

Feitosa e Araújo: A marca da sua empresa já está registrada?

Suponha que você montou uma empresa, registrou na Junta Comercial, desenvolveu uma identidade visual, um logotipo, investiu bastante dinheiro e passou anos de sua vida se dedicando a fazer com que



Quando seu empreendimento finalmente está se

estabilizando, você recebe uma notificação determinando que você troque de marca, além de ter que pagar uma indenização gigantesca a outra empresa por ter usado a marca dela.

Isso é possível? De que forma posso resguardar minha empresa? Essas e outras dúvidas serão analisadas adiante.

O que é marca?

Quando você vai ao supermercado comprar determinados itens, muitas vezes, por força do hábito, acaba por falar o nome de uma marca específica, e não do produto.

A bebida é iogurte, mas você com certeza já chamou de "danone". O nome do produto é palha de aço, mas grande parte das pessoas o conhece como "bombril". Se você vir um palhaço usando roupas amarelo e vermelho, automaticamente o associará ao *Mc Donald's*.

Esses são apenas alguns dos exemplos de como a marca é importante para uma empresa. Nesse sentido, a Lei da Propriedade Industrial conceitua a marca como sendo "*o sinal distintivo visualmente perceptível, utilizado, em regra, para identificar e distinguir produtos ou serviços do empresário*".

Ou seja, a marca é o que distingue um produto específico, pertencente a determinada empresa, dos demais. Se existem dois copos de café em uma mesa, um sem marca alguma e o outro com o logotipo do *Starbucks*, você associará o segundo produto a um café de melhor qualidade, pois sua marca é mais conhecida no mercado. Você dificilmente pagará um valor alto por uma bolsa de uma marca desconhecida, mas pagaria sem hesitar em uma bolsa da *Louis Vuitton*.

Isso ocorre porque a marca, mais do que um simples registro, é a forma como uma empresa é reconhecida em seu meio, é sua identidade, é o que confere confiança, respeitabilidade aos seus produtos ou serviços.

As marcas podem ser de vários tipos, a depender da forma de sua classificação. Elas podem servir para distinguir um produto ou serviço do outro; para atestar a qualidade de um produto ou serviço ou para demonstrar que uma empresa pertence a determinado grupo econômico.

Além disso, as marcas podem ser nominativas, quando formadas por letras ou números; figurativas, quando são representadas por desenhos; ou mistas, quando são uma junção de um nome e um desenho.

Minha empresa já foi registrada na junta comercial. A marca está protegida?

Criei minha empresa, dei um nome e a registrei na Junta Comercial, adquirindo um CNPJ. A marca da minha empresa está protegida?

A resposta é negativa.

A simples inscrição na Junta Comercial não faz com que a empresa adquira a propriedade da marca ou do nome adotado. Isso porque o órgão competente para cuidar do registro de marcas é o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (Inpi) e não a Junta Comercial.

Consequentemente, para que se possa ter propriedade e exclusividade sobre determinada marca, faz-se necessário proceder ao registro validamente expedido pelo INPI.

Nesse procedimento, vale a máxima de "*quem chegar primeiro venceu*". Ressalvados casos específicos, será proprietário da marca aquele que primeiro a registrar no INPI. Por conta disso, é essencial que seja dada a entrada no pedido de registro de sua marca antes de investir na promoção de seu nome, sob pena de ter se esforçado em vão.

Não registrei a marca da minha empresa. Que consequências posso sofrer?

Imagine que você não registrou sua marca no INPI, tendo apenas adotado determinada nomenclatura e imagem para sua empresa e investido em sua popularização. Suponha, ainda, que outra empresa realizou o procedimento correto, tendo inscrito sua marca no Inpi e conseguido obter a propriedade sobre essa marca.

Como esse fato pode impactar sua empresa? Duas consequências são possíveis.

Você poderá ser obrigado a parar de usar o nome e imagem que anteriormente utilizava e o trocar por outro. Com isso, será necessário refazer todo o material gráfico, *banners*, panfletos, placas, adesivos, uniformes, *sites* ou qualquer outro meio de divulgação utilizado para a divulgação de sua empresa.

Essa necessidade de troca, por si só, já acarreta um grande prejuízo para o empreendimento, pois, além dos custos de ter que refazer todo esse material, verá sua popularidade no mercado de consumo cair, pois os antigos consumidores talvez não correlacionem a marca anteriormente utilizada com a nova.

Ademais, sua empresa poderá ser condenada judicialmente a pagar uma indenização à empresa que tem a marca registrada, sob o pretexto de ter utilizado indevidamente sua marca.

Um exemplo das graves consequências que a falta de registro da marca pode acarretar é o caso de Flávio Augusto, fundador de um dos maiores grupos educacionais do país, o "*Wise Up*".

Quando o bilionário iniciou o próprio negócio, esqueceu de consultar se o nome que ele escolheu para sua empresa já estava ou não registrado. Posteriormente, ao tomar conhecimento de que existia um curso de inglês utilizando a mesma marca — essa, sim, registrada — foi obrigado a adotar outro nome para seu empreendimento. Tal fato demonstra a importância de ter uma boa assessoria jurídica empresarial, de modo a garantir a prosperidade de sua empresa.

Qualquer nome ou imagem pode ser registrado como marca?

Não. O artigo 124 da Lei da Propriedade Industrial estabelece alguns sinais que, por sua própria natureza ou características especiais, não poderão ser registrados como marca.

Alguns exemplos de elementos que não podem ser considerados marcas são: letras e números isoladamente; brasões, armas e medalhas públicos; expressão, figura, desenho ou qualquer outro sinal contrário à moral ou aos bons costumes etc.

Não se pode, portanto, registrar como nome de uma empresa a letra "F" isoladamente, a bandeira do Brasil ou um símbolo nazista.

Qual o prazo de validade da marca?

Depois que realizo a inscrição de minha marca no Inpi e ela é deferida, posso utilizar essa marca eternamente ou existe alguma limitação?

Essa pergunta é respondida pelo artigo 133 da Lei da Propriedade Industrial, que informa que o registro da marca vigorará pelo prazo de dez anos, contados da data de concessão da inscrição.

Para que esse período possa ser estendido, é necessário ingressar com pedido de prorrogação no último ano do prazo. Caso não o faça a tempo, será possível realizar esse pedido nos seis meses subsequentes ao término do prazo de vigência da marca, mas, para isso, será necessário o pagamento de retribuição adicional.

Portanto, é fundamental registrar a sua marca, pois sua ausência pode acarretar sérios prejuízos econômicos para sua empresa. Para isso, é necessário contar com a assistência de um advogado especializado nesse assunto, de modo a assegurar a proteção de sua empresa contra eventuais copiadore

Referências

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA CASA CIVIL SUBCHEFIA PARA ASSUNTOS JURÍDICOS.

Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. [S. l.], 14 maio 1996. Disponível [aqui](#). Acesso em: 26 maio 2022.

SIQUEIRA, Joelson Ramos de; BONINI, Juliana Sartoni. Registro de marca:: a importância da certificação. *Brazilian Journals Publicações de Periódicos e Editora*, São José dos Pinhais, 2 maio 2021. Disponível [aqui](#). Acesso em: 26 maio 2022.

Date Created

05/08/2022