



# Manual Registro de Marcas



UNIVERSIDADE<sup>®</sup>  
ESTADUAL DE LONDRINA



AINTEC<sup>®</sup>  
Agência de Inovação - UEL

## ÍNDICE

INTRODUÇÃO	3
INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL – INPI	4
MARCA	4
NATUREZA	5
FORMAS DE APRESENTAÇÃO	6
VALIDADE DO REGISTRO DE MARCA	8
REGISTRO NA AINTEC	9

## INTRODUÇÃO

A Agência de Inovação Tecnológica da UEL (Aintec) possui entre suas atribuições, disseminar e estimular a cultura da Propriedade Intelectual. O Escritório de Propriedade Intelectual (EPI) da Aintec tem como missão promover a proteção ao capital intelectual da UEL e da comunidade externa em benefício da sociedade.

Este manual tem o intuito de facilitar o entendimento da comunidade interna da UEL sobre registro de marca em seus aspectos técnicos e formais dispostos na Lei nº 9279/96, e no manual de marcas do do Instituto Nacional da Propriedade industrial (INPI).

A leitura dos documentos citados acima é de suma importância para o bom entendimento deste manual.

## INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) é uma autarquia federal vinculada ao Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, responsável pelo aperfeiçoamento, disseminação e gestão do sistema brasileiro de concessão e garantia de direitos de propriedade intelectual para a indústria.

Entre os serviços do INPI estão os registros de marcas, desenhos industriais, indicações geográficas, programas de computador e topografias de circuitos; as concessões de patentes e as averbações de contratos de franquia e das distintas modalidades de transferência de tecnologia. Na economia do conhecimento, estes direitos se transformam em diferenciais competitivos, estimulando o surgimento constante de novas identidades e soluções técnicas.

Desta forma, é o INPI quem recebe o depósito do pedido de registro de programa de computador e será responsável

### MARCA

Marca é um sinal distintivo 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.

Os sinais não registráveis como marca estão dispostos no Art. 124 da Lei nº 9279/96. É de extrema importância a leitura deste artigo antes de registrar sua marca.

## NATUREZA

Quanto à sua natureza, as marcas são classificadas como de produto, de serviço, coletiva e de certificação.

### PRODUTO

Marca de produto é aquela usada para distinguir produto de outros idênticos, semelhantes ou afins, de origem diversa (art. 123, inciso I, da LPI).



### SERVIÇO:

Marca de serviço é aquela usada para distinguir serviço de outros idênticos, semelhantes ou afins, de origem diversa (art. 123, inciso I, da LPI).



### COLETIVA:

Marca coletiva é aquela destinada a identificar e distinguir produtos ou serviços provenientes de membros de uma pessoa jurídica representativa de coletividade (associação, cooperativa, sindicato, consórcio, federação, confederação, entre outros), de produtos ou serviços iguais, semelhantes ou afins, de procedência diversa (art. 123, inciso III, da LPI). A marca coletiva possui finalidade distinta das marcas de produto e de serviço. O objetivo da marca coletiva é indicar ao consumidor que aquele produto ou serviço provém de membros de uma determinada entidade.



### **CERTIFICAÇÃO**

Marca de certificação é aquela usada para atestar a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas, padrões ou especificações técnicas, notadamente quanto à qualidade, natureza, material utilizado e metodologia empregada (art. 123, inciso II, da LPI). A marca de certificação possui finalidade distinta das marcas de produto e de serviço. O objetivo principal da marca de certificação é informar ao público que o produto ou serviço distinguido pela marca está de acordo com normas ou padrões técnicos específicos.

A busca deve ser feita em bases de desenho industrial nacional e internacionais, como a base do INPI para desenhos registrados no Brasil, ou a DesignView, que abrange vários países.



### **FORMAS DE APRESENTAÇÃO**

No que se refere às formas gráficas de apresentação, as marcas podem ser classificadas em nominativa, figurativa,

mista e tridimensional.

### **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 fantasiosa ou figurativa.

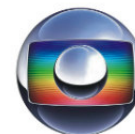


### **FIGURATIVA**

Marca figurativa ou emblemática é o sinal constituído por:

- desenho, imagem, figura e/ou símbolo;
- qualquer forma fantasiosa ou figurativa de letra ou algarismo isoladamente, ou acompanhado por desenho, imagem, figura ou símbolo;
- palavras compostas por letras de alfabetos distintos da língua vernácula, 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 eles representam, ressalvada a hipótese de o requerente indicar no requerimento a palavra ou o termo que o ideograma representa, desde que compreensível por uma parcela significativa do público-alvo, caso em que se interpretará como marca mista.



## MISTA

Marca mista, ou composta, é o sinal constituído pela combinação de elementos nominativos e figurativos ou mesmo apenas por elementos nominativos cuja grafia se apresenta sob forma fantasiosa ou estilizada.



## TRIDIMENSIONAL

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.



## VALIDADE DO REGISTRO DE MARCA

Após protocolo do pedido para registro da marca junto ao INPI, a marca será analisada a fim de verificar sua legitimidade. O tempo deste exame, de acordo com o INPI, leva de 2 anos e meio a 3 anos. Após o exame, é publicado

o deferimento ou indeferimento da marca.

Quando do deferimento da marca, deve-se efetuar o pagamento da concessão. A concessão abrange a emissão de certificado e proteção da marca por 10 (dez) anos, que pode renovada por mais 10 (dez) anos enquanto a empresa utilizar da marca.

## REGISTRO NA AINTEC

Para solicitar o registro via Aintec, deve-se entrar em contato com o EPI solicitando o Formulário de Declaração de Registro ou baixar o formulário pelo site da Aintec.

Autores da UEL devem preencher também o Parecer para Registro de Marca e protocolar na SAUEL (próximo à reitoria) juntamente com o formulário, direcionando à Aintec.

Empresas externas que desejem utilizar os serviços da Aintec para registro de marca podem entrar em contato com o EPI solicitando um orçamento. Após contratação do serviço, a empresa receberá as orientações necessárias para o preparo da documentação.

**Contato EPI:**  
aintecsec@uel.br  
aintecpi@uel.br  
aintecjur@uel.br

**Site Aintec:**  
<http://www.aintec.com.br/>

Redação: Isabela Lima Braz Guedes  
Revisão: Tatiana Fiuza e Mariana Paschoal  
Diagramação: Brunno Sampaio