

# ALMANAQUE PARA POPULARIZAÇÃO DE CIÊNCIA DA COMPUTAÇÃO

SÉRIE 3 PROPRIEDADE  
INTELLECTUAL

Volume 3

## MARCAS - PARTE 2



Maria Augusta Silveira Netto Nunes  
Rita Pinheiro-Machado  
Elisangela Santos da Silva  
Jean Carvalho Santos

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE

Universidade Federal de Sergipe

REITOR

Prof. Dr. Angelo Roberto Antonioli

VICE-REITOR

Prof. André Maurício Conceição de Souza

CAPA E EDITORAÇÃO ELETRÔNICA

Jean Carvalho Santos

REVISÃO GERAL

Maria Augusta Silveira Netto Nunes

COLABORADOR DO INPI

Vinicius Bogéa Câmara

*Os personagens e as situações desta obra são reais apenas no universo da ficção; não se referem a pessoas e fatos concretos, e não emitem opinião sobre eles.*

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL  
DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE

M313

Marcas : parte 2 [recurso eletrônico] / Maria Augusta Silveira Netto Nunes ... [et al.]. – Porto Alegre : SBC ; São Cristóvão : UFS, 2016. 32 p. : il. – (Almanaque para popularização de ciência da computação. Série 3, Propriedade Intelectual ; v. 3)

ISBN 978-85-7669-353-6

1. Computação. 2. Marca registrada. 3. Propriedade intelectual. I. Nunes, Maria Augusta Silveira Netto. II. Série.

CDU 004.31:347.77(059)



ALMANAQUE PARA POPULARIZAÇÃO DE  
**CIÊNCIA DA COMPUTAÇÃO**

**SÉRIE 3: PROPRIEDADE INTELECTUAL**

**VOLUME 3**

# MARCAS - PARTE 2

**Sociedade Brasileira de Computação – SBC**

Porto Alegre - RS

## **AUTORES**

Maria Augusta Silveira Netto Nunes

Rita Pinheiro-Machado

Elisangela Santos da Silva

Jean Carvalho Santos

Realização

**Universidade Federal de Sergipe**

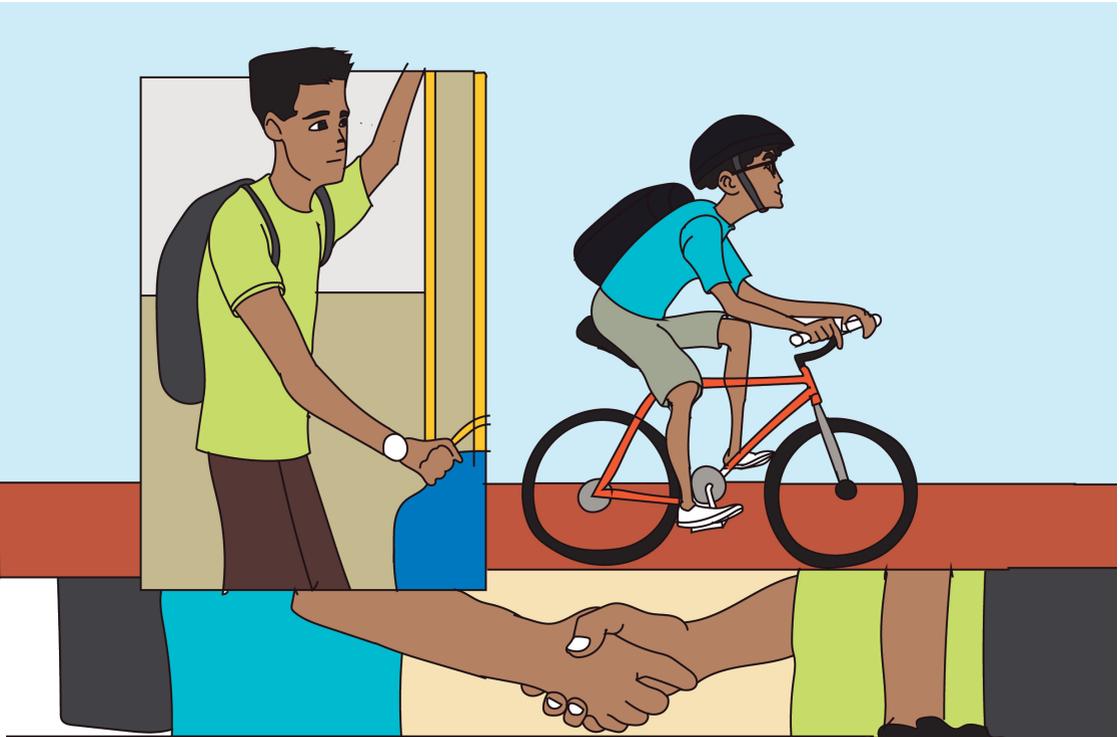
São Cristóvão – Sergipe - 2016

## APRESENTAÇÃO

Essa cartilha foi desenvolvida pelo projeto de pós-doutorado de Maria Augusta S. N. Nunes, sob supervisão de Rita Pinheiro-Machado do Instituto Nacional da Propriedade Intelectual - INPI. É, também, vinculado ao projeto da Bolsa de Produtividade CNPq-DTII nº310793/2013-0, coordenado pela prof<sup>a</sup>. Maria Augusta S. N. Nunes em desenvolvimento no Departamento de Computação (DCOMP)/Programa de Pós-graduação em Ciência da Computação (PROCC) – UFS. Ainda, vinculado ao projeto de extensão e Iniciação Científica para popularização de Ciência da Computação em Sergipe apoiado pela PROEX e COPES - UFS. O público alvo das cartilhas são jovens pré-vestibulandos e graduandos em anos iniciais. O objetivo é fomentar ao público sergipano e nacional o interesse pela área da Propriedade Intelectual com exemplos na área de Ciência da Computação.

Essa cartilha, trata sobre aspectos de como as Marcas podem nascer a partir de um software e como pode ser interessante se apropriar desses ativos intelectuais fomentando o caráter empreendedor de nossos jovens no Brasil. Os conceitos sobre Marcas estão divididas em dois volumes na Série 3.

*(os Autores)*



ENTÃO ARIEL,  
TUDO BEM  
ONTEM EM SEU  
COMPROMISSO?

TUDO BEM SIM. E COM VOCÊ?

TUDO BEM, MAS ESTOU CURIOSO  
COM A EXPLICAÇÕES DE HOJE...

ENTÃO VAMOS LÁ! COMO TE  
FALEI ONTEM PRECISO EXPLICAR  
ALGUNS CONCEITOS PARA O  
DEPÓSITO NO INPI. PARA ISSO  
É IMPORTANTE CONHECERMOS O  
FOLDER FORNECIDO NO INPI  
QUE DÁ UMA GERAL NO QUE  
PRECISAMOS PARA REGISTRAR AS  
MARCAS.

VEJA AQUI! VAMOS TENTAR DAR UMA GERAL,  
SEGUINDO ESSE FOLDER...  
O PRIMEIRO PASSO É NOS REGISTRARMOS NO  
INPI. MAS NO NOSSO CASO COMO SOMOS  
ALUNOS DA UFS E ESTAMOS FAZENDO  
REGISTRO DE PRODUTOS ORIGINÁRIOS DE  
NOSSAS PESQUISAS AQUI, QUEM FARÁ O  
DEPÓSITO É O PRÓPRIO NIT DA UFS. ENTÃO  
NÃO PRECISAMOS NOS PREOCUPAR EM  
PREENCHER ESSE CADASTRO...

UFA!! MAS SE PRECISASSE NÃO SERIA DIFÍCIL !!!.

COM TODA RAZÃO, NATAN.



O PASSO 2 É LER O MATERIAL DO MANUAL DE MARCA NO SITE DO INPI. DIGITE AÍ NATAN:

[http://manualdemarcas.inpi.gov.br/projects/manual/wiki/02\\_O\\_que\\_%C3%A9\\_marca](http://manualdemarcas.inpi.gov.br/projects/manual/wiki/02_O_que_%C3%A9_marca)

**INPI** INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

Recherche :

Manual de Marcas »

## 2. O que é marca

### 2.1 Definição

Marca é um sinal aplicado a produtos ou serviços, cujas funções principais são identificar a origem e distinguir produtos ou serviços de outros idênticos, semelhantes ou afins de origem diversa.

De acordo com a legislação brasileira, são passíveis de registro como marca todos os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais, conforme disposto no art. 122 da Lei nº 9279/96 (Lei da Propriedade Industrial).

- 2. O que é marca
- 2.1 Definição
- 2.2 Natureza
  - Marca de Produto
  - Marca de Serviço
  - Marca Coletiva
  - Marca de Certificação
- 2.3 Formas de apresentação
  - Marca Nominativa
  - Marca Figurativa
  - Marca Mista
  - Marca Tridimensional
- 2.4 Princípios legais
  - 2.4.1 Territorialidade
  - 2.4.2 Especialidade
  - 2.4.3 Sistema atributivo
  - 2.5 Repressão à concorrência desleal

### 2.2 N

Quas são clas de serviço, coletiva e d

ARIEL, A MARCA NÃO DEVE SE ENQUADRAR NAS PROIBIÇÕES LEGAIS, NÃO É?

ISSO MESMO, NÃO DEVEM SE ENQUADRAR NOS CASOS ABAIXO! AS PROIBIÇÕES LEGAIS QUE CONSTAM NO ART. 124 DA LEI DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (LPI) SÃO:

**I - BRASÃO, ARMAS, MEDALHA, BANDEIRA, EMBLEMA, DISTINTIVO E MONUMENTO OFICIAIS, PÚBLICOS, NACIONAIS, ESTRANGEIROS OU INTERNACIONAIS, BEM COMO A RESPECTIVA DESIGNAÇÃO, FIGURA OU IMITAÇÃO;**

## Irregistráveis – Proibição Absoluta



## REGISTRÁVEIS



II - LETRA, ALGARISMO E DATA, ISOLADAMENTE, SALVO QUANDO REVESTIDOS DE SUFICIENTE FORMA DISTINTIVA;



51

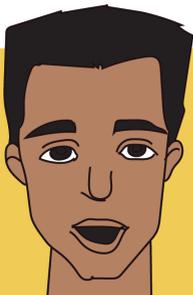
registráveis

W

3

M

Irregistráveis



**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;**

**irregistráveis**



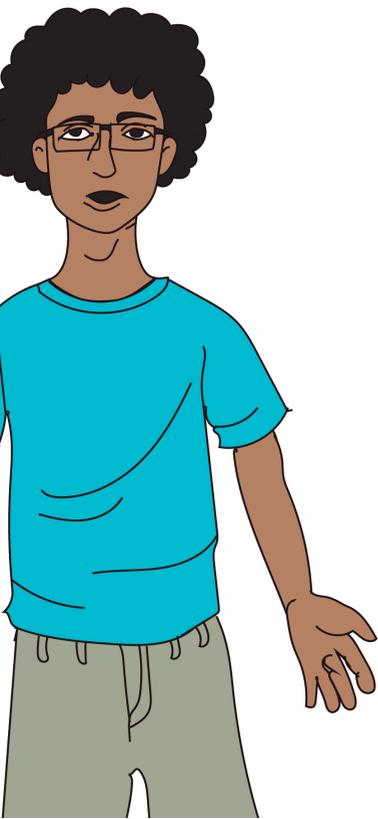
Pepinos Penetrantes



**SÃO MATHEUS**

**Irregistrável para afrodisíacos**

**Irregistrável para papel higiênico**



**IV - DESIGNAÇÃO OU SIGLA DE ENTIDADE OU ÓRGÃO PÚBLICO, QUANDO NÃO REQUERIDO O REGISTRO PELA PRÓPRIA ENTIDADE OU ÓRGÃO PÚBLICO;**

**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 SIMPLEMENTE 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;**

**VII - SINAL OU EXPRESSÃO EMPREGADA APENAS COMO MEIO DE PROPAGANDA;**

**VIII - CORES E SUAS DENOMINAÇÕES, SALVO SE DISPOSTAS OU COMBINADAS DE MODO PECULIAR E DISTINTIVO;**

**IX - INDICAÇÃO GEOGRÁFICA, SUA IMITAÇÃO SUSCETÍVEL DE CAUSAR CONFUSÃO OU SINAL QUE POSSA FALSAMENTE INDUZIR INDICAÇÃO GEOGRÁFICA;**

**SAL CABO FRIO** – para sal  
proveniente de localidade distinta  
de Cabo Frio



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;

**INQUEBRÁVEL** – para louças

**IN NATURA** – para molho de tomate



**NOVAPELE** *Para creme  
cosmético*

XI - REPRODUÇÃO OU IMITAÇÃO DE CUNHO OFICIAL, REGULARMENTE ADOTADA PARA GARANTIA DE PADRÃO DE QUALQUER GÊNERO OU NATUREZA;

XII - REPRODUÇÃO OU IMITAÇÃO DE SINAL QUE TENHA SIDO REGISTRADO COMO MARCA COLETIVA OU DE CERTIFICAÇÃO POR TERCEIRO, OBSERVADO O DISPOSTO NO ART. 154;





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;



19ª BIENAL INTERNACIONAL  
DO LIVRO DE SÃO PAULO  
2006



## PRÊMIO NOBEL

XIV - REPRODUÇÃO OU IMITAÇÃO DE TÍTULO, APÓLICE, MOEDA E CÉDULA DA UNIÃO, DOS ESTADOS, DO DISTRITO FEDERAL, DOS TERRITÓRIOS, DOS MUNICÍPIOS, OU DE PAÍS;  
XV - NOME CIVIL OU SUA ASSINATURA, NOME DE FAMÍLIA OU PATRONÍMICO E IMAGEM DE TERCEIROS, SALVO COM CONSENTIMENTO DO TITULAR, HERDEIROS OU SUCESSORES;



MARIELLA BURANI



SENNÁ

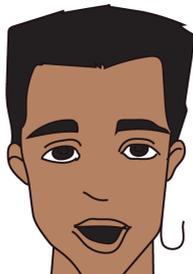
XVI - PSEUDÔNIMO OU APELIDO NOTORIAMENTE CONHECIDOS, NOME ARTÍSTICO SINGULAR OU COLETIVO, SALVO COM CONSENTIMENTO DO TITULAR, HERDEIROS OU SUCESSORES;;

**LEGIÃO URBANA** -  
nome artístico coletivo  
- grupo musical

**PIXINGUINHA** - pseudônimo de  
Alfredo da Rocha Viana Junior

**PELÉ** - apelido notório de Edson  
Arantes do Nascimento

**JÔ SOARES** - nome artístico de  
José Eugênio Soares



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;



## ROQUE SANTEIRO

XVIII - TERMO TÉCNICO USADO NA INDÚSTRIA, NA CIÊNCIA E NA ARTE, QUE TENHA RELAÇÃO COM O PRODUTO OU SERVIÇO A DISTINGUIR;

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;

### IMITAÇÃO GRÁFICO-VISUAL / IMITAÇÃO FONÉTICA

REGISTRADA		REGISTRANDA
CELTECH	X	TECHCELL
DEMARCID	X	DHERMACITY
	X	TRANSPRESS
	X	
REGISTRADA		REGISTRANDA

Aldeia dos Ventos X ALDEIA DOS VENTOS



X



# IMITAÇÃO IDEOLÓGICA



Para Sal

X



Para Arroz



Para serviços de  
lanchonete

X



Para bebidas



Para Pilhas

X



Para Pilhas

**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;**

**XXI - A FORMA NECESSÁRIA, COMUM OU VULGAR DO PRODUTO OU DE ACONDICIONAMENTO, OU, AINDA, AQUELA QUE NÃO POSSA SER DISSOCIADA DE EFEITO TÉCNICO;**

**XXII - OBJETO QUE ESTIVER PROTEGIDO POR REGISTRO DE DESENHO INDUSTRIAL DE TERCEIRO; E,**

**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.**

ARIEL, A MARCA NÃO DEVE SE ENQUADRAR NAS PROIBIÇÕES LEGAIS, NÃO É?

CALMA AÍ NATAN!! NÃO SE PREOCUPE, ISSO SERVE SÓ PARA CONSULTA... AGORA O PRÓXIMO PASSO É EFETUAR UMA BUSCA DE ANTERIORIDADE PARA VER SE A MARCA PRETENDIDA JÁ FOI REGISTRADA. ESSA BUSCA A GENTE FAZ NO SITE DO INPI. COMO TE MOSTREI ANTES NATAN, LEMBRA?? NO CASO DO SIRILUS, QUANDO BUSCAMOS NÃO ACHAMOS NADA SEMELHANTE, MAS ESQUECEMOS DE BUSCAR O RADICAL DIFERENTE, COM UM "I" SOMENTE. E DEPOIS NOS FERRAMOS POR CAUSA DISSO!

EHEHEHEH, É MESMO! TEMOS DE SER CRITERIOSOS NESTA BUSCA. MAS AGORA ISSO NÃO VAI MAIS ACONTECER, POIS TANTO VOCÊS COMO O NIT DA UFS JÁ ADQUIRIRAM EXPERIÊNCIA NISSO, NÃO É?

É SIM! MAS TOMARA QUE O INPI ACEITE A JUSTIFICATIVA FEITA PELO PROCURADOR. IMAGINA SE TIVERMOS QUE REFAZER TODO O DESIGN DA MARCA E MUDAR TODAS AS TELAS E PRODUTOS DE OUTROS ATIVOS JÁ PRODUZIDOS E RELACIONADOS AO SOFTWARE. QUE EFEITO COLATERAL TERRÍVEL E CUSTOSO SERIA...

POIS É! AÍ É QUE VEMOS A IMPORTÂNCIA DE FAZER TUDO CONFORME AS SUGESTÕES DO INPI PARA NÃO TERMOS PROBLEMAS FUTUROS. NO NOSSO CASO, FOI UMA FALHA BOBA, CAUSADA PELA INEXPERIÊNCIA DE NOSSA EQUIPE, MAS QUE PODERÁ GERAR ESSE TRANSTORNO ENORME E INVIABILIZAR O USO DO SOFTWARE COMO ELE ESTÁ HOJE.

COMPLICADO MESMO!

ENTÃO, VOLTEMOS... SEGUINDO O FOLDER DO INPI, O PASSO 4....  
DEPOIS DE VER QUE A MARCA NÃO EXISTE, E QUE CONSEQUENTEMENTE, PODE SER SOLICITADA, TEM-SE QUE CONFECCIONAR A MARCA.... AQUI TEM ALGUNS DETALHES IMPORTANTES QUE VOU TE EXPLICAR...  
ENTÃO, A REGRA É QUE O SINAL QUE PRETENDE REGISTRAR COMO MARCA DEVA SER CONFECCIONADO EM JPG. O TAMANHO DA IMAGEM TEM DE SER DE 8CM X 8 CM, A RESOLUÇÃO DE 200 DPI A 300 DPI COM ATÉ 2MB. SE NÃO FOREM CUMPRIDAS ESSAS CARACTERÍSTICAS A MARCA NÃO CONSEGUE SER DEPOSITADA VIA O PEDIDO ELETRÔNICO. SE FOSSE EM PAPEL CONSEGUIAMOS DEPOSITAR, MAS DEPOIS TERÍAMOS DE CUMPRIR EXIGÊNCIA PARA O ANDAMENTO DO PROCESSO NO INPI.

<b>Emitir e pagar GRU</b>	<b>Consultar a lista de produtos ou serviços</b>	<b>Confeccionar a imagem da marca</b>
6 Emita a Guia de Recolhimento da União (GRU) e efetue o seu pagamento.	5 Consulte a lista de produtos e serviços (disponível no portal do INPI) e escolha os produtos ou serviços que a marca irá assinalar.	4 Confeccione, em JPG, o sinal que pretende registrar como marca e verifique em qual tipo de marca este se enquadra: NOMINATIVA, MISTA, FIGURATIVA ou TRIDIMENSIONAL.

AH NATAN, ESQUECI DE DIZER!! OS SINAIS SONOROS, GUSTATIVOS, OLFATIVOS E TÁTEIS TAMBÉM NÃO SÃO REGISTRÁVEIS COMO MARCA, SEGUINDO O ART. 122 DA LPI .



Vou anotando aqui...

NATAN, AS MARCAS SÃO CLASSIFICADAS CONFORME SUA NATUREZA. EXISTEM 4 TIPOS.

LEGAL, QUAIS SÃO?

EXISTE A MARCA DE PRODUTO QUE É USADA PARA DISTINGUIR UM PRODUTO DE OUTRO IDÊNTICO, SEMELHANTE OU AFIM, DE ORIGEM DIVERSA. COMO EXEMPLO DE MARCAS TRADICIONAIS DE PRODUTO TEMOS:



ARIEL, NÃO TERIA ALGUMA MARCA DE PRODUTO DEPOSITADA PELA UFS?

TEMOS A MARCA DO SIRIUS E SIRIUS SURFER COMO TE MOSTREI ANTES. LEGAL, NÊ?

10 CARA!!!

EU TAMBÉM VOU PROPOR A DO PERSONALITATEM NUM FUTURO PRÓXIMO. ACHO IMPORTANTE CONTRIBUÍRMOS COM O PAÍS DEPOSITANDO OS ATIVOS PRODUZIDOS NA UNIVERSIDADE, FRUTO DE PESQUISA PAGA COM DINHEIRO PÚBLICO.

VERDADE AMIGO! NOTE QUE A MARCA DO SIRIUS ESTÁ DEFINIDA COMO NATUREZA: PRODUTO

ESTOU VENDO TAMBÉM QUE EXISTEM ALGUMAS OPOSIÇÕES CONTRA A MARCA SIRIUS DEVIDO AO FATO DA MARCA COM UM "I" JÁ EXISTIR... NOTE QUE 3 EMPRESAS PEDIRAM QUE A MARCA NÃO FOSSE CONCEDIDA, NÊ? MAS ESTAMOS VENDO ALI TAMBÉM QUE A UFS SE MANIFESTOU E AGUARDA A RESPOSTA DO INPI.

INPI  
Instituições | Pesquisa Base Programas | Ajuda? ]

Nº DO PROCESSO: 907720705

Titular: UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE

Marca: SIRIUS

Nome do Procurador: NÃO DEFINIDO

Data do Depósito: 21/05/2014

Situação: Aguardando exame de mérito

Apresentação: Mista

Classificação: 09/01

Natureza: De Produto

Específico: 09/01 (programas de -), gravados [programas];

CFE(4): 2.9.4 ; 2.9.8

#### PETIÇÕES 7

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery
✓	850150087047	28/04/2015	-	339	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	
✓	850140177315	01/09/2014	-	332	SIRIUS SOFTWARE LTDA - ME	
✓	850140177227	01/09/2014	-	332	CENTRO NACIONAL DE PESQUISA EM ENERGIA E MATERIAIS	
✓	850140170785	25/08/2014	-	332	Siemens Aktiengesellschaft	
✓	850140093689	21/05/2014	-	389	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	

POIS É, VAMOS AGUARDAR!

VEJA QUE A OUTRA MARCA, O SIRIUS SURFER É DE NATUREZA: PRODUTO .

Consulta à Base de Dados do INPI  
[ Pesquisa Base Patentes | Pesquisa Base Desenhos | Pesquisa Base Programas | Ajuda? ]  
» Consultar por: No.Processo | Marca | Titular | Cód. Figura | Finalizar Sessão

#### DETALHES DO PROCESSO

Nº do Processo:	909008990
Titular:	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
Marca:	SIRIUS SURFER
Nome do Procurador:	NÃO DEFINIDO
Data do Depósito:	19/02/2015
Situação:	Aguardando exame de mérito
Apresentação:	Mista
Classificação:	9.09
Natureza:	De Produto
Especificação:	Programas de jogos de computador; Programas de computador, g...
CFE(4):	2.1.1 ; 2.1.2 ; 2.1.25



MAS AGORA COM ESSA OPOSIÇÃO DA MARCA MÃE, PREJUDICA AS OUTRAS, NÃO É?

PROVAVELMENTE SIM... POR ISSO TEMOS DE TER BASTANTE CUIDADO ANTES DE DEPOSITAR...

A SIRIUS SURFER NÃO FOI NEM ANALISADA AINDA, VEJA ALI QUE ELA FOI RECÊM DEPOSITADA.

É... TEMOS AINDA 2 OUTRAS MARCAS O SIRIUS VOLLEYBALL E O SIRIUS CANOE, QUE JÁ ESTÃO PRONTAS E COM OS SOFTWARES EM FINALIZAÇÃO... IMAGINA O EFEITO COLATERAL DA Negação da marca mãe... NÃO QUERO NEM PENSAR NISSO!!! ESTAMOS TRABALHANDO Nesses softwares desde 2011 ele seria usado no SUS para auxiliar na reabilitação fisioterápica de pessoas que sofreram AVC.

PENA ISSO! MAS VAMOS AGUARDAR...

OK! VOLTANDO AGORA À NATUREZA DAS MARCAS... EXISTE TAMBÉM A MARCA DE SERVIÇO... ELA SERVE PARA DISTINGUIR SERVIÇO DE OUTRO IDÊNTICO, SEMELHANTE OU AFIM DE ORIGEM DIVERSA. EXEMPLOS DE MARCAS DE PRODUTO SÃO:

AGORA EU SEI UMA MARCA DE PRODUTOS QUE A UFS DEPOSITOU E ESTÁ PARA SER CONCEDIDA.

QUAL? NÃO VAI ME DIZER QUE É A PML !

ELA MESMO ! VEJA, AGORA JÁ APRENDI A PROCURAR NO INPI... EBA!!!

LEGAL! VEJA QUE ALI ESTÁ ESCRITO NATUREZA: DE SERVIÇO.

» Consultar por: No Processo | Titular | Marca | Titular | Cód. Figura | Finalizar Sessão

#### DETALHES DO PROCESSO

Nº do Processo: **905059760**

Titular: UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE

Marca: PersonalityML

Nome do Procurador: O PRÓPRIO.

Data do Depósito: 23/07/2012

Situação: Aguardando pagamento da concessão (em prazo ordinário)

Apresentação: Mista

Classe Nice: NCL(10) 42

Natureza: De Serviço

Espécie: Depósito de dados (informações)

CFE(4): 8.1.12



NATAN, A UFS TEM OUTRAS MARCAS RELACIONADA A SERVIÇOS. VEJA ESSA OUTRA TAMBÉM SOFREU OPOSIÇÃO DE EMPRESAS.

Consulta à Base de Dados do INPI  
[ Pesquisa Base Patentes | Pesquisa Base Desenhos | Pesquisa Base Programas | Ajuda? ]  
» Consultar por: No.Processo | Marca | Titular | Cód. Figura | Finalizar Sessão

#### DETALHES DO PROCESSO

Nº do Processo: **903304880**

Titular: UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE

Marca: Capacite

Nome do Procurador: O PRÓPRIO.

Data do Depósito: 17/01/2011

Situação: Oposição

Apresentação: Mista

Classe Nice: NCL(10) 41

Natureza: De Serviço

Espécie: Depósito de dados (serviços de -)

CFE(4): 26.1.1



POIS É, AS COISAS SÃO SÉRIAS E NÃO SÃO FÁCEIS! TEM DE TER UM ESTUDO ANTES DOS DEPÓSITOS PARA TENTAR MINIMIZAR AO MÁXIMO ESSAS OPOSIÇÕES.

#### PETIÇÕES 2

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery
✓	03612000031	15/02/2012	-	339	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	
✓	810110424155	23/05/2011	-	332	PITÁGORAS ADMINISTRAÇÃO E PARTICIPAÇÕES S.A.	
✓	810110423619	20/05/2011	-	332	SER - CENTRO DE INTEGRAÇÃO, TREINAMENTO E PREPARAÇÃO PROFISSIONAL LTDA	
✓	903304880	17/01/2011	-	302	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	

#### PUBLICAÇÕES

EXISTE AINDA DUAS OUTRAS NATUREZAS RELACIONADAS ÀS MARCAS:  
A DE CERTIFICAÇÃO QUE SÓ PODE SER REQUERIDA POR PESSOA SEM INTERESSE  
COMERCIAL OU INDUSTRIAL DIRETO NO PRODUTO OU NO SERVIÇO A SER ATESTADO.  
ACHO QUE A UFS PODERIA TER ALGUMA DEPOSITADA, MAS NÃO ENCONTREI NADA NO  
INPI.

VAMOS PERGUNTAR LÁ NO NIT DEPOIS.

VAMOS SIM! MAS DIZ AÍ ALGUNS EXEMPLOS QUE CONHEÇAMOS.

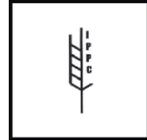
AÍ VAI ...



Certificação de produtos elétricos.



Controle de produção e de métodos de processamento de produtos da agricultura



Certificação de materiais de embalagem feitos de madeira

E TCHANTCHANTCHANTCHAN, FINALMTE TEMOS A MARCA DE NATUREZA COLETIVA.  
ELA É USADA PARA IDENTIFICAR PRODUTOS OU SERVIÇOS PROVINDOS DE UMA  
DETERMINADA ENTIDADE. COMO EXEMPLO TEMOS:



IH, TÔ COMEÇANDO A CANSAR ARIEL.

AHAHAH, NATAN! ESSA É A VIDA! SE  
QUIER APRENDER TEM DE SE ESFORÇAR  
UM POUQUINHO...

SEI DISSO. VAMOS LÁ ENTÃO!

AS MARCAS PODEM SER AINDA SER CLASSIFICADAS QUANTO À APRESENTAÇÃO.  
LEMBRE QUE VOCÊ PRECISA DESSA INFORMAÇÃO PARA PREENCHER OS DOCUMENTOS DO DEPÓSITO.  
SE NÃO SOUBER, TERÁ DE PROCURAR DEPOIS NO SITE DO INPI.

...É VERDADE... ENTÃO DIZ AI...

RESULTADO

Foram encontrados 22 processos que correspondem ao critério de pesquisa. Clique no número para ir para a página de detalhes.

Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe
821726374	31/05/1999	<b>M</b> FLUENDO CRESCIT	Registro	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	41 : 10
821726366	16/06/1999	<b>N</b> UFS	Registro de marca extinto	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	NCL(8) 41
823653005	08/08/2001	<b>N</b> UFSE	Arquivado	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	NCL(7) 41
823653021	08/08/2001	<b>M</b> UFSE	Arquivado	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	NCL(7) 41
823653013	08/08/2001	<b>M</b> UFS UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	Arquivado	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	NCL(7) 41
823653030	08/08/2001	<b>N</b> UNIVERSIDADE DE SERGIPE	Arquivado	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	NCL(7) 41
828724539	01/09/2006	<b>M</b> FASC	Pedido de registro de marca indeferido	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	NCL(8) 41
829390642	30/07/2007	<b>N</b> UFSE	Registro	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	NCL(9) 41
830720898	07/07/2010	<b>M</b> SENEPI	Registro	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	
903304880	17/01/2011	<b>M</b> Capacite	Oposição	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	
905059760	23/07/2011	personalityML	Aguardando pagamento da concessão (em prazo ordinário)	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	
906158966	24/04/2011	TC	Aguardando exame de mérito	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	
907240330	21/01/2011		Arquivado	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	

EXISTEM 4 CLASSIFICAÇÕES QUANTO À APRESENTAÇÃO. VEJA QUE QUANDO CONSULTAMOS NO INPI MARCAS RELACIONADAS AO TITULAR UFS, ENCONTRAMOS VÁRIOS DEPÓSITOS. E VEJA NA TELA QUE MOSTRA QUAL É A CLASSIFICAÇÃO QUANTO À APRESENTAÇÃO, TEM UM M DENTRO DE UM CÍRCULO DE VERMELHO, QUE É A MARCA MISTA. E TAMBÉM UM N DENTRO DE UM CÍRCULO CINZA, QUE É A MARCA NOMINATIVA.

... A MARCA NOMINATIVA, OU VERBAL, É O SINAL CONSTITUÍDO POR UMA OU MAIS PALAVRAS NO SENTIDO AMPLO DO ALFABETO ROMANO, COMPREENDENDO, TAMBÉM, OS NEOLOGISMOS E AS COMBINAÇÕES DE LETRAS E/OU ALGARISMOS ROMANOS E/OU ARÁBICOS, DESDE QUE ESSES ELEMENTOS NÃO SE APRESENTEM SOB FORMA FANTASIOSA OU FIGURATIVA ...

**INPI** INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

#### Marca Nominativa

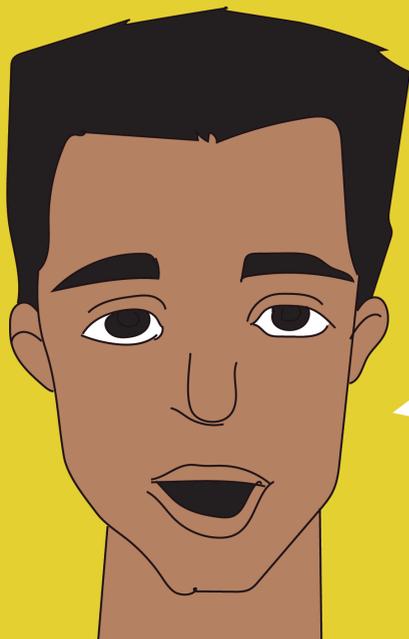
Marca nominativa, ou verbal, é o sinal constituído por uma ou mais palavras no sentido amplo do alfabeto romano, compreendendo, também, os neologismos e as combinações de letras e/ou algarismos romanos e/ou arábicos, desde que esses elementos não se apresentem sob forma fantástica ou figurativa.

CORONA
TREZENTOS E OITENTA
IRREVERENTE & CIA
XIX
Atlântica
VARIG
9 E 1/5



A UFS TEM ALGUMAS MARCAS NOMINATIVAS, COMO UFS E FLUENDO CRESCIT, QUE JÁ FORAM CONCEDIDAS, VI NA PÁGINA DO INPI QUE VOCÊ MOSTROU ANTES!

É ISSO AÍ CARA!  
NATAN AGORA É SUA VEZ,  
LÊ PRA GENTE...

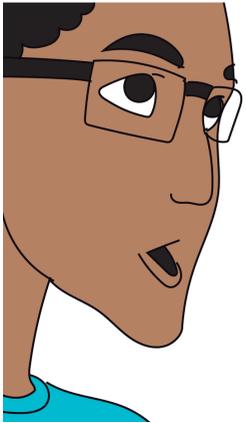
**MARCA FIGURATIVA, OU EMBLEMÁTICA, É O SINAL CONSTITUÍDO POR:**

- DESENHO, IMAGEM, FIGURA E/OU SÍMBOLO;
- ISOLADAMENTE, OU ACOMPANHADO POR DESENHO, IMAGEM, FIGURA OU SÍMBOLO;
- PALAVRAS COMPOSTAS POR LETRAS DE ALFABETOS DISTINTOS DA LÍNGUA YERNÁCULA, TAIS COMO HEBRAICO, CIRÍLICO, ÁRABE, ETC;
- IDEOGRAMAS, TAIS COMO O JAPONÊS E O CHINÊS.

NAS DUAS ÚLTIMAS HIPÓTESES ELENCADAS, A PROTEÇÃO LEGAL RECAI SOBRE A REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DAS LETRAS E DO IDEOGRAMA EM SI E NÃO SOBRE A PALAVRA OU EXPRESSÃO QUE ELAS REPRESENTAM, RESSALVADA A HIPÓTESE DE O REQUERENTE INDICAR NO REQUERIMENTO A PALAVRA OU O TERMO QUE O IDEOGRAMA REPRESENTA, DESDE QUE COMPRENSÍVEL POR UMA PARCELA SIGNIFICATIVA DO PÚBLICO CONSUMIDOR, CASO EM QUE SE INTERPRETARÁ COMO MARCA MISTA.







PELO QUE VIMOS ANTES, A UFS NÃO TEM MARCA FIGURATIVA...

AGORA SUA VEZ ARIEL...

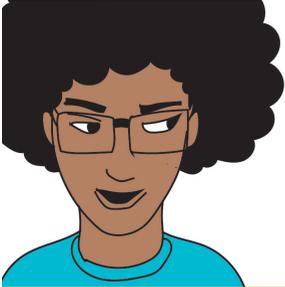




MARCA MISTA, OU COMPOSTA, É O SINAL CONSTITUÍDO PELA COMBINAÇÃO DE ELEMENTOS NOMINATIVOS E FIGURATIVOS OU MESMO APENAS POR ELEMENTOS NOMINATIVOS CUJA GRAFIA SE APRESENTE SOB FORMA FANTASIOSA OU ESTILIZADA...

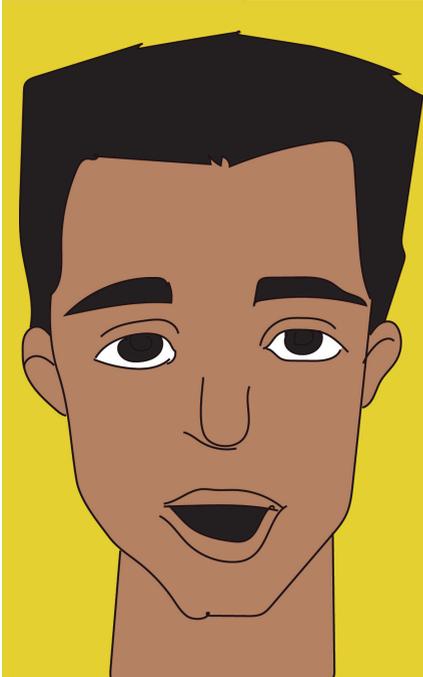


SONY



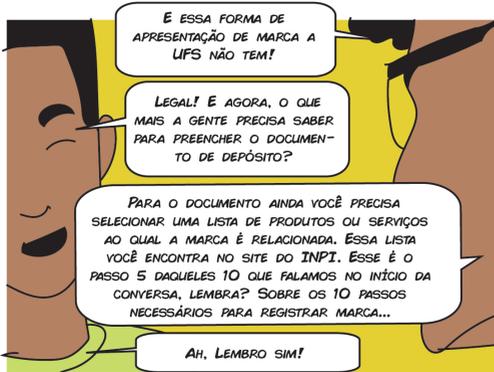
O SIRIUS E SIRIUS SURFER SÃO MARCAS MISTAS.

O PERSONALITYML TAMBÉM !  
AGORA MINHA VEZ ...



MARCA TRIDIMENSIONAL É O SINAL CONSTITUÍDO PELA FORMA PLÁSTICA DISTINTIVA EM SI, CAPAZ DE INDIVIDUALIZAR OS PRODUTOS OU SERVIÇOS A QUE SE APLICA. PARA SER REGISTRÁVEL, A FORMA TRIDIMENSIONAL DISTINTIVA DE PRODUTO OU SERVIÇO DEVERÁ ESTAR DISSOCIADA DE EFEITO TÉCNICO.



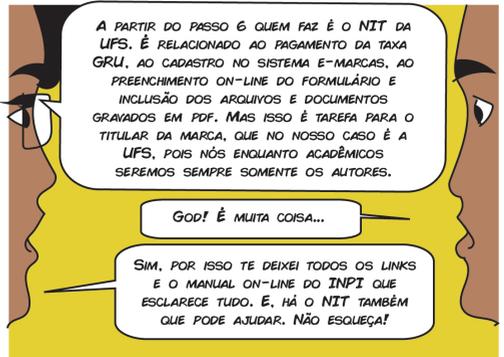


E ESSA FORMA DE APRESENTAÇÃO DE MARCA A UFS NÃO TEM?

LEGAL! E AGORA, O QUE MAIS A GENTE PRECISA SABER PARA PREENCHER O DOCUMENTO DE DEPÓSITO?

PARA O DOCUMENTO AINDA VOCÊ PRECISA SELECIONAR UMA LISTA DE PRODUTOS OU SERVIÇOS AO QUAL A MARCA É RELACIONADA. ESSA LISTA VOCÊ ENCONTRA NO SITE DO INPI. ESSE É O PASSO 5 DAQUELES 10 QUE FALAMOS NO INÍCIO DA CONVERSA, LEMBRA? SOBRE OS 10 PASSOS NECESSÁRIOS PARA REGISTRAR MARCA...

AH, LEMBRO SIM!



A PARTIR DO PASSO 6 QUEM FAZ É O NIT DA UFS. É RELACIONADO AO PAGAMENTO DA TAXA GRU, AO CADASTRO NO SISTEMA E-MARCAS, AO PREENCHIMENTO ON-LINE DO FORMULÁRIO E INCLUSÃO DOS ARQUIVOS E DOCUMENTOS GRAVADOS EM PDF. MAS ISSO É TAREFA PARA O TITULAR DA MARCA, QUE NO NOSSO CASO É A UFS, POIS NÓS ENQUANTO ACADÊMICOS SEREMOS SEMPRE SOMENTE OS AUTORES.

GOD! É MUITA COISA...

SIM, POR ISSO TE DEIXEI TODOS OS LINKS E O MANUAL ON-LINE DO INPI QUE ESCLARECE TUDO. É, HÁ O NIT TAMBÉM QUE PODE AJUDAR. NÃO ESQUEÇA!



NATAN, AINDA EXISTEM ALGUMAS INFORMAÇÕES IMPORTANTES, MAS TALVEZ SEJA MELHOR VOCÊ CONSULTAR NO MANUAL DE MARCAS DO INPI, POIS SEI QUE VOCÊ JÁ ESTÁ BEM CANSADO...

POIS EU JÁ ESTOU MORTO...

É, E COM RELAÇÃO AOS PRINCÍPIOS LEGAIS QUE REGEM O DIREITO DE MARCAS SÃO 3, ATÉ FALAMOS UM POQUINHO DELES NO INÍCIO DA CONVERSA ONTEM.

NATAN VOU TE DAR UMA PINCELADA RÁPIDA SÓ PARA NÃO PASSAR EM BRANCO, DEPOIS VOCÊ PROCURA MAIS NO SITE DO INPI, OK?

TÁ ÓTIMO CARA! RAPIDÃO ENTÃO... SENÃO VOU DEFINHAR AQUI... TÁ VENDO QUE TÔ FICANDO VERDE...



COMO ASSIM VERDE??

...DE FOMÉ... AHAAHAHAHA

AHAHAHAHAHAHAHAHA...



ENTÃO, RAPIDÃO, VAMOS LÁ:  
O PRIMEIRO PRINCÍPIO LEGAL É A TERRITORIALIDADE. SEGUNDO ESSE PRINCÍPIO "A PROPRIEDADE DA MARCA ADQUIRE-SE PELO REGISTRO VALIDAMENTE EXPEDIDO, CONFORME AS DISPOSIÇÕES DESTA LEI (ART. 129 LPI), SENDO ASSEGURADO AO TITULAR SEU USO EXCLUSIVO EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL (...)", MAS LEMBRE NATAN, A PROTEÇÃO CONFERIDA PELO ESTADO NÃO ULTRAPASSA OS LIMITES TERRITÓRIAS DO PAÍS. EXISTEM EXCEÇÕES TAL COMO A "MARCA NOTORIAMENTE CONHECIDA" OU A "PRIORIDADE UNIONISTA". MAS OS DETALHES VOCÊ CONSULTA NO SITE DO INPI DEPOIS.



O SEGUNDO PRINCÍPIO LEGAL É O DA ESPECIALIDADE DA MARCA, ONDE A PROTEÇÃO ASSEGURADA À MARCA RECAI SOBRE PRODUTOS OU SERVIÇOS CORRESPONDENTES À ATIVIDADE DO REQUERENTE, VISANDO A DISTINGUI-LOS DE OUTROS IDÊNTICOS OU SIMILARES, DE ORIGEM DIVERSA. COMO EXEMPLO TEMOS A COLOMBO ABAIXO, AS 3 MARCAS SÃO REGISTRADAS, MAS CADA UM EM SEU RAMO DE ATIVIDADE.





VEJA NO EXEMPLO, A PRIMEIRA É NO RAMO DE COMÉRCIO DE ROUPAS, A SEGUNDA NO RAMO UTILIDADES DOMÉSTICAS E A TERCEIRA É NO RAMO ALIMENTÍCIO.



#### Consulta à Base de Dados do INPI

[ Pesquisa Base Patentes | Pesquisa Base Desenhos | Pesquisa Base Programas | Ajuda? ]

» Consultar por: No.Processo | Marca | Titular | Cód. Figura | Finalizar Sessão

#### DETALHES DO PROCESSO

Nº do Processo:	902181408		
Titular:	Q1 COMERCIAL DE ROUPAS S.A.		
Marca:	COLOMBO		
Nome do Procurador:	CRUZEIRO/NEWMARC PATENTES E MARCAS LTDA.		
Data do Depósito:	09/12/2009		
Data da Concessão:	09/10/2012		
Situação:	Registro de marca em vigor	Vigência:	09/10/2022
Apresentação:	Mista		
Classe Nice:	NCL(9) 03		
Natureza:	De Produto		
Especificação:	Xampus;Cosméticos;Sabonete para barbear;Sabonetes;Perfumes;S...		CFE(4): 27.5.1; 24.9.3



Prazos para a Prorrogação	
Início do Prazo Ordinário:	10/10/2021
Fim do Prazo Ordinário:	09/10/2022
Início do Prazo Extraordinário:	10/10/2022
Fim do Prazo Extraordinário:	09/04/2023

#### PETIÇÕES

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery
✓	800120162963	19/09/2012	-	372	COLOMBO FRANCHISING LTDA.	
✓	902181408	09/12/2009	-	302	COLOMBO FRANCHISING LTDA.	

#### PUBLICAÇÕES

RPI	Data RPI	Despacho	Complemento do Despacho
2266	10/06/2014	Deferimento da petição	Protocolo: 850130045779 (15/03/2013) Petição (tipo): Anotação de transferência de titularidade decorrente de cessão (349.1) Procurador: WILSON SILVEIRA Cessionário: Q1 COMERCIAL DE ROUPAS S.A.
2179	09/10/2012	400	
2179	09/10/2012	764	

Consulta à Base de Dados do INPI

[ Pesquisa Base Patentes | Pesquisa Base Desenhos | Pesquisa Base Programas | Ajuda? ]

\* Consultar por: No Processo | Marca | Titular | Cód. Figura | Finalizar Sessão

DETALHES DO PROCESSO

Nº do Processo: **825760690**

Titular: LOJAS COLOMBO S/A COMERCIO DE UTILIDADES DOMESTICAS

Marca: COLOMBO



Nome do Procurador: MARIO DE ALMEIDA MARCAS E PATENTES LTDA

Data do Depósito: 21/07/2003  
Data da Concessão: 02/05/2007  
Situação: Registro **Vigência: 02/05/2017**

Prazos para a Prorrogação  
Início do Prazo Ordinário: 03/05/2016  
Fim do Prazo Ordinário: 02/05/2017  
Início do Prazo Extraordinário: 03/05/2017  
Fim do Prazo Extraordinário: 02/11/2017

Apresentação: Mista  
Classe Nice: NCL(8) 11  
Natureza: De Produto  
Especificação: FORNOS ELÉTRICOS, REFRIGERADORES, FOGÕES, SECADORAS DE ROUPA... CFE(4): 18.3.21 ; 27.5.1

PETIÇÕES 1

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery
✓	800070059311	11/04/2007	-	310	LOJAS COLOMBO S.A. COMÉRCIO DE UTILIDADES DOMÉSTICAS	
✓	800070059311	11/04/2007	-	334	LOJAS COLOMBO S.A. COMÉRCIO DE UTILIDADES DOMÉSTICAS	

PUBLICAÇÕES

RPI	Data RPI	Despacho
1895	02/05/2007	400
1890	27/03/2007	351
1708	30/09/2003	003
4179	09/10/2004	910
3810	08/2012	351
2	2/2009	003

QUE EXPIRA EM 2017.  
MAS ELA NÃO TERIA VALIDADE INFINITA,  
COMO TU DISSE ANTES?

MAIS OU MENOS, ELA TEM VALIDADE INICIAL DE 10 ANOS. DEPOIS DISSO NO ÚLTIMO ANO OU NOS SEIS MESES SUBSEQUENTES AO FIM DA VIGÊNCIA COM UMA TAXA ADICIONAL, O TITULAR TEM DE PEDIR A PRORROGAÇÃO DA VIGÊNCIA. QUE É CONCEDIDO POR MAIS 10 ANOS. E AÍ REINICIA O CICLO.

PERA AÍ, QUE AINDA TEM A TERCEIRA MARCA COLOMBO...

ACHEI ESTRANHO POIS ACHEI 4 DEPÓSITOS DESSA, UMA HIPER ANTIGA DE 1960 E OUTRAS 3 DA MESMA DATA EM 2000, SOLICITANDO PROTEÇÃO EM RAMOS DIFERENTES.

Consulta à Base de Dados do INPI

[ Pesquisa Base Patentes | Pesquisa Base Desenhos | Pesquisa Base Programas | Ajuda? ]

\* Consultar por: No Processo | Marca | Titular | Cód. Figura | Finalizar Sessão

DETALHES DO PROCESSO

Nº do Processo: **822484617**

Titular: CONFEITARIA COLOMBO LTDA

Marca: CONFEITARIA COLOMBO



Nome do Procurador: PAULA MÓZ FERREIRA

Data do Depósito: 24/02/2000  
Situação: Arquivado  
Apresentação: Mista  
Classe Nice: NCL(7) 42  
Natureza: De Serviço  
Especificação: SERVIÇOS DE RESTAURANTE, CASA DE CHÁ [CONFEITARIA], BAR E LA... CFE(4): 24.1.3 ; 24.1.5 ; 24.1.17

Apostila: SEM DIREITO AO USO EXCLUSIVO DA PALAVRA "CONFEITARIA". ...

PETIÇÕES 2

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery
✓	018060061736	14/06/2006	-	333	Confeitaria Colombo Ltda.	
✓	018050027433	13/09/2005	-	340	Confeitaria Colombo Ltda.	



LEGAL ARIEL, VER QUE UM MESMO NOME DE MARCA PODE SER CONCEDIDO A RAMOS/ÁREAS MERCADOLÓGICAS DIFERENTES.

SIM NATAN, O NOME DA MARCA É A MESMA, MAS OS PRODUTOS OU SERVIÇOS RELACIONADOS DEVEM SER BEM DIFERENTES.

ISSO! ENTÃO VOCÊS TEM CHANCE QUANTO A OPOSIÇÃO APRESENTADA À MARCA SIRIUS?

TEMOS SIM! SE A NOSSA SIRIUS FOR EM RAMO DE ATIVIDADE DIFERENTE DAS MARCAS DOS EMPRESÁRIOS QUE ENTRARAM COM OPOSIÇÃO, NOSSA SIRIUS SERÁ CONCEDIDA!



VEJA NATAN, A MARCA PODE SER PROTEGIDA EM MAIS DE UM RAMO DE NEGÓCIO. COMO NO CASO DA COLOMBO, FOI USADA A MESMA MARCA NOMINAL PARA 3 RAMOS DE ATIVIDADES DIFERENTES, COM 3 CONCESSÕES FEITAS A TITULARES DIFERENTES. NO CASO DE UMA MARCA SER CONCEDIDA EM TODOS OS SEGMENTOS MERCADOLÓGICOS ELA É CHAMADA DE MARCA DE ALTO RENOME (ART. 125 DA LPI). POR EXEMPLO, MARCAS DE ALTO RENOME NO BRASIL, TEMOS :





ARIEL, AINDA TENHO UMA DÚVIDA...SE EU CRIAR UMA MARCA E REGISTRÁ-LA E DEPOIS NÃO USAR, EU PERÇO O DIREITO A ELA?

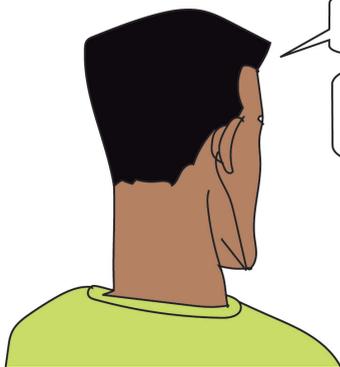
ESSA PERGUNTA TEM RELAÇÃO COM O TERCEIRO PRINCÍPIO QUE REGE O DIREITO SOBRE A MARCA. O PRINCÍPIO DO SISTEMA ATRIBUTIVO. OLHA O QUE DIZ NO MANUAL DO INPI



"O sistema de registro de marca adotado no Brasil é atributivo de direito, isto é, sua propriedade e seu uso exclusivo só são adquiridos pelo registro, conforme define o art. 129 da LPI.

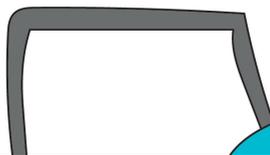
O princípio do caráter atributivo do direito, resultante do registro, se contrapõe ao sistema dito declarativo de direito sobre a marca, no qual o direito resulta do primeiro uso e o registro serve apenas como uma simples homologação de propriedade.

Como regra geral, àquele que primeiro depositar um pedido deve-se a prioridade ao registro. Todavia, essa regra comporta uma exceção denominada "direito do usuário anterior".



ISSO QUER DIZER QUE SE EU NÃO USAR A MARCA EU POSSO PERDER OS DIREITOS?

SIM. PODE SER PERDIDO PELA EXPIRAÇÃO DA VIGÊNCIA; PELA RENÚNCIA EM RELAÇÃO AOS PRODUTOS OU SERVIÇOS ASSINALADOS PELA MARCA E PELA CADUCIDADE.



A MARCA PODE CADUCAR SE QUALQUER PESSOA COM LEGÍTIMO INTERESSE NO USO DA MARCA, DEPOIS DE 5 ANOS DA CONCESSÃO PROVAR QUE: O USO DA MARCA NÃO TIVER SIDO INICIADO NO BRASIL; O USO DA MARCA TIVER SIDO INTERROMPIDO POR MAIS DE 5 (CINCO) ANOS CONSECUTIVOS, OU SE, NO MESMO PRAZO, A MARCA TIVER SIDO USADA COM MODIFICAÇÃO.

TÁ BOM NATAN, SE VOCÊ TIVER DÚVIDAS SOBRE ESSE QUESITO VOCÊ CONSULTA O SITE DO INPI, OK?





SOBREVIVEU NATAN?

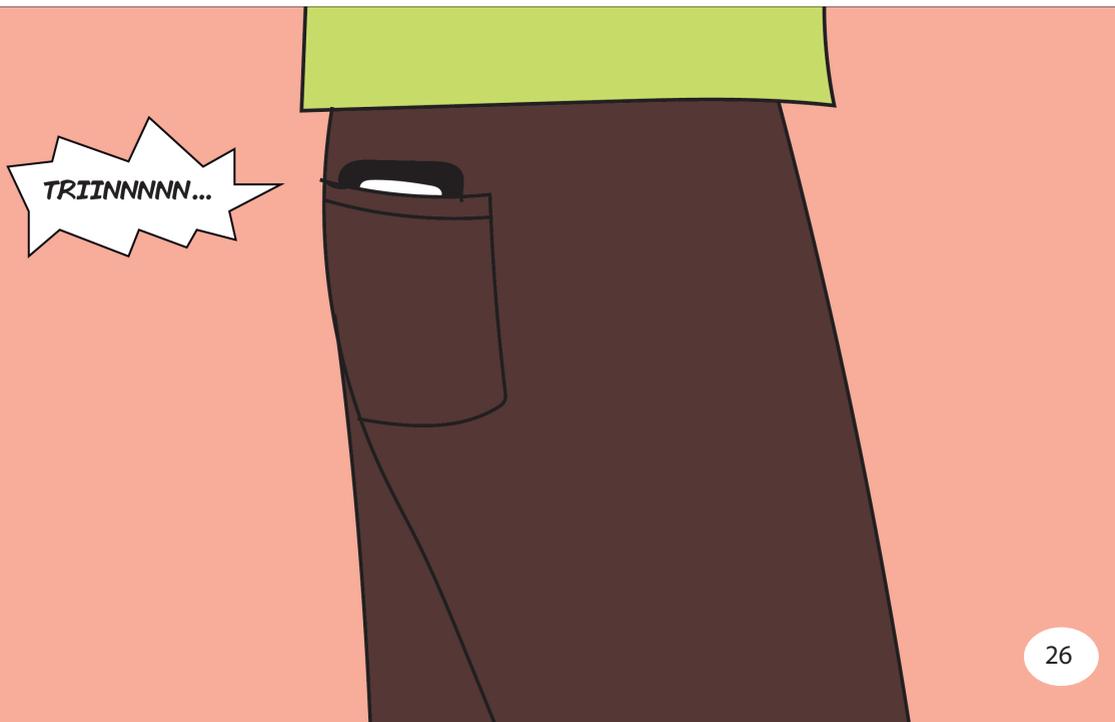
EHEHEHEH, QUASE QUE NÃO!! TU PODE DAR CONSULTORIA NESTA ÁREA...

EHEHEHEHEH...

NATAN, AINDA EXISTEM VÁRIOS OUTROS ATIVOS INTELECTUAIS RELACIONADOS A SOFTWARE QUE TENHO QUE TE EXPLICAR...

LEGAL CARA!

BLA BLA BLA...



TRINNNNN...

HEY NATAN, TUDO BEM?

TUDO E VOCÊ?

TÔ A FIM DE FAZER OS REGISTRO DE PERSONAGEM PARA O MEU SOFTWARE. ACHO QUE ELE TEM PERSONAGENS PELO QUE VIMOS NA PALESTRA...

BAH DUDA, VOCÊ NEM SABE... TÔ AQUI COM ARIEL, ELE ME EXPLICOU TUDO SOBRE COMO DEPOSITAR PEDIDO DE MARCA, JÁ QUE O PERSONALITATEM NÃO TEM PERSONAGEM FIXOS. EM CADA ESTORINHA TEM PERSONAGENS ALEATÓRIOS E ELAS NÃO SE REPETEM NOS ENREDOS, LEMBRA?

AH É.

MAS PODEMOS, SIM, MARCAR UM OUTRO DIA PARA VER SOBRE PERSONAGEM, POIS AÍ EU JÁ APRENDO PARA QUANDO MEUS NOVOS APPS OU JOGOS DESENVOLVIDOS TIVEREM PERSONAGENS. ARIEL FALOU QUE VAI NOS AJUDAR COM OUTROS REGISTROS DE ATIVOS INTELECTUAIS TAIS COMO: REGISTRO DE SOFTWARE, PATENTE ENVOLVENDO CRIAÇÕES IMPLEMENTADAS POR PROGRAMA DE COMPUTADOR... VAMOS FICAR PERITOS!!

MUITO LEGAL!!! ME CHAMA ENTÃO NA PRÓXIMA... FALAMOS DEPOIS, MANDA UM ABRAÇO PARA O ARIEL AÍ, TCHAU!

OK, FALAMOS, TCHAU!

CONTINUA...

## **BIBLIOGRAFIA**

\_\_. Curso Intermediário de Marcas. Diretoria de Marcas DIRMA/INPI. INPI 2015.

\_\_.Manual de Marcas. INPI. 2015. Disponível em <[http://manualdemarcas.inpi.gov.br/projects/manual/wiki/Manual\\_de\\_Marcas](http://manualdemarcas.inpi.gov.br/projects/manual/wiki/Manual_de_Marcas)>.

\_\_. Diretrizes de Análise de Marcas. INPI. 2012.

PINHEIRO-MACHADO, R. Propriedade Intelectual: O que é? Para que serve? O que se ganha com isso? Curso ALI- INPI. 2014.

## **MAIS MATERIAIS E GIBIS EM :**

<http://meninasnacomputacao.ufs.br/>

# **SOBRE OS AUTORES**

## **MARIA AUGUSTA SILVEIRA NETTO NUNES**

### ***Bolsista de Produtividade Desenvolvimento Tecnológico e Extensão Inovadora do CNPq***

Professor Adjunto III do Departamento de Computação da Universidade Federal de Sergipe. Membro do Programa de Pós-graduação em Ciência da Computação (PROCC) na UFS. Pós-doutoranda em Propriedade Intelectual no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). Doutora em "Informatique pela Université de Montpellier II - LIRMM em Montpellier, França (2008). Realizou estágio doutoral (doc-sandúche) no INESC-ID-IST Lisboa- Portugal (ago 2007-fev 2008). É mestre em Ciência da Computação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1998) e possui graduação em Ciência da Computação pela Universidade de Passo Fundo (1995). Possui experiência acadêmico-tecnológica na área de Ciência da Computação e Inovação Tecnológica/ Propriedade Intelectual. Atualmente, suas pesquisas estão voltadas, principalmente na área de inovação Tecnológica usando Computação Afetiva na tomada de decisão Computacional, principalmente visando a personalização em ambientes de E-commerce via Sistema de Recomendação. Recomendação de equipes de trabalho em Empresas, e-training. Atua nas áreas de Inteligência Artificial, Interação Homem-Máquina, Computação Afetiva, Educação a Distância, Informática na Educação, Acessibilidade. Atua também em Inovação Tecnológica, Propriedade Intelectual capacitando empresários na área de TI e fornecendo consultoria em PI em Software e patente. Seus projetos acadêmico-tecnológicos, geralmente, são multidisciplinares (envolvem áreas como E-commerce, Psicologia, Tecnologia da Informação e Comunicação, Educação, Acessibilidade).

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9923270028346687>

## **RITA PINHEIRO-MACHADO**

Graduada em Ciências Biológicas pela Universidade Santa Úrsula (1984). Mestrado (1999) e Doutorado (2004) em Química Biológica, ambos com ênfase em Gestão, Educação e Difusão de Bociências, realizados no Instituto de Bioquímica Médica da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Atualmente, é Especialista Sênior em Propriedade

Intelectual do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) onde começou a trabalhar como examinadora de patentes (2002 - 2004); foi Coordenadora da Cooperação Nacional (2005 - 2007), setor ligado a atual Diretoria de Cooperação para o Desenvolvimento (DICOD) e que atua na articulação de parcerias com os diversos atores do sistema nacional de inovação. Em 2008, coordenou a Academia da Propriedade Intelectual e Inovação onde são organizados cursos de capacitação de curta, média e longa duração, inclusive cursos de pós-graduação Lato e Stricto sensu. Entre 2009 - 2013 atuou como Coordenadora-Geral de Ação Regional coordenando a atuação do INPI nos Estados da Federação. Desde 2006, atua como Professora do Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação, e desde 2013, do Doutorado em Propriedade Intelectual e Inovação, ambos do INPI. Em julho de 2013, assumiu a Coordenação Geral da Academia de Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento do INPI.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2397508258376320>

### **ELISANGELA SANTOS DA SILVA**

Graduada em Licenciatura em Letras pela Universidade Castelo Branco (2000) e mestre em Propriedade Intelectual e Inovação pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (2011). Atualmente é tecnologista em propriedade industrial do Instituto Nacional da Propriedade Industrial.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6087867095670652>

### **JEAN CARVALHO SANTOS**

Graduando em Design Gráfico Pela Universidade federal de Sergipe. Possui experiência nas áreas de design de interfaces digitais, design editorial e ilustração com foco na criação de personagens, storyboards e ilustração publicitária.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4054041404473563>

# **AGRADECIMENTOS**

**Ao INPI, CNPq, CAPES, SBC, DCOMP, PROCC,PROEX e NIT/UFS.**

APOIO:



**INPI** INSTITUTO  
NACIONAL  
DA PROPRIEDADE  
INDUSTRIAL

