

Registro

O objetivo do registro da marca é evitar que outra empresa obtenha marca idêntica ou semelhante, que venha a confundir o consumidor. Ele também deve ser solicitado ao INPI.

A partir do registro, há direito à utilização exclusiva em todo o território nacional. Cabe ressaltar que o simples pedido de registro não importa em propriedade da marca, é necessária a concessão específica do pedido de registro.

Antes de registrar a marca, é possível **ceder** o registro em si ou o pedido de registro para outrem. Com isso, há a transferência de todos os direitos sobre a marca.

O titular também poderá **licenciar** o uso da marca ou transferir a titularidade do registro, mediante averbação ou anotação no certificado de registro. Nesse caso, não há a transferência de todos os direitos, pois o terceiro pode apenas usar a marca, sem ter a sua titularidade.

Direitos do Titular

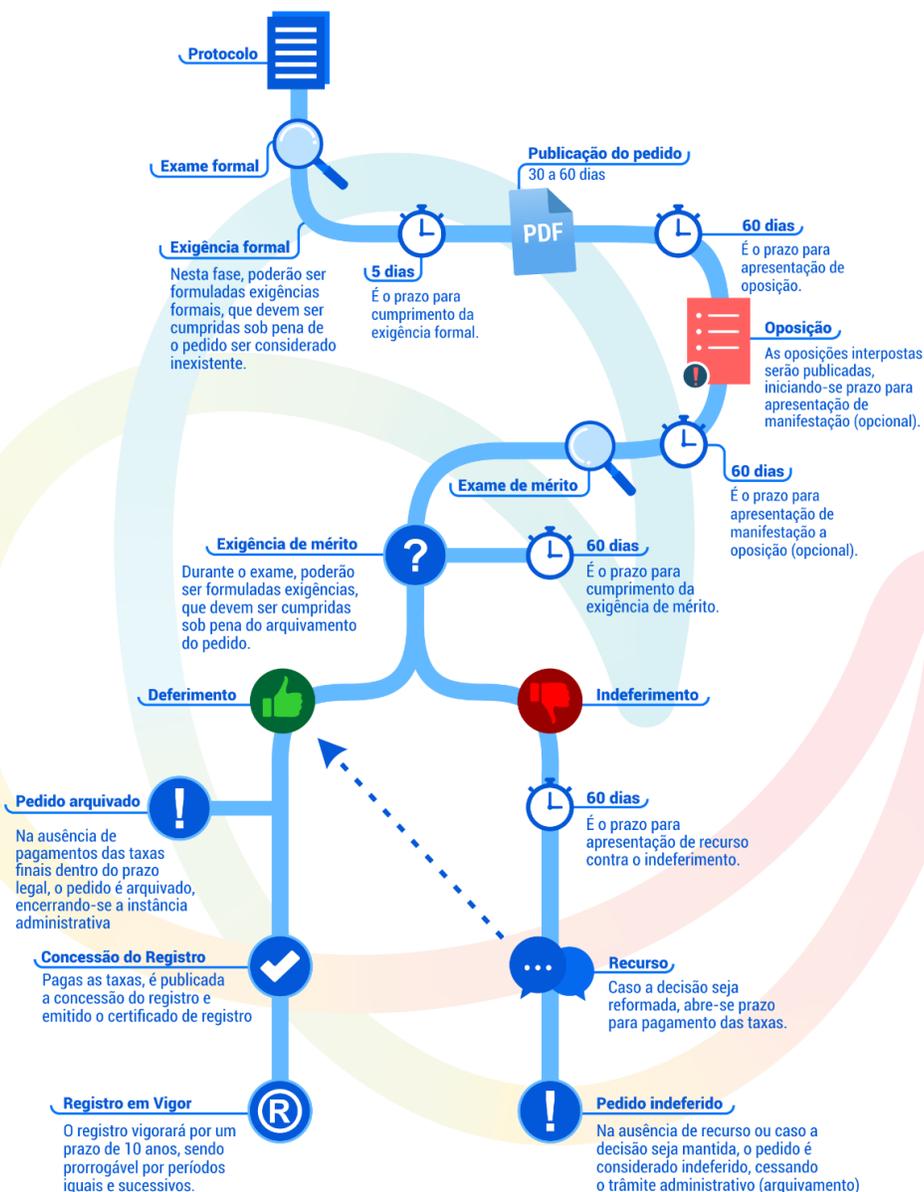
Além do direito de uso exclusivo, o titular da marca registrada tem direito de zelar pela integridade material e reputação.

O depositante, mesmo que não seja considerado ainda como titular da marca, também poderá pleitear a defesa de seus direitos. Sendo assim, o depositante também pode proteger a marca de uso indevido.

Contudo, o registro no INPI é válido apenas no Brasil. No exterior, o registro de marcas é determinado pela legislação de cada país (princípio da territorialidade).

A exceção diz respeito à marca notoriamente conhecida, que não necessita de prévio registro no Brasil.

FLUXO/PROCESSO DO REGISTRO DE MARCAS.



Não há anuidade no processo registro de marca.

PÓS-REGISTRO:

O registro pode sofrer Nulidade Administrativa, Nulidade Judicial e Caducidade parte de terceiros. Por isto a vigilância constante é essencial.

Limitações aos Direitos do Titular

O artigo 132 da Lei de Propriedade Industrial proíbe o titular da marca de:

- Impedir comerciantes ou distribuidores de usar sinais distintivos ou a marca em si na sua promoção e comercialização
- Impedir fabricantes de acessórios de usar a marca para indicar destinação do produto (respeitando a livre concorrência)

- Impedir a livre circulação do produto colocado no mercado interno por si mesmo ou com o seu consentimento (exceções nos §§ 3º e 4º do art. 68)
- Impedir que um discurso, ou publicação cite a marca (desde que não haja conotação comercial ou prejuízo para o caráter distintivo da marca)