



Registro da marca é fundamental para defesa do negócio

Obter o registro de sua marca é muito simples, bastando apenas observar alguns critérios e regras contidas na Lei de Propriedade Industrial — Lei 9279/96, que disciplina no Brasil os Direitos Relativos à Propriedade Industrial. O primeiro passo é sempre observar as disposições contidas no artigo 124 da Lei, onde estão os chamados “impedimentos”, ou seja, tudo aquilo que não pode ser registrado como marca.

Em linhas gerais, a marca cujo registro é pretendido deve ser composta por sinal visualmente perceptível, — seja uma palavra, combinações de palavras, figuras ou sua combinação ou ainda figuras e palavras — o que significar dizer que somente aquilo que for passível de representação gráfica pode ser registrado, exceto marcas gustativas, olfativas e aromáticas — e que também tenha a capacidade de se distinguir.

O pretendente ao registro (seja pessoa física ou jurídica) deve, necessariamente, guardar relação na sua atividade com a marca para a qual o registro é pretendido, ou seja, se a empresa fabrica e comercializa chinelos, não poderá obter o registro de uma marca para identificar televisores e desodorantes, portanto produtos que não fabrica ou comercializa.

Após essa verificação, é extremamente recomendável a realização de uma busca prévia. Essa busca é verdadeiramente uma pesquisa no banco de dados do INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial, que tem como finalidade identificar eventuais “anterioridades”, ou seja, pedidos de registros em processo de análise ou marcas já registradas, que de alguma forma possam criar obstáculos ao registro da sua marca.

Portanto, a realização da busca, cujo resultado não é absoluto, vai apontar para a viabilidade ou não da concessão do registro. Se outros registros ou pedidos semelhantes ou idênticos ao seu forem identificados, há como avaliar se há ou não possibilidade e/ou chance de êxito e um profissional devidamente habilitado poderá recomendar a melhor estratégia a ser seguida.

Uma vez verificada a viabilidade do registro, bastará depositar um pedido perante o INPI, por meio de formulários eletrônicos (observando todas as exigências formais) e com o recolhimento de taxa fixada pelo instituto (atualmente o custo para depósito é de R\$ 260 e nos casos de microempresas, sociedade ou associações de intuito não econômico ou órgãos públicos, R\$130).

A partir desse momento, terá início um “procedimento administrativo” no qual serão seguidas várias etapas até que seja proferida uma decisão (fundamentada) que deferirá ou não o pedido. Uma vez concedido o registro e recolhidas as custas finais exigidas pelo instituto, será expedido o Certificado de Registro, documento que materializa o direito assegurado pela Lei de Propriedade Industrial.

Apesar de não ser obrigatório, o registro da marca garante direitos específicos e que são fundamentais para a defesa do seu negócio. O principal deles é a exclusividade, o que significa dizer que somente aquele que obteve o registro perante o INPI poderá usar aquela marca para identificar os respectivos serviços ou produtos que foram selecionados quando do seu pedido de registro. A exclusividade é em



todo o território nacional.

Assim, decorre desse direito o de impedir que terceiros utilizem qualquer sinal idêntico, semelhante ou que vise simplesmente imitar a sua marca. A possibilidade e valorização através de licenciamento é também outra grande vantagem.

A proteção conferida pelo registro, por ter um cunho privatístico (diferentemente do que ocorre com as patentes), após o primeiro decênio (o registro tem validade de 10 anos) pode ser renovada por sucessivas e infinitas vezes, enquanto perdurar a exploração, a utilização da referida marca, obedecidas as regras impostas pela Lei de Propriedade Industrial.

Durante muito tempo, propalou-se a idéia que não era importante registrar uma marca (como também buscar a proteção de outros direitos relativos à Propriedade Intelectual) e que tal providência era extremamente cara, portanto restrita às grandes e poderosas empresas.

Mas como vimos, a despeito de ser recomendada a consulta de um profissional especializado, obter o registro de uma marca é uma providência que está ao alcance de todos, seja pelos aspectos práticos procedimentais como também financeiros.

Na realidade, caminhamos cada vez mais para valorização do patrimônio intangível, do patrimônio intelectual, até mesmo em detrimento daquele cujo apego humano sempre foi maior, e a sociedade reconhece a cada dia mais a necessidade de proteger suas criações, inventos, marcas.

Hoje essa conscientização, apesar de ainda encontrar resistência de uma “doutrina” que prevaleceu por anos, já toma corpo nas pequenas e micro empresas, bem como perante os profissionais liberais.

Mas ainda é preciso socializar e democratizar a importância do registro de uma marca, através da conscientização e da desmistificação da idéia de que tal providência é complexa e cara ou de menor importância.

Portanto, se você que possui um negócio, ainda que de pequeno porte, é preciso tomar algumas cautelas não apenas para contribuir com a sua consolidação, através de sua fixação na mente de seus clientes ou *prospects*, mas também para fornecer mais segurança à sua atuação no mercado, e ter sua marca registrada é uma das medidas fundamentais.

E não se esqueça que a marca é, inquestionavelmente, um elemento publicitário para captação de clientela e constitui parte do ativo do patrimônio da sua empresa.

Date Created

11/11/2008