

Apresentação

Confundir o conceito de marca e patente é muito comum no meio das empresas, pois ambas estão relacionados à atividade empresarial, buscando sempre proteger todo o seu conteúdo criativo, inovador, diferenciador, que é englobado pela propriedade intelectual.

Considera-se que a marca e a patente de uma organização são as partes mais valiosas do patrimônio imaterial dela.

Nesta Unidade de Aprendizagem você vai estudar conceitos que vão esclarecer a diferença entre marca e patente, para melhor compreensão do assunto, além de saber mais sobre a identificação dos direitos descendentes de marcas e patentes e o papel do INPI - Instituto Nacional de Propriedade Industrial no contexto de marcas e patentes.

Bons estudos.

Ao final desta Unidade de Aprendizagem, você deve apresentar os seguintes aprendizados:

- Diferenciar marca e patente.
- Identificar os direitos descendentes do registro de marcas e patentes.
- Descrever o papel do Instituto Nacional de Propriedade Industrial no contexto do registro de marcas e patentes.

Infográfico

É comum haver confusões em relação a marcas e patentes. A expressão “patentear minha marca” é utilizada erroneamente, mesmo que seja possível compreender seu sentido. Por isso, é importante que você saiba diferenciar estas duas ações: patentear uma invenção e registrar uma marca. Conforme a definição apresentada pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial, a marca é “[...] todo sinal distintivo, visualmente perceptível, que identifica e distingue produtos e serviços de outros análogos, de procedência diversa, bem como certifica a conformidade dos mesmos com determinadas normas ou especificações técnicas”.

Já a patente, como menciona o Instituto Nacional de Propriedade Industrial, “[...] é um título concedido pelo Estado a um autor, inventor ou detentor de direito sobre uma criação original”.

Neste Infográfico abaixo apresenta os conflitos existentes entre marcas e patentes, além da importância dos registros no INPI e a relação entre o depósito da marca e o registro da patente.

Marca vs Patente

A marca e a patente de uma organização são as partes mais valiosas do patrimônio imaterial dela.

CONFLITOS DE MARCA

Marca é "todo sinal distintivo, visualmente perceptível, que identifica e distingue produtos e serviços de outros análogos, de procedência diversa, bem como certifica a conformidade dos mesmos com determinadas normas ou especificações técnicas".

PROTEÇÃO À CÓPIA DA MARCA:

O registro de uma marca pode ser feito justamente para evitar que pessoas mal intencionadas tentem utilizá-la ou para evitar que outros a usem.

INPI

Instituto Nacional da Propriedade Industrial.

É o registro que constitui a propriedade intelectual, não o mero uso original.

DEPÓSITO DA MARCA

PATENTE

"É um título concedido pelo Estado a um autor, inventor ou detentor de direito sobre uma criação original".

A **patente** é considerada o título conferido pelo Estado para quem inventou (pode ser produto ou processo) algo e que não está contido nas proibições da lei.

INPI

Registro de Patentes.

É preciso depositar o pedido, mas, antes disso, preencher os formulários disponíveis no INPI.

CONCESSÃO DE PATENTE

Conteúdo do Livro

A marca é o sinal distintivo que identifica produtos e serviços, já a patente recai sobre a invenção ou modelo de utilidade, ou seja, a marca é o próprio sinal e a patente é o direito sobre algo.

Na obra *Teoria Geral da Empresa*, leia o capítulo *Noções gerais: marcas e patentes*, base teórica desta Unidade de Aprendizagem, no qual você vai conhecer os conceitos relacionados, compreender as diferenças, interpretar os direitos descendentes e conhecer o papel do INPI para a proteção e legalização das marcas e das patentes.

Boa leitura.



TEORIA GERAL DA EMPRESA

Zaida Cristiane dos Reis

Revisão técnica:

Gustavo da Silva Santanna

Bacharel em Direito

*Especialista em Direito Ambiental Nacional
e Internacional e em Direito Público*

Mestre em Direito

Gisele Lozada

Graduada em Administração de Empresas

Especialista em Controladoria e Finanças

Miguel do Nascimento Costa

Advogado

Graduado em Ciências Sociais

Especialista em Processo Civil

Mestre em Direito Público



T314 Teoria geral da empresa [recurso eletrônico] / Simone Fraporti...
[et al.]; [revisão técnica : Gustavo da Silva Santanna, Gisele
Lozada, Miguel do Nascimento Costa]. – Porto Alegre:
SAGAH, 2018.

ISBN 978-85-9502-443-4

1. Direito empresarial. 2. Administração. I. Fraporti,
Simone.

CDU 347.19:658

Noções gerais: marcas e patentes

Objetivos de aprendizagem

Ao final deste texto, você deve apresentar os seguintes aprendizados:

- Diferenciar marca e patente.
- Identificar os direitos descendentes do registro de marcas e patentes.
- Descrever o papel do Instituto Nacional de Propriedade Industrial no contexto do registro de marcas e patentes.

Introdução

Confundir os conceitos de marca e patente é muito comum no meio empresarial. Afinal, ambas estão relacionadas à atividade empresarial e buscam proteger todo o seu conteúdo criativo e inovador, que é englobado pela propriedade intelectual. Considera-se que a marca e a patente de uma organização são as partes mais valiosas do seu patrimônio imaterial.

No Brasil, o procedimento para regularizar uma patente é burocrático e demorado, chegando a levar de seis a sete anos. Porém, essa demora não acontece somente por aqui. Nos Estados Unidos, a média é de cinco anos, por exemplo. Apenas na Coreia do Sul e no Japão o processo é um pouco mais ágil, demorando aproximadamente dois anos e meio.

A marca, por sua vez, depende muito da imagem que os consumidores associam a ela, e a sua regularização também é fundamental. Porém, ela é amplamente associada a características que a empresa quer transmitir (qualidade, força, confiança, entre outros atributos).

Tanto a regularização de marcas como a de patentes são orientadas pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). Como você deve imaginar, essa autarquia é fundamental para dar suporte ao empreendedor no que diz respeito a marcas e patentes. Neste capítulo, você vai estudar as diferenças entre marcas e patentes e também conhecer melhor o trabalho do INPI.

Diferenciação de marca e patente

Como você viu, é comum haver confusões em relação a marcas e patentes. A expressão “patentear minha marca” é utilizada erroneamente, mesmo que seja possível compreender seu sentido. Por isso, é importante que você saiba diferenciar estas duas ações: patentear uma invenção e registrar uma marca.

Conforme a definição apresentada pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial ([200-?]), a **marca** é “[...] todo sinal distintivo, visualmente perceptível, que identifica e distingue produtos e serviços de outros análogos, de procedência diversa, bem como certifica a conformidade dos mesmos com determinadas normas ou especificações técnicas”.

Nesse sentido, resumidamente, a marca é um nome ou uma imagem que identifica um produto ou um serviço. Por meio das marcas, o consumidor reconhece produtos de diferentes empresas existentes no mercado.

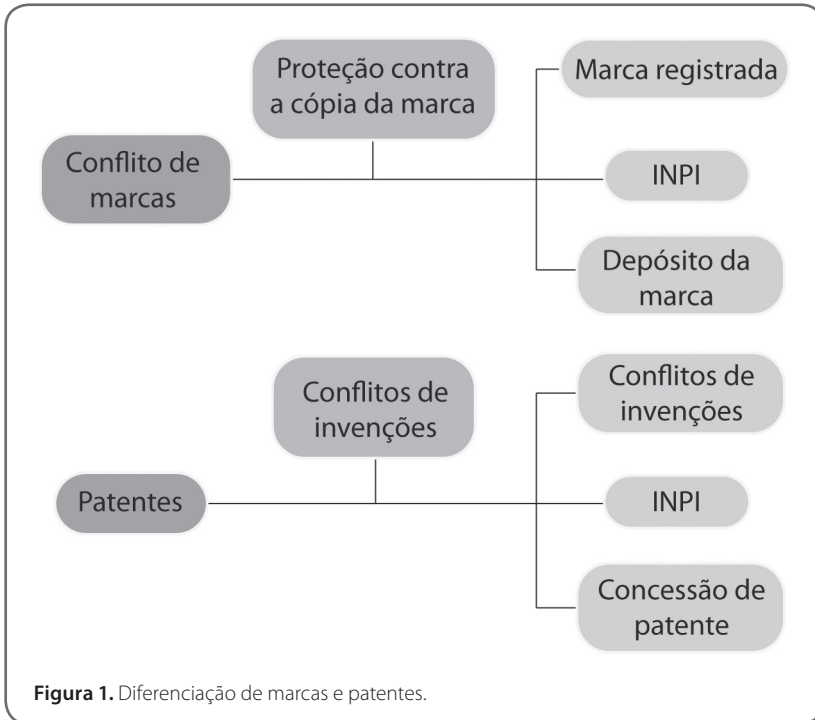
Como exemplos relacionados a essa definição, você pode considerar:

- a compra de um tênis — o consumidor lembra-se da marca desejada, seja ela Nike, Adidas, Mizuno ou qualquer outra de sua preferência;
- uma transmissão de TV aberta — o consumidor lembra-se de canais como Globo, SBT, Record, entre outros existentes no mercado.

Já a **patente**, como menciona o Instituto Nacional de Propriedade Industrial ([200-?]), “[...] é um título concedido pelo Estado a um autor ou inventor ou detentor de direito sobre uma criação original”. O INPI classifica diferentes patentes, como você pode ver a seguir.

- **Patente de Invenção (PI)**: produtos ou processos novos. Trata-se de uma invenção.
- **Patente de Modelo de Utilidade (MU)**: trata-se de uma inovação que agrega algo novo em equipamento ou produto já existente, como se fosse um aperfeiçoamento funcional.
- **Desenho Industrial (DI)**: são formas novas, como um novo design de um frasco de perfume.

Nesse sentido, a proteção confiada pela patente é considerada um precioso patrimônio do inventor, visto que ele investiu tempo e conhecimento valiosos para desenvolver sua invenção.



Assim, em vez de utilizar a expressão “patentear uma marca”, o correto é dizer: “registrar uma marca” e “patentear uma invenção”.



Fique atento

Veja quatro aspectos importantes relacionados a marcas e patentes listados pelo blog *Mais Empresas* (2011, documento on-line).

1. Distinção entre marca e patente

A marca é o sinal que identifica produtos e serviços. Ela pode ser composta por letras estilizadas, desenhos ou logotipos. Já a patente se aplica à invenção ou ao modelo de utilidade. A primeira é nova e original. O segundo, por sua vez, é algo já existente que passou por melhorias. Você pode considerar que a marca é o próprio sinal, enquanto a patente é o direito sobre algo.

2. Obtenção dos registros

Os direitos sobre as marcas e patentes são concedidos pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Porém, o INPI exige alguns requisitos para emití-los.

3. Requisitos exigidos pelo INPI

Para marca:

- novidade — a marca tem de ser nova;
- não colidência com marca notória — não pode ser registrada a marca que reproduza ou imite, mesmo que parcialmente, outra marca muito conhecida;
- não impedimento — o uso do signo desejado deve ser autorizado pela legislação.

Para patente:

- novidade — a criação deve ser desconhecida pela comunidade científica, técnica ou industrial;
- atividade inventiva — a criação não pode ser óbvia;
- aplicação industrial — a invenção deve ter utilidade industrial;
- não impedimento — a lei deve permitir o uso da criação.

4. Prazo de duração

A exploração da marca tem duração de 10 anos e pode ser prorrogada por períodos iguais e consecutivos. O interessado deve solicitar a prorrogação sempre no último ano de vigência. A patente, por sua vez, dura 20 anos para invenção e 15 anos para o modelo de utilidade, sem possibilidade de prorrogação.

Registro de marcas e patentes

Conceito de marca

A mais conhecida das categorias de propriedade intelectual é a marca. Ela está presente em todos os meios de divulgação da empresa. Afinal, uma das características mais fortes da marca é ser um sinal de diferenciação distinto e de excelência na organização.

Negrão (2014), Requião (2015), Gusmão (2015) e Coelho (2016) destacam que a marca é o sinal distintivo de determinado produto, serviço ou mercadoria. Tal sinal é visualmente perceptível e não compreendido nas proibições legais, identificando direta ou indiretamente produtos ou serviços. Desse modo, o cliente pode criar uma conexão — até afetiva — com aquele sinal (marca) que identifica o produto ou serviço que lhe agrada.

A marca, de acordo com Negrão (2014), Requião (2015), Coelho (2016) e Gladston (2016), também cria um vínculo com a origem do produto ou serviço, auxiliando o cliente na identificação rápida do fabricante ou prestador de serviço.

Gusmão (2015) salienta como princípios inerentes à marca:

- **especificidade ou especialidade** — o registro de determinada marca ocorre em classes específicas, sendo possível a coexistência de marcas idênticas ou semelhantes caso as classes de registro sejam diferentes;

- **territorialidade** — a proteção conferida pelo Estado à patente ou ao desenho industrial somente tem validade nos limites do país que concede a proteção, salvo na hipótese de marcas notoriamente conhecidas.

Complementando, Gladston (2016) salienta que a proteção à identidade das empresas não se limita ao nome empresarial nem ao título do estabelecimento. No desenvolvimento da história, foi necessário aprimorar outro mecanismo jurídico de proteção à identidade das organizações. A marca serve à concorrência, trabalhando pela identidade da empresa e permitindo alternativas mercadológicas mais sofisticadas, como a própria construção de demanda.

Nesse contexto, muitas formas podem ser consideradas marcas, como expressões, imagens, etc. No Brasil, percebe-se que apenas as marcas visualmente perceptíveis podem ser registradas, o que significa dizer que ainda que você tenha desenvolvido um sinal distintivo, como um som ou uma fragrância, não poderá protegê-lo por meio do registro de marca.

Direitos descendentes do registro de marcas

O registro de uma marca pode ser feito justamente para evitar que outras pessoas, sejam elas más intencionadas ou não, tentem utilizá-la. Você ainda deve notar que o registro de marcas ou o patenteamento de invenções pode gerar receitas denominadas *royalties* para uma empresa. Isso pode ocorrer por meio de franquias, licenciamento ou venda.



Exemplo

Como exemplo de uma marca sonora, considere o *plim plim*, sinal da Rede Globo de Televisão. Ele é uma das marcas mais famosas da emissora, mas que não pôde ser registrada no INPI, pois o Brasil não registra marcas sonoras.

Gladston (2016) destaca que a propriedade da marca é obtida pelo registro no Instituto Nacional da Propriedade Intelectual. Esse registro se inicia com um procedimento de pedido feito pelo interessado e conclui-se com a expedição de um certificado de registro que assegura o uso exclusivo do signo em todo o território nacional.

Portanto, no Brasil, conforme Gladston (2016), é o registro que constitui a propriedade intelectual, não o mero uso original. Com efeito, há dois sistemas elementares que podem fundamentar a propriedade das marcas:

- **o regime atributivo**, no qual a propriedade da marca é concedida exclusivamente pelo registro à primeira pessoa que o solicitar ao órgão pertinente;
- **o regime declarativo**, segundo o qual a proteção legal do Estado ao usuário da marca independe da aquisição de registro próprio, sendo concedida àquele que tinha uso prévio (pré-uso) e ocupação da marca.

Você deve notar ainda que a marca deve ser original na sua área de registro. Ou seja, não deve haver nenhum registro idêntico que a preceda. Além disso, obviamente ela não deve estar contida nas proibições legais. Após a concessão, seu prazo de proteção é de 10 anos, renováveis por novos períodos de 10 anos, sucessivamente. A cada renovação, novas taxas se aplicam, mas esse é muito mais um investimento do que um gasto.

Conceito de patente

O termo **patente**, segundo Negrão (2014), Requião (2015), Gusmão (2015), Coelho (2016) e Ramos (2017), é empregado para identificar a propriedade sobre uma invenção ou um modelo de utilidade. Portanto, não tem nada a ver com marca. Assim, a invenção é patenteada e a marca é registrada.

A patente é considerada o título conferido pelo Estado para quem inventou (pode ser produto ou processo) algo que não está contido nas proibições da lei (RAMOS, 2017). Para que a invenção possa ser patenteada, além do rigoroso e (lamentavelmente) lento processo, é necessário que reúna três requisitos fundamentais: novidade, atividade inventiva e aplicação industrial.

Há também a patente de modelo de utilidade. Ramos (2017) destaca que o modelo protege um objeto de uso prático ou mesmo uma parte deste. Tal objeto deve apresentar uma nova forma ou disposição que envolva um ato inventivo e que tenha como resultado uma melhoria funcional no seu uso ou fabricação.

Você pode perceber que a patente se difere da marca por proteger outro tipo de propriedade intelectual do empreendedor. Basicamente, é utilizada para garantir o direito de exclusividade à exploração comercial de produtos e processos originais, frutos da criatividade e da inovação humanas, por tempo determinado.

Direitos descendentes do registro de patentes

O processo para obter uma patente de invenção é muito mais complexo e técnico do que o aplicado às marcas. Por isso, recomenda-se que seja consultado um especialista em marcas e patentes.

No caso das patentes, Negrão (2014), Requião (2015), Coelho (2016) e Ramos (2017) explicam que é imprescindível avaliar a legislação para primeiramente entender se a invenção é patenteável. A ideia é pesquisar anterioridades para confirmar que não existe nada igual já patenteado ou solicitado. E, atenção, diferente da marca, a novidade da invenção deve ser mundial, o que exige, portanto, uma pesquisa muito mais complexa e detalhada.

Na evolução do processo, após ultrapassar essa etapa, é preciso depositar o pedido. Antes, contudo, é necessário preencher os formulários disponíveis no INPI, que exigem conhecimento técnico específico. Ramos (2017) salienta a importância de preparar um resumo da invenção, um relatório, as reivindicações e possivelmente os desenhos técnicos. Com esse alinhamento, basta recolher as taxas e protocolar o pedido.

O papel do INPI no contexto do registro de marcas e patentes

Negrão (2014), Requião (2015), Coelho (2016) e Ramos (2017) apontam que, de acordo com o art. 68 da Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996 (Lei de Propriedade Industrial — LPI), o detentor de uma patente que não a explorar economicamente estará sujeito ao seu licenciamento compulsório. Ou seja, é possível que ele seja obrigado a licenciar outros produtores para utilizar a patente para fins comerciais.

A LPI regula, atualmente, os direitos e obrigações relativos à propriedade industrial no Brasil. Ela estabelece, em seu art. 2º, que:

- [...] a proteção dos direitos relativos à propriedade industrial, considerados o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País, efetua-se mediante:
- I. concessão de patentes de invenção e de modelo de utilidade;
 - II. concessão de registro de desenho industrial;
 - III. concessão de registro de marca;
 - IV. repressão às falsas indicações geográficas; e
 - V. repressão à concorrência desleal (BRASIL, 1996, documento on-line).

Os bens protegidos pelo direito de propriedade industrial são, portanto, segundo Negrão (2014), Requião (2015), Coelho (2016) e Ramos (2017), quatro: a invenção e o modelo de utilidade, protegidos mediante a concessão de patente (instrumentalizada por meio da respectiva carta-patente); e a marca e o desenho industrial, protegidos mediante a concessão do registro (instrumentalizada por meio do respectivo certificado de registro).



Fique atento

A concessão de patente é um dispositivo legal que protege a sociedade, que ganha mais com a exploração das invenções e dos modelos de utilidade.

O registro de marcas no INPI, segundo Gusmão (2015), Requião (2015) e Ramos (2017), tem procedimentos determinados pela própria autarquia. Quando um pedido é analisado pelo presidente da instituição, estão superadas todas as instâncias administrativas. Se uma marca tem o registro negado após todo o trâmite normal, não há motivos para a intromissão do Judiciário no caso.

Veja um exemplo interessante sobre esse tema, relacionado à emissora SBT. Em 2008, chegou ao Superior Tribunal de Justiça (STJ) o REsp 1.080.074, do próprio INPI. No caso, uma marca não foi registrada pela existência de outra que poderia causar confusão, mas, após todo o processo na autarquia, a marca impeditiva foi declarada caduca. Como a caducidade só pode ser considerada a partir de sua declaração, não há irregularidade ou ilegalidade no ato administrativo.

Estava em discussão o uso do nome *Show do Milhão* por um programa televisivo do SBT. Já que depende de uma declaração de determinada circunstância fática, como a inexistência ou a interrupção de uso, a caducidade deve ter efeitos prospectivos, isto é, só passa a ter validade após sua determinação.

Outro problema comum, segundo Ramos (2017), é o registro de marcas parecidas com outras já existentes, o que pode confundir o consumidor e resultar na desvalorização da marca primeiramente registrada. Tal fato faz com que o lesado possa pedir na Justiça tanto a anulação do registro no INPI quanto uma indenização por danos morais.

Resumidamente, tanto o registro de marca quanto o de patente são fundamentais para garantir que apenas o empresário terá exclusividade na exploração comercial da marca criada ou na fabricação e na comercialização de produtos ou processos inventados por sua empresa. Por isso, evidencia-se a importância dos registros no sentido de proteger o empresário de apropriações indevidas do nome ou da marca da empresa, assim como das suas invenções.

Para finalizar, lembre-se do quanto é errado dizer “patentear uma marca”. Uma marca é registrada. Apenas para invenções é possível pedir patente.



Referências

BRASIL. *Lei nº. 9.279, de 14 de maio de 1996*. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm>. Acesso em: 9 maio 2018.

COELHO, F. U. *Manual de direito comercial: direito de empresa*. 28. ed. São Paulo: Saraiva, 2016.

GLADSTON, M. *Direito empresarial brasileiro: empresa e atuação empresarial*. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2016. v. 1.

GUSMÃO, M. *Lições de direito empresarial*. 12. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2015.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL. *Manual de marcas*. [200-?]. Disponível em: <http://manualdemarcas.inpi.gov.br/projects/manual/wiki/02_O_que_%C3%A9_marca#2-O-que-%C3%A9-marca>. Acesso em: 9 maio 2018.

MAIS EMPRESAS. *4 coisas que você não sabia sobre marcas e patentes*. 2011. Disponível em: <<http://www.maisempresas.com/2011/08/01/4-coisas-que-voce-nao-sabia-sobre-marcas-e-patentes/>>. Acesso em: 9 maio 2018.

NEGRÃO, R. *Direito empresarial: estudo unificado*. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

RAMOS, A. L. S. C. *Direito empresarial*. 7. ed. São Paulo: Método, 2017.

REQUIÃO, E. R. *Curso de direito comercial*. 34. ed. São Paulo: Saraiva, 2015. v. 1.

Leitura recomendada

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. REsp 1.080.074 RS 2017/00826903. Relator: Ministro Felix Fischer. *DJe*, 17 maio 2017.

Encerra aqui o trecho do livro disponibilizado para esta Unidade de Aprendizagem. Na Biblioteca Virtual da Instituição, você encontra a obra na íntegra.

Conteúdo:



SOLUÇÕES
EDUCACIONAIS
INTEGRADAS

Dica do Professor

A marca depende muito da imagem que os consumidores associam à ela, e sua regularização também é fundamental. Porém, ela é amplamente associada a características que a empresa quer transmitir (qualidade, força, confiança, entre outros atributos).

Nesta Dica do Professor, você verá mais sobre o símbolo, a escolha do nome e a identificação de uma marca, assim como um breve histórico sobre a proteção de uma invenção (patente).



Aponte a câmera para o código e acesse o link do conteúdo ou clique no código para acessar.

Exercícios

- 1) A mais conhecida das categorias de propriedade intelectual é a marca, e uma de suas características mais fortes:
- A) ser uma avaliação fraca do consumidor pela empresa.
 - B) ser um sinal de diferenciação distinto e de excelência na organização.
 - C) ser uma relação do consumidor com o mercado globalizado.
 - D) ser um sinal de alerta para negligências da organização.
 - E) ser adequada às perspectivas da concorrência.
- 2) São princípios inerentes à marca:
- A) Especialidade e registro.
 - B) Territorialidade e Proteção.
 - C) Especificidade ou especialidade e territorialidade
 - D) Proteção e registro.
 - E) Concorrência e mercado.
- 3) Há dois sistemas elementares que podem fundamentar a propriedade das marcas. São eles:
- A) O regime atributivo e o regime declarativo.
 - B) A concorrência e o regime atributivo.
 - C) Os impostos e as taxas de registro.
 - D) A participação de mercado e o regime declarativo.
 - E) O regime de partilha e a proteção ao crédito.

- 4) Para que a invenção possa ser patenteada, além do rigoroso e lento processo, é necessário que sejam reunidos três requisitos fundamentais. São eles:**
- A)** A periodicidade, a atividade econômica e a aplicação industrial.
 - B)** A atividade parcial, a aplicação de vacinas e a originalidade.
 - C)** A imparcialidade, o tema de interesse ao consumidor e a aplicação industrial.
 - D)** A caridade, a atividade voluntária e a análise da concorrência.
 - E)** A novidade, a atividade inventiva e a aplicação industrial.
- 5) O processo para obter uma patente de invenção é muito mais complexo e técnico, por isso, recomenda-se que seja consultado um especialista em marcas e patentes. No caso das patentes, é imprescindível:**
- A)** avaliar o produto e ou serviço para saber as perspectivas da concorrência em desenvolver uma parceria.
 - B)** confirmar a existência de produtos similares para aproveitar o projeto e desenvolver um produto de forma rápida.
 - C)** averiguar se a invenção é interessante ao mercado consumidor para iniciar um processo de vendas imediato.
 - D)** avaliar a legislação para, primeiramente, entender se a invenção é patenteável, pesquisando anterioridades, para confirmar que não existe nada igual já patenteado ou solicitado.
 - E)** avaliar a organização para entender se a marca está relacionada com o produto patenteado ou solicitado.

Na prática

Para proteger uma marca, seja da empresa ou de um produto, é muito importante que seja procurado o auxílio de profissionais que conheçam a importância e as leis relativas à proteção de uma marca.

Conteúdo interativo disponível na plataforma de ensino!

Fique atento! Pequenas ou grandes iniciativas: todas devem ser registradas.

Saiba mais

Para ampliar o seu conhecimento a respeito desse assunto, veja abaixo as sugestões do professor:

Proteção da propriedade de marcas e patentes: os entendimentos do STJ

Leia o texto que trata de um dos casos que diz respeito a empresas com marca registrada no INPI que encontram outra empresa que utiliza a mesma marca.



Aponte a câmera para o código e acesse o link do conteúdo ou clique no código para acessar.

Propriedade Industrial: Marcas e Patentes

Este texto trata de um estudo de caso concreto que passa pelos principais temas da marcas e patentes trabalhando os conceitos básicos e doutrinários que norteiam o tema jurídico com suas distintas matizes. É também um breve exame do diploma legal que regula a propriedade industrial as marcas.



Aponte a câmera para o código e acesse o link do conteúdo ou clique no código para acessar.

Estudo sobre indeferimentos de patentes no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI)

O desenvolvimento tecnológico brasileiro atualmente representa um segmento em expansão, panorama que também se observa no restante do Mundo. Acesse o material abaixo e conheça um estudo que analisa os motivos que levaram ao indeferimento de depósitos de patentes em instituições de ensino, pesquisa e tecnologia no Brasil.



Aponte a câmera para o código e acesse o link do conteúdo ou clique no código para acessar.

Entenda as diferenças entre Registro de Marca e Pedido de Patente

Neste blog entenda os conceitos, as diferenças entre essas categorias de propriedade intelectual e o que deve ser levado em consideração na obtenção de uma patente e de uma marca.



Aponte a câmera para o código e acesse o link do conteúdo ou clique no código para acessar.