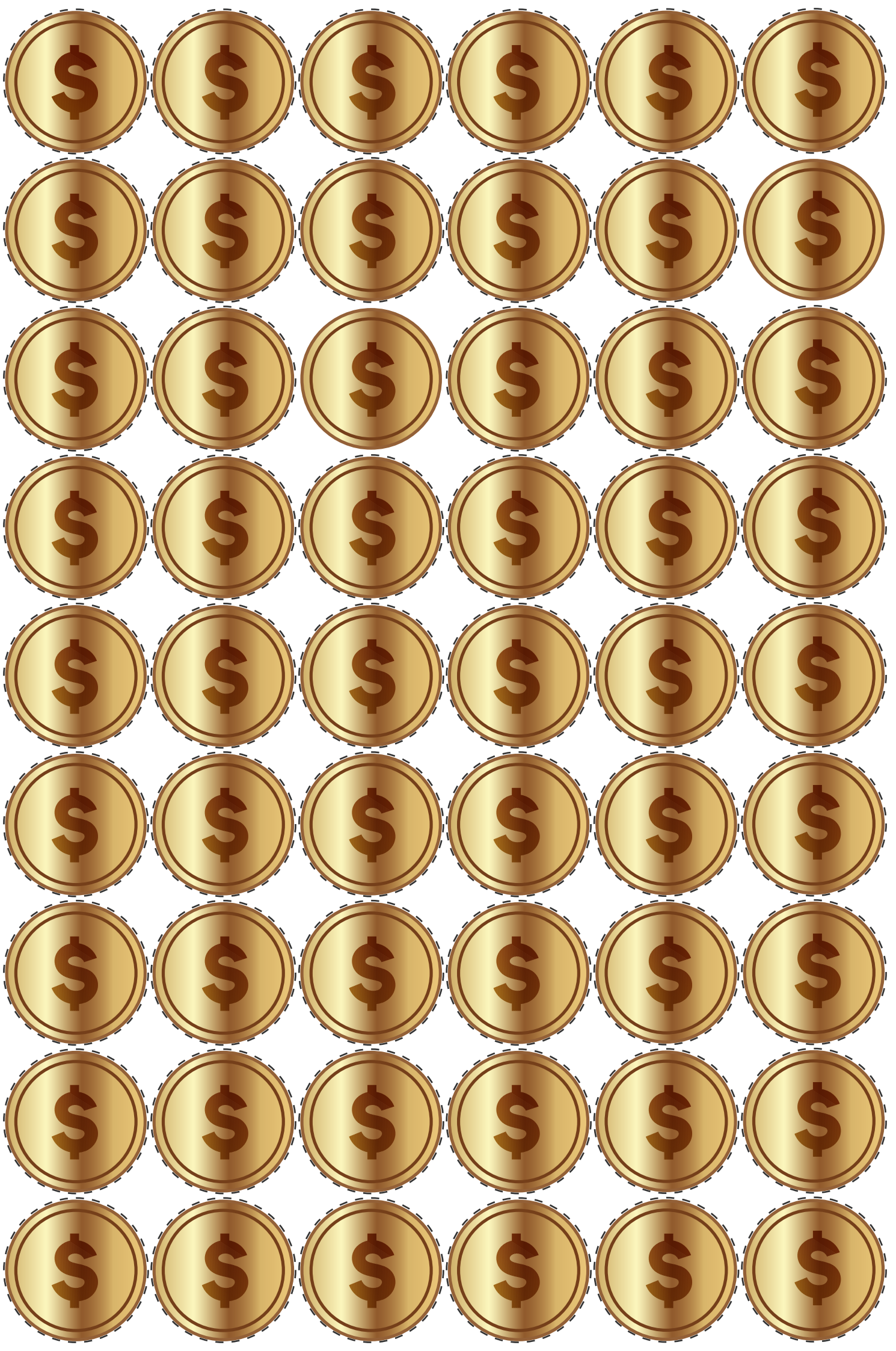












Gabarito do **TABULEIRO**



Para acessar e baixar
o tabuleiro inteiro em
tamanho real **CLIQUE AQUI**

VERSO

O QUE É ATIVO INTANGÍVEL?

- A** Um novo tipo de iogurte
- B** Uma espécie rara de pássaro invisível
- C** Um recurso não físico que agrega valor significativo a uma empresa
- D** Um aparelho de academia que você pensa que possui

RESPOSTA CERTA: C

COMO BUSCAR UMA MARCA NO SITE DO INPI?

- A** Usando um detector de metais
- B** Acessando no site do INPI a Base de Dados e inserindo o nome da Marca
- C** Chamando um detetive particular
- D** Consultando uma bola de cristal

RESPOSTA CERTA: B

QUAL É A PRINCIPAL FUNÇÃO DE UMA MARCA?

- A** Marcar a quantidade de passos dados em um dia
- B** Identificar produtos ou serviços de uma empresa, diferenciando-os dos concorrentes
- C** Indicar a direção dos ventos
- D** Servir como um ponto de encontro em uma reunião ou festa

RESPOSTA CERTA: B

QUAL NÃO É A FUNÇÃO DE UMA MARCA?

- A** Construir identidade para um produto ou serviço
- B** Fidelizar o cliente
- C** Prever o futuro do mercado
- D** Gerar lealdade do cliente

RESPOSTA CERTA: C



O QUE O REGISTRO DE UMA MARCA GARANTE AO TITULAR?

- A** Um prêmio em dinheiro
- B** Exclusividade de uso no mercado do seu setor de atuação
- C** Um troféu e um certificado
- D** Uma viagem ao redor do mundo

RESPOSTA CERTA: B

COMO O CONTÁGIO EMOCIONAL SE APLICA AO CONTEXTO DE MARCAS E FIDELIDADE DO CONSUMIDOR?

- A** Marcas que evocam emoções positivas podem criar conexões mais fortes com os consumidores
- B** Marcas que causam espirros e tosse
- C** Através da transmissão de sentimentos via sinais de Wi-Fi
- D** Usando feitiços antigos para encantar clientes

RESPOSTA CERTA: A

QUAL É A VALIDADE DO REGISTRO DE UMA MARCA?

- A** Apenas até a próxima lua cheia
- B** Vitalícia, como uma tatuagem
- C** 10 anos, renováveis
- D** Enquanto durar o estoque

RESPOSTA CERTA: C

POR QUE, AO BUSCAR UMA MARCA NA BASE DO INPI, PRECISAMOS PROCURAR VARIAÇÕES DA PALAVRA?

- A** Para identificar possíveis conflitos com Marcas semelhantes
- B** Porque é divertido como um jogo de palavras cruzadas
- C** Para melhorar nossas habilidades de digitação
- D** Para criar um novo idioma

RESPOSTA CERTA: A



SE SUA MARCA REGISTRADA FOI CONTESTADA, VOCÊ DEVE:

- A** Apresentar uma defesa ou buscar um acordo
- B** Desafiar o oponente para um duelo ao amanhecer
- C** Mudar o nome da Marca para "Marca Não Contestada"
- D** Fazer uma dança da chuva para boa sorte

RESPOSTA CERTA: A

QUAIS ELEMENTOS NÃO SÃO PROIBIÇÕES LEGAIS PARA CONSTAR EM UMA MARCA, SEGUNDO O ART. 124 DA LPI?

- A** Símbolos nacionais ou religiosos
- B** Desenhos abstratos sem significado específico
- C** Expressões de propaganda
- D** Nomes geográficos que sejam indicações geográficas

RESPOSTA CERTA: B

LETRA, ALGARISMOS E DATA, SÃO MARCAS REGISTRÁVEIS?

- A** Sim, se estiverem cobertos por chocolate
- B** Não, nunca em nenhuma circunstância
- C** Sim, se forem revestidos de forma distintiva
- D** Sim, especialmente em dias de chuva

RESPOSTA CERTA: C

QUAL MARCA EU PODERIA REGISTRAR?

- A** Uma Marca de papel higiênico com nome de uma figura religiosa
- B** A imagem de 2 bonecos fazendo atos libidinosos
- C** Uma Marca de caneta chamada "Letras Mágicas"
- D** Uma Marca com uma suástica

RESPOSTA CERTA: C



QUAIS SÃO OS TIPOS DE NATUREZA DE MARCA?

- A** Produto, serviço, certificação e coletiva
- B** Água, fogo, terra e ar
- C** Humorada, séria, triste e entusiasmada
- D** Tropical, temperada, polar e desértica

RESPOSTA CERTA: A

O QUE É UMA MARCA DE NATUREZA TIPO PRODUTO E DE NATUREZA TIPO SERVIÇO?

- A** Produto é algo que você pensou; serviço, algo que sonhou
- B** Produto são as estrelas; serviço, o céu
- C** Produto identifica bens; serviço, indica atividades de serviços oferecidas
- D** Produto é o que se come; serviço, como se come

RESPOSTA CERTA: C

POR QUE UMA MARCA DE NATUREZA TIPO CERTIFICAÇÃO NÃO PODE SER REQUERIDA POR PESSOA COM INTERESSE COMERCIAL OU INDUSTRIAL DIRETO NO PRODUTO OU SERVIÇO A SER ATESTADO?

- A** Para assegurar a imparcialidade e a confiança do certificador em relação aos produtos ou serviços a serem certificados
- B** Porque só mágicos podem requerer
- C** Para manter o mistério
- D** Porque requer um ritual secreto

RESPOSTA CERTA: A

PARA QUE SERVE A MARCA DE NATUREZA COLETIVA?

- A** Para indicar um ponto de encontro
- B** Para criar um clube exclusivo de dança
- C** Para marcar reuniões de super-heróis
- D** Para distinguir produtos ou serviços de membros de uma entidade coletiva, tipo associação ou cooperativa

RESPOSTA CERTA: D





INICIO

CADASTRAR USUÁRIO

PERGUNTA

**SORTE
ou
REVÊSI!**

**SORTE
ou
REVÊSI!**

PERGUNTA

**SORTE
ou
REVÊSI!**

PERGUNTA

CORRIDIA





ESCALADA

\$2 ESCALADA

SORTE ou REVESI!

PERGUNTA

EFETUAR BUSCA NA BASE DE MARCAS



SORTE ou REVESI!

PERGUNTA

PERGUNTA

SORTE ou REVESI!

LER MATERIAL REFERÊNCIA



SORTE ou REVESI!

\$1 ESCALADA

PERGUNTA

SORTE ou REVESI!

PERGUNTA

SORTE ou REVESI!





TA

ESCALADA

SORTE
ou
REVES!

SORTE
ou
REVES!

PERGUNTA

SORTE
ou
REVES!

PERGUNTA

SORTE
ou
REVES!

ESCALADA

PERGUNTA

FINALIZAR



PERGUNTA

**SORTE
ou
REVESI!**

**MARCA
REGISTRADA**



EMITIR E PAGAR O GRU



**SORTE
ou
REVESI!**

PERGUNTA

**SORTE
ou
REVESI!**



ANEXAR ARQUIVOS

PERGUNTA

ESCALADA

\$1

**SORTE
ou
REVÊSI!**

PERGUNTA

**SORTE
ou
REVÊSI!**

ESCALADA

\$2

**ACESSAR O SISTEMA
E-MARCAS**



**SORTE
ou
REVÊSI!**

**SORTE
ou
REVÊSI!**

PERGUNTA

PERGUNTA

**SORTE
ou
REVÊSI!**

ESCALADA

\$1

CONSULTAR A LISTA DE PRODUTOS E SERVIÇOS



PERGUNTA

\$2

ESCALADA

**SORTE
ou
REVÊSI!**



— DE — MARCAS



CORRIDA DE MARCAS



PREENCHER O FORMULÁRIO

CONFECCIONAR
IMAGEM DA MARCA

R

ESCALADA \$2

PERGUNTA

SORTE ou REVERSI

PERGUNTA

PERGUNTA

Cole aqui

Cole aqui

Cole aqui



QUAL TIPO DE APRESENTAÇÃO DE MARCA NÃO EXISTE NO BRASIL?

- A** Nominativa: Usa palavras, letras ou algarismos. Esses elementos também compõem a Mista junto com elementos figurativos
- B** Figurativa: Representada por imagens ou símbolos. Esses elementos também compõem a Mista junto com elementos nominativos
- C** Olfativa: Marcas que só podem ser percebidas pelo olfato, ou seja, quando cheiradas, portanto, não visíveis
- D** Tridimensional: qualquer forma em três dimensões distintas em si, inclusive a forma do produto ou de sua embalagem

RESPOSTA CERTA: C

QUAL INFORMAÇÃO NÃO É NECESSÁRIA PARA PREENCHER O DOCUMENTO DE DEPÓSITO?

- A** Nome do requerente
- B** Cor favorita do requerente
- C** Classe de Nice (classificação internacional) do produto ou serviço
- D** Descrição da Marca

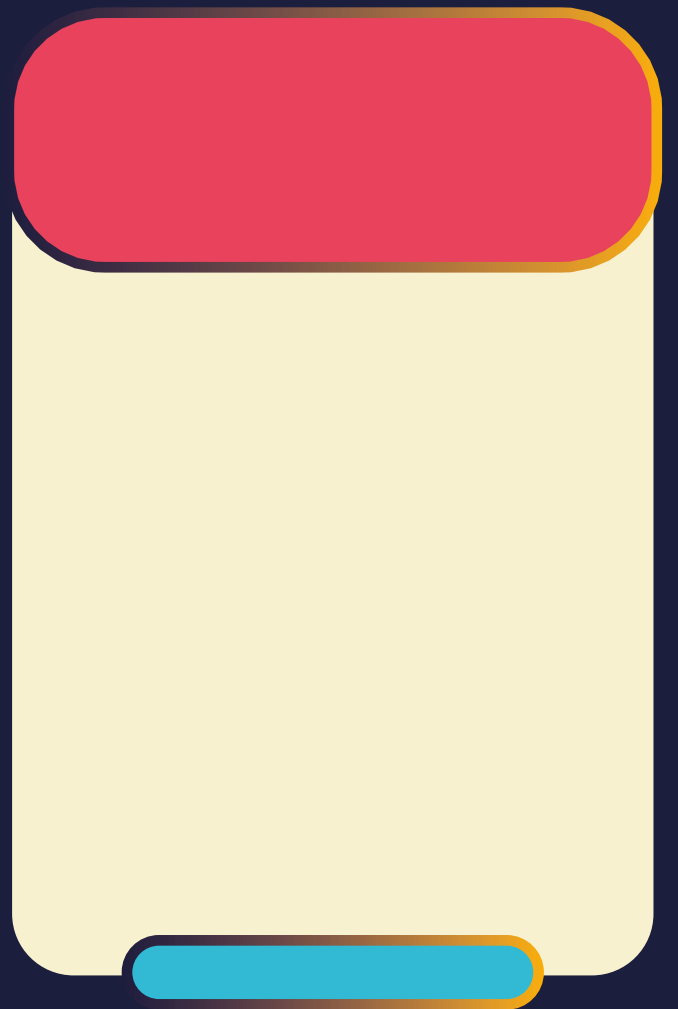
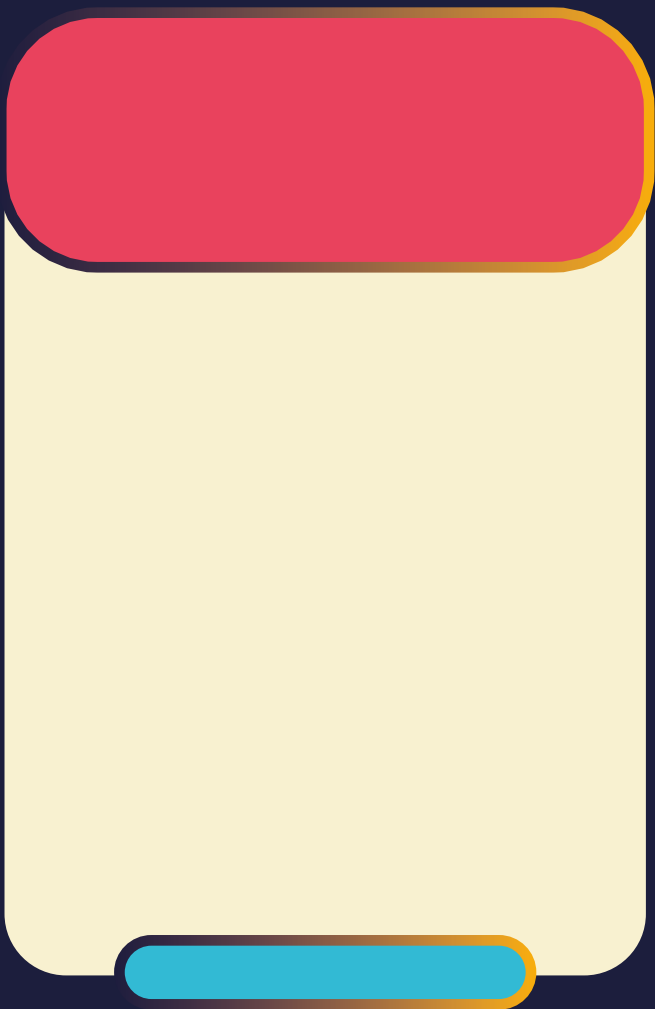
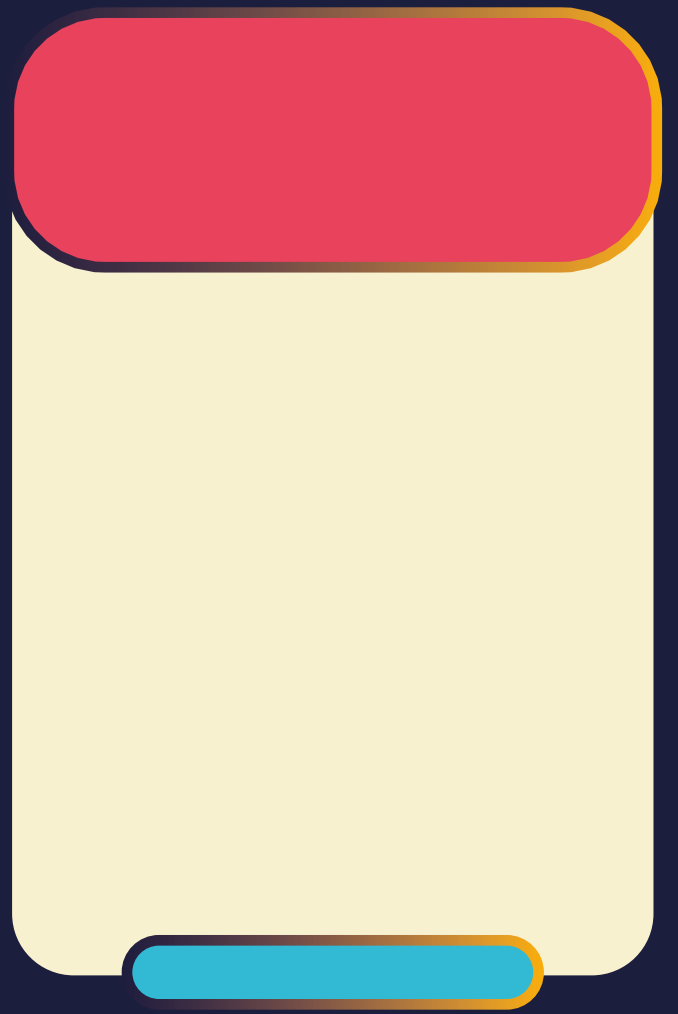
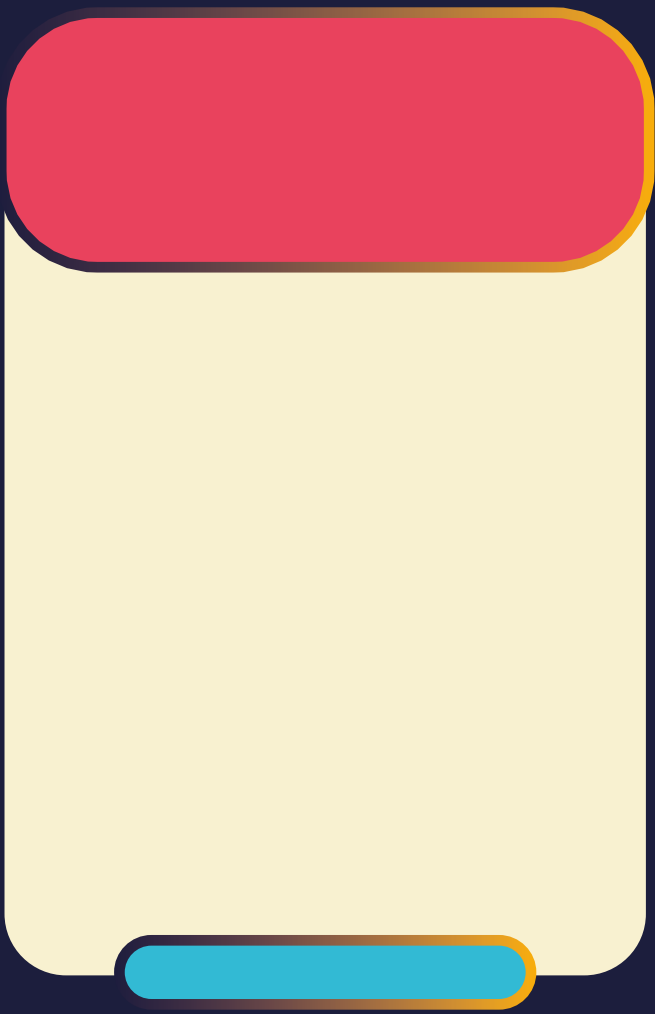
RESPOSTA CERTA: B

QUAL NÃO É UM PRINCÍPIO LEGAL QUE REGE O DIREITO DAS MARCAS?

- A** Territorialidade: Direitos limitados ao território em que se requer registro
- B** Transcendência: Marcas que alteram a realidade
- C** Especialidade: proteção limitada aos produtos e serviços especificados no depósito e constantes de uma das classes da classificação de Nice
- D** Sistema atributivo: o registro da marca só é obtido por meio do registro validamente concedido

RESPOSTA CERTA: B









Você tentou registrar a imagem da Torre de Pisa como sua Marca de macarrão.

Ops! O INPI negou porque isso é um símbolo nacional Italiano.

Art 124

I - Brasão, armas, medalha, bandeira, emblema, distintivo e monumento oficiais, públicos, nacionais, estrangeiros ou internacionais, bem como a respectiva designação, figura ou imitação;

REVÉS!

Volte **3 casas** enquanto você procura outra Marca para representar seu produto.



Parabéns!

Sua Marca, a letra "Z" estilizada como um raio, foi aceita por ser suficientemente distintiva

Art 124

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

SORTE!

Avance **2 casas** com a velocidade de um relâmpago.



Você criou uma Marca de sapatos e resolveu usar a SUÁSTICA como um sinal para identificar os sapatos. Contudo, tanto a imagem quanto a palavra não são aceitas como Marca por atentarem contra sentimentos dignos de respeito e você teve sua Marca negada.

Art 124

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 ideia e sentimento dignos de respeito e veneração;

REVÉS!

Perde **uma rodada** procurando outro termo para sua Marca.

GOV

Você tentou registrar "**STF - SUPREMO TRIBUNAL DO FOGO**" para sua churrascaria, mas o INPI disse não porque sua Marca contém a designação de órgão público do poder judiciário.

Art 124

IV - Designação ou sigla de entidade ou órgão público, quando não requerido o registro pela própria entidade ou órgão público;

REVÉS!

Fique parado por **1 rodada**.

SORTE
ou
REVÉS!

SORTE
ou
REVÉS!

SORTE
ou
REVÉS!

SORTE
ou
REVÉS!



A empresa Dim tentou registrar a sua Marca no Brasil. Contudo, Dim já era nome comercial e título de estabelecimento de uma empresa nacional. Contudo, Dim já era nome comercial e título de estabelecimento de uma empresa nacional do mesmo segmento.

Art 124

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

SORTE!

Escolha um jogador para voltar **2 casas**.



Você inventou a "Pizza Italiana" e tentou registrar um quadrado como Marca. O INPI recusou por ser muito genérico, pois símbolos geométricos são considerados formas básicas e sem distintividade.

Art 124

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;

REVÉS!

Perca uma jogada até criar uma outra Marca para sua pizza



A tentativa de registrar "**VENTILADEZ, O MELHOR VENTILADOR**" como Marca de ventiladores falhou por indicar supervalorização do produto, configurando expressão de caráter propagandístico.

Art 124

VII - Sinal ou expressão empregada apenas como meio de propaganda; distintiva;

REVÉS!

Você é soprado de volta **2 casas** pela força do vento.



Parabéns!

As cores da sua escola de samba são únicas e bem combinadas o suficiente para serem aceitas.

Art 124

VIII - Cores e suas denominações, salvo se dispostas ou combinadas de modo peculiar e distintiva;

SORTE!

Vá sambando **3 casas** para frente.

SORTE
ou
REVÉS!

SORTE
ou
REVÉS!

SORTE
ou
REVÉS!

SORTE
ou
REVÉS!



Sua Marca de queijos "Canastra queijos" reproduz indicação geográfica reconhecida pelo INPI referente ao geográfico "Canastra" e o INPI recusou.

Art 124

IX - Indicação Geográfica, uma imitação suscetível de causar confusão ou sinal que possa falsamente induzir Indicação geográfica;

REVÉS!

Enquanto chora pelo leite derramado, **volte 2 casas.**



Você produz águas de lavanda no Estado do Rio de Janeiro e tentou registrar a marca "Águas de Provence". O INPI recusou. Então você depositou a Marca "Águas Rio-Carioca", e obteve sua marca, pois sua lavanda é realmente proveniente do Rio de Janeiro.

Art 124

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;

SORTE!

Ganha **1 moeda** já que é uma Marca que não induz os consumidores a erro sobre a origem do produto.



Sua Marca S.I.F para assinalar produtos como salame e congêneres foi recusada, pois o sinal S.I.F significa que os produtos de origem animal estão sob responsabilidade do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, devendo ser registrados e aprovados pelo Serviço de Inspeção Federal (S.I.F), de forma a garantir produtos com certificação sanitária e tecnológica para o consumidor brasileiro.

Art 124

XI - Reprodução ou imitação de cunho oficial, regularmente adotada para garantia de padrão de qualquer gênero ou natureza;

REVÉS!

Fique **uma rodada** sem jogar enquanto desenha uma logo nova.



Você tentou registrar sua Marca de produtos naturais e orgânicos "Instinto Brasileiro Diverso - IBD" ou "ECO - Certo - ECOCERT", mas IBD ou ECOCERT é uma marca de certificação para produtos orgânicos.

Art 124

XII - Reprodução ou imitação de sinal que tenha sido registrado como Marca coletiva ou de certificação por terceiro, observado o disposto no art. 154;

REVÉS!

Perca 1 moeda enquanto faz dancinha.

SORTE
ou
REVÉS!

SORTE
ou
REVÉS!

SORTE
ou
REVÉS!

SORTE
ou
REVÉS!



A Marca de seu adversário "Cinemas Oscar" foi recusada por usar o termo OSCAR e ter uma imagem da estátua do Prêmio

Art 124

XIII - Nome, prêmio ou símbolo de evento esportivo, artístico, cultural, social, político, econômico ou técnico, oficial ou oficialmente reconhecido, bem como a imitação suscetível de criar confusão, salvo quando autorizados pela autoridade competente ou entidade promotora do evento;

SORTE!

Ganha **1 moeda**, pois seu concorrente tentou registrar para si o Oscar e o INPI disse não!



Sua fábrica de moedinhas de chocolate teve que parar a produção, pois sua Marca foi recusada por imitar o euro.

Art 124

XIV - Reprodução ou imitação de título, apólice, moeda e cédula da União, dos Estados, do Distrito Federal, dos Territórios, dos Municípios, ou de país; pela autoridade competente ou entidade promotora do evento;

REVÉS!

Volte **2 casas**.



Sua Marca para serviços de entretenimento com corridas de karts "AYRTON SENNA" foi indeferida por constituir nome civil de corredor da Fórmula I.

Art 124

XV - Nome civil ou sua assinatura, nome de família ou patronímico e imagem de terceiros, salvo com consentimento do titular, herdeiros ou sucessores;

REVÉS!

Perca **1 moeda**, já que a Marca induziria a escolha dos consumidores desse tipo de entretenimento



Sua escolinha de futebol "PELÉ MIL" teve seu pedido indeferido por conter o pseudônimo de um famoso jogador, mas por sorte você conseguiu fazer um acordo com a família dele e teve o uso autorizado.

Art 124

XVI - Pseudônimo ou apelido notoriamente conhecidos, nome artístico singular ou coletivo, salvo com consentimento do titular, herdeiros ou sucessores;

SORTE!

Ganha **1 moeda** já que é uma Marca que reproduz pseudônimo famoso que teve seu uso autorizado pela família, não sendo mais um sinal enganoso.

SORTE
ou
REVÉS!

SORTE
ou
REVÉS!

SORTE
ou
REVÉS!

SORTE
ou
REVÉS!



O registro da sua Marca de móveis "**Pau-brasil Paubrasilia echinata**" foi indeferida, pois o pedido combinava um termo técnico com a denominação comum do produto, sem apresentar características distintas.

Art 124

XVIII - Termo técnico usado na indústria, na ciência e na arte, que tenha relação com o produto ou serviço a distinguir;

REVÉS!

Perca **uma moeda** e crie uma Marca sem termo técnico incluído



O registro da sua Marca Mônica Lanches foi indeferido, pois contém o nome de um personagem registrado, mas seus recursos foram aceitos e sua Marca foi registrada, por se tratar de um segmento de mercado diferente (alimentação) daquele do personagem (entretenimento).

Art 124

XVII - Obra literária, artística ou científica, assim como os títulos que estejam protegidos pelo Direito Autoral e sejam suscetíveis de causar confusão ou associação, salvo com consentimento do autor ou titular;

SORTE!

Avance **3 casas**, visto que as Marcas são de segmentos diferentes.



O registro da Marca do seu principal concorrente "Spobreto" foi indeferido por usar parte do nome de sua marca para identificar produtos/serviços idênticos ou afins.

Art 124

XIX - Reprodução ou imitação, no todo ou em parte, ainda que com acréscimo, de Marca alheia registrada, para distinguir ou certificar produto ou serviço idêntico, semelhante ou afim, suscetível de causar confusão ou associação com Marca alheia;

SORTE!

Avance **3 casas**.

OOPS!

Sua empresa teve sua nova Marca indeferida, pois esqueceu de trocar as cores, sendo a nova marca igual a anterior que já era um registro seu

Art 124

XX - Dualidade de Marcas de um só titular para o mesmo produto ou serviço, salvo quando, no caso de Marcas de mesma natureza, se revestirem de suficiente forma distintiva;

REVÉS!

Fique **uma rodada** sem jogar enquanto a empresa dispensa o designer responsável.

SORTE
ou
REVÉS!

SORTE
ou
REVÉS!

SORTE
ou
REVÉS!

SORTE
ou
REVÉS!



Sua empresa criou um novo tipo de tesoura e registrou uma foto dela como Marca, o pedido foi indeferido, pois o formato da tesoura é necessário para o funcionamento dela.

Art 124

XXI – A forma necessária, comum ou vulgar do produto ou de acondicionamento, ou, ainda, aquela que não possa ser dissociada de efeito técnico;

REVÉS!

Volte **3 casas** e crie uma nova Marca para o seu produto.



Inciso XXII: Seu registro como Marca tridimensional para perfumes usando a embalagem da garrafa de um famoso drink foi concedido, pois o desenho industrial do titular da bebida já havia expirado.

Art 124

XXII – Objeto que estiver protegido por registro de Desenho Industrial de terceiro;

SORTE!

Durma uma boa noite e **salte 2 casas à frente** no seu descanso.



Você decidiu registrar em seu nome a Marca de uma empresa estrangeira com a qual você tem acordos de parceria comercial. Contudo, sua parceira comercial não gostou nada disso e resolveu reclamar com o INPI que deu toda razão a mesma. Assim, você perdeu não só a possibilidade de registrar a sua Marca, como também a parceria.

Art 124

XXIII – Sinal que imite ou reproduza, no todo ou em parte, Marca que o requerente evidentemente não poderia desconhecer em razão de sua atividade, cujo titular seja sediado ou domiciliado em território nacional ou em país com o qual o Brasil mantenha acordo ou que assegure reciprocidade de tratamento, se a marca se destinar a distinguir produto ou serviço idêntico, semelhante ou afim, suscetível de causar confusão ou associação com aquela marca alheia.

REVÉS!

Você se perdeu no caminho e precisa **esperar uma rodada** por novas direções.

REVÉS!

SORTE
ou
REVÉS!

SORTE
ou
REVÉS!

SORTE
ou
REVÉS!

SORTE
ou
REVÉS!

REVÉS!

SORTE!

REVÉS!

SORTE!

SORTE
ou
REVÉS!

SORTE
ou
REVÉS!

SORTE
ou
REVÉS!

SORTE
ou
REVÉS!

BIBLIOGRAFIA

Instituto Nacional da Propriedade Industrial (Brasil). [A criação de uma marca: uma introdução às marcas de produtos e serviços para as pequenas e médias empresas/ Instituto Nacional da Propriedade Industrial.](#) – Rio de Janeiro: INPI, 2013.

NUNES, M. A. S. N.; PINHEIRO-MACHADO, R.; SILVA, E. S.; SANTOS, J. C. . [ALMANAQUE PARA POPULARIZAÇÃO DE CIÊNCIA DA COMPUTAÇÃO Série 3: Propriedade Intelectual; Volume 3: Marcas - Parte 2.](#) 1. ed. Porto Alegre: SBC, 2016. v. 3. 32p

NUNES, M.A.S.N.; PINHEIRO-MACHADO, R. ; SILVA, E. S. ; SANTOS, J. C. . [ALMANAQUE PARA POPULARIZAÇÃO DE CIÊNCIA DA COMPUTAÇÃO Série 3: Propriedade Intelectual; Volume 2: Marcas - Parte 1.](#) 1. ed. Porto Alegre: SBC, 2016. v. 2. 20p .

Mais gibis em

<https://almanaquesdacomputacao.com.br/>

<https://almanaquesdacomputacao.com.br/gutanunes/publication.html>

COMO CITAR

MOUTINHO, J. L. M.; NUNES, M.A.S.N.; PINHEIRO-MACHADO, R.; PERALTA, P. P.; PAIXAO, A. G. S.. ALMANAQUE PARA POPULARIZAÇÃO DE CIÊNCIA DA COMPUTAÇÃO Série 3: Propriedade Intelectual Volume 34: Corrida de Marcas, ed.1. Porto Alegre: SBC, 2024, v.34., p.64.

SOBRE OS AUTORES



João Lucas Matera Moutinho

Graduando em Sistemas de Informação na Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro - UNIRIO.



Maria Augusta Silveira Netto Nunes

Bolsista de Produtividade Desen. Tec. e Extensão Inovadora do CNPq - Nível 1C - Programa de Desenvolvimento Tecnológico e Industrial

Professor Associado IV do Departamento de Computação da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO). Membro permanente no Programa de Pós-graduação em Informática PPGI (UNIRIO). Pós-doutora pelo laboratório LINE, Université Côte d'Azur/Nice Sophia Antipolis/ Nice-França (2019). Pós-doutora pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) (2016). Doutora em "Informatique pela Université de Montpellier II - LIRMM em Montpellier, França (2008). Realizou estágio doutoral (doc-sanduíche) no INESC-ID- IST Lisboa- Portugal (ago 2007-fev 2008). Mestre em Ciência da Computação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1998). Graduada em Ciência da Computação pela Universidade de Passo Fundo-RS (1995). É bolsista produtividade DT-CNPq-1C. Em 2024 foi agraciada com o título "EDUCADORA DE PI+STEAM DO ANO" pelo INPI. Em 2024 foi vencedora do II Prêmio PI nas Escolas, categoria Negócios- Formação Final (INPI). Recebeu em 2022 o Prêmio Tércio Pacitti em Inovação para Educação em Ciência da Computação pelo projeto Almanques para Popularização de Ciência da Computação. Atualmente, suas pesquisas estão voltadas, principalmente, no uso de HQs na Educação e Pensamento Computacional para o desenvolvimento das habilidades para o Século XXI. Atua também em Propriedade Intelectual para Computação, Startups e Empreendedorismo. Criou o projeto "Almanques para Popularização de Ciência da Computação" chancelado pela SBC.

<http://almanquesdacomputacao.com.br>

<http://scholar.google.com.br/citations?user=rte6o8yyAAAAJ>



Rita Pinheiro-Machado

Especialista Sênior em Propriedade Industrial

Graduada em Ciências Biológicas (Universidade Santa Úrsula, 1984). Mestrado (1999) e Doutorado (2004) em Química Biológica, ambos com ênfase em Gestão, Educação e Difusão de Biociências, pelo Instituto de Bioquímica Médica da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Atualmente, é Especialista Sênior em Propriedade Industrial do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), e atua como Professora do Mestrado e Doutorado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação. Atuou como: Examinadora de patentes (2002-2004); Coordenadora da Cooperação Nacional (2005-2007); Coordenadora-Geral de Ação Regional e Articulação Institucional (2009-2013); e, Coordenadora da Academia de Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento (2008 e entre 2013-2018).



Patrícia Pereira Peralta

Tecnologista em Propriedade Industrial

Servidora Pública do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). Pós-doutora em Estudos Culturais pelo Programa Avançado de Cultura Contemporânea da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Doutora em Artes Visuais pela UFRJ e Mestre em História da Arte pela UFRJ. Docente permanente da Academia de Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento do INPI, com pesquisas e orientações nas áreas de desenhos industriais, marcas e indicações geográficas. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9923270028346687>



Anne Gabriely Santos da Paixão

Graduanda na Universidade Federal de Sergipe - UFS.

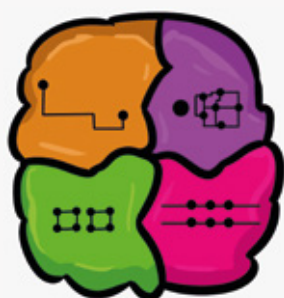
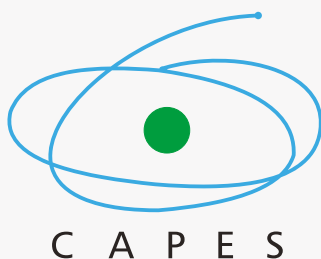
Portfólio: <https://www.behance.net/annegabriely>

Agradecimentos

Ao CNPq, CAPES, SBC, BSI/PPGI-UNIRIO.

APOIO

CONTEÚDO INTELECTUAL DE VEICULAÇÃO GRATUITA, SUA VENDA É PROIBIDA.



Acesse:
almanaquesdacomputacao.com.br

ISBN 9788576696179



9 788576 696179 >