

Estudos sobre: Proteção aos intangíveis do exercente da empresa; propriedade industrial – Marcas e Patentes

Professor:

- Amaury Walquer Ramos de Moraes

CAPÍTULO 04 – Proteção aos intangíveis do exercente da empresa; propriedade industrial – Marcas e Patentes

CONTEXTO HISTÓRICO

Com a necessidade do Brasil se adequar aos rumos tomados pela indústria, em âmbito mundial, surgiu a Lei 9.279/96 e vigente atualmente, aplicando-se às invenções, marcas, desenhos industriais, indicações geográficas e à concorrência desleal. Traz a inclusão da patente para determinadas substâncias, matérias ou produtos obtidos por meio de processos químicos; o registro dos desenhos industriais; as marcas; crimes contra a propriedade industrial (Soares, 1997, p.16).

4.1 – PATENTES

A patente significa a possibilidade de você registrar uma invenção, “título de propriedade expedido pelo INPI, que confere ao titular o monopólio de sua exploração, em contrapartida da divulgação de uma invenção” (VENTOSA; RODRIGUES, 2020, p. 85). Essa invenção pode ser, como exemplo, um objeto de uso prático, suas características têm que ser suscetível para fazer a aplicação industrial.

Ressaltando que, para que seja considerado invenção, e, conseqüentemente, patenteado, é necessário cumprir com alguns requisitos, como a novidade, a atividade inventiva e a aplicação industrial, “nem todas as criações intelectuais são suscetíveis de proteção por patente, sua concessão se justifica se as vantagens são superiores aos inconvenientes resultantes da livre concorrência” (VENTOSA; RODRIGUES, 2020, p. 86).

O foco principal da patente é a proteção, conferida ao autor da invenção. Podendo ser um objeto, de utilidade, que tenha portanto um uso prático, e seu uso seja suscetível para aplicação industrial, sendo possível patentear um objeto com uma nova forma, um objeto ainda não existente, ou seja, uma invenção, pois realmente se trata de um modelo original. Então um objeto que tem utilidade, ainda não inventado, está disponível para que o autor realize sua patente.

Em suma, a importância da patente de um objeto está direcionada para que o autor tenha a proteção do modelo desenvolvido.

A patente é registrável no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), uma autarquia ligada ao Ministério do Comércio Industrial. Como regra geral, as patentes de invenção têm prazo de validade de 20 anos e as de modelo de utilidade pelo prazo de 15 anos, contados a partir do depósito do pedido junto ao INPI.

Podem patentear, outorgado pelo Estado aos inventores, autores ou outras pessoas físicas ou jurídicas detentoras de direitos sobre a criação, ou seja, qualquer pessoa, seja ela física ou jurídica, pode iniciar o processo de registro.

4.1.1 – EXEMPLOS DE PATENTES

1 – Motor elétrico: Davenport recebeu a primeira patente para uma máquina elétrica em 1837.

2 – Fonógrafo: Edison patenteou uma maneira original para gravar, guardar e reproduzir sons.

3 – Lâmpada elétrica: é a maior invenção de Edison.

4 – Avião: Santos Dumont decidiu não patentear sua invenção, tornando o domínio público para encorajar seu desenvolvimento, a primeira patente correspondente à invenção pertence aos irmãos Wright.

4.2 – DESENHO INDUSTRIAL

O desenho industrial, descrito pela lei nº 9.279/96, lei da propriedade industrial, como uma forma plástica, sendo um conjunto ornamental de todos esses traços de linhas e de cores, que podem ser aplicados em um produto. Com a finalidade de proporcionar um resultado visual novo, original, para a visão externa.

É válido ressaltar que o desenho industrial é “registrável e não patenteável, consoante opção legislativa, sendo seu procedimento legal composto de quatro fases: (a) pedidos, (b) exame formal, (c) procedimento e decisão e (d) recurso” (VENTOSA; RODRIGUES, 2020, p. 92).

Seguindo a mesma linha das patentes, o desenho industrial pode ser registrado por qualquer pessoa física ou jurídica, desde que seja demonstrado a sua legitimidade para o registro.

4.3 – MARCAS

A marca é um símbolo característico do produto. Geralmente, diz-se que a marca é um indicador de origem, no sentido de que reflete a ligação com o produto de uma empresa. Nesse contexto, quanto mais a marca sugere algo por si só, maior a probabilidade de se tornar o símbolo principal e distintivo do produto, representando sua qualidade.

Uma marca bem elaborada, que é cuidadosamente promovida e persuasiva, induz o consumidor para a compra do produto. Isso acontece não apenas porque ela confirma direta ou indiretamente a qualidade do produto, mas também porque é vista como uma espécie de honra para o próprio produto. “Para ser tutelada como marca, a entidade abstratamente

suscetível de registro individual descrita acima deve conter cumulativamente determinados requisitos de validade: (a) capacidade distintiva; (b) licitude; (c) verdade e (d) novidade.” (VENTOSA; RODRIGUES, 2020, p. 93).

Pode ser requerido o registro de marca por pessoas físicas ou jurídicas de direito público ou privado, de acordo com o artigo número 128 do Código de Propriedade Industrial.

As pessoas de direito privado só podem requerer registro de marca relativo à atividade que exerçam de maneira efetiva e lícita, de modo direto ou através de empresas que controlem direta ou indiretamente, declarado, no próprio requerimento, esta condição, sob as penas da lei presentes no parágrafo 1º do artigo 128 do Código de Propriedade Industrial. Já o registro de marca coletiva só poderá ser requerido por pessoa jurídica representativa de coletividade, a qual poderá exercer atividade distinta de seus membros, parágrafo 2º do artigo 128 do Código de Propriedade Industrial.

A lei nº 9.279/96, lei da Propriedade Industrial, desempenha um papel fundamental na regulamentação dos direitos e obrigações relacionados à propriedade industrial no Brasil. Seu principal objetivo é promover o desenvolvimento tecnológico e econômico do país, ao mesmo tempo em que confere direitos exclusivos aos empresários, permitindo-lhes identificar seus produtos, serviços ou empresas no mercado competitivo.

Esses direitos exclusivos são essenciais para impulsionar os empresários em meio à concorrência feroz que caracteriza o ambiente moderno, garantindo a “marca de certificação é a usada para atestar a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas ou especificações técnicas, notadamente quanto à qualidade, natureza, material utilizado e metodologia empregada.” . A lei de Propriedade Industrial concede aos empresários a capacidade de registrar marcas, patentes e desenhos industriais, entre outros, para proteger duas inovações e criar uma identidade única para seus negócios. (VENTOSA; RODRIGUES, 2020, p. 95).

Esses ativos intangíveis se tornam uma parte valiosa do patrimônio da empresa, permitindo que eles se destaquem no mercado e construam a lealdade do cliente. “A marca não pode ser idônea a induzir o destinatário do bem ou serviço a engano quanto a proveniência ou procedência do produto ou serviço, sua qualidade ou natureza.” (VENTOSA; RODRIGUES, 2020, p. 95).

Assim como as patentes, o registro da marca extingue-se pela expiração do prazo de vigência. Também é causa de extinção a renúncia, total ou parcial, em relação aos produtos e serviços assinalados pela marca.

A caducidade também é uma possibilidade de extinção da marca, pela não utilização no Brasil ou pela interrupção do uso por mais de 05 anos consecutivos, ou seja, no mesmo prazo, a marca tiver sido usada com modificação que implique alteração de seu caráter distintivo original.

Embora não enumerada expressamente como causa de extinção, a declaração de nulidade do registro, artigo 167 da lei nº 9.279/96, também se insere nesse rol.

O objetivo do registro de marca, assim como na patente, é proteger um nome ou símbolo para a utilização exclusiva da empresa ou responsável pelo seu registro no prazo que lhe for permitido.

Disponibilizado pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial, seguindo passos simplificados, o interessado, pode se informar sobre o rito a ser seguido, como:

1. Pesquisa: Verifique se ninguém mais já utiliza o mesmo nome ou símbolo que você quer usar.
2. Escolha das categorias: Diga em que tipo de produtos ou serviços sua marca será usada.
3. Formulário e Taxas: Preencha um formulário e pague uma taxa para que seja identificado a solicitação de registro.
4. Revisão: As autoridades verificarão se sua marca segue as regras estabelecidas.
5. Publicação: Se tudo estiver correto, sua marca será anunciada publicamente.
6. Oposições: Se alguém discordar, pode haver um conflito.
7. Registro: Se não houver problemas, sua marca será oficialmente registrada.
8. Manutenção: Você precisa manter sua marca e renová-la conforme as leis locais.

O endereço eletrônico do INPI www.gov.br/inpi/pt-br possui diversos recursos disponíveis para consulta, de forma gratuita, para que seja sanada dúvidas básicas através dos recursos de Chatbot, disponível 24h, e a ferramenta INPI Conecta Todos, disponível conforme informado no próprio endereço eletrônico.

4.3.1 – EXEMPLOS DE MARCAS

- 1 – Coca-cola: The Coca-Cola Company (NYSE:KO), geralmente referida como Coca-cola Company ou simplesmente Coca-cola.
- 2 – Red Bull: A marca da bebida energética vendida pela companhia austríaca Red Bull, introduzida no mercado em 1987.
- 3 – Nubank: Fundado em maio de 2013, na cidade de São Paulo, pelo colombiano David Vélez, a brasileira Cristina Junqueira e o norte-americano Edward Wible.
- 4 – Apple: Fundada em 1976 na Califórnia por Steve Jobs e Steve Wozniak, a marca é conhecida por revolucionar o mundo da tecnologia com a introdução do Macintosh em 1984.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

VENOSA, Sílvio de Salvo , RODRIGUES, Cláudia. **Direito Empresarial** – 10. ed. – São Paulo: Atlas, 2020.

BRASIL, Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996, Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, 15 de maio de 1996.

SOARES, José Carlos Tinoco. **Lei de patentes, Marcas e Direitos Conexos, Lei 9.279/96**. São Paulo: RT, 1997.

Patente, **Guia Básico**. Instituto Nacional de Propriedade Industrial. Disponível em www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/patentes/guia-basico

Marcas, **Guia Básico**. Instituto Nacional de Propriedade Industrial. Disponível em www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/guia-basico

Desenhos Industriais, **Guia Básico**. Instituto Nacional de Propriedade Industrial. Disponível em www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/desenhos-industriais/guia-basico