

Conceito

Marca é o sinal distintivo, visualmente perceptível, que identifica um produto ou serviço.

Segundo a lei, esse sinal deve assinalar, indentificar e distinguir, de forma única, certos produtos ou serviços (mesmo que semelhantes ou idênticos a outros). É a representação do núcleo de um negócio.

Ela deve ser visualmente perceptível pois sinais que dependam de outro sentido humano não podem ser registrados como marca.

Formas das marcas

O art. 123 da Lei de Propriedade Industrial traz as espécies de marcas:

- Marca de produto ou serviço: distingue produto ou serviço de outros idênticos, semelhantes ou afins
- Marca de certificação: atesta a conformidade de um produto ou serviço com normas ou técnicas (quanto a materialidade, natureza, material e metodologia)
- Marca coletiva: identifica produtos ou serviços de uma entidade
- Marca nominativa: constituída por letras, números ou neologismos.

É importante diferenciar o nome comercial e a marca. O nome comercial é a razão social da empresa, registrada na Junta Comercial. Por exemplo, a empresa Natura Cosméticos S/A possui as marcas Natura®, Natura Ekos®, Natura Erva Doce®, Sève®, Natura Humor®, entre outras.

Marca figurativa: simbolizada por desenho, imagem, figura ou forma estilizada de letra ou número.

Marca mista: combina elementos nominativos e figurativos.

Marca tridimensional: forma plástica (configuração ou conformação física) de produto ou embalagem.

Requisitos do registro

São requisitos básicos para registrar uma marca:

- Percepção visual
- Distintividade
- Disponibilidade
- Lícitude

Princípios Norteadores

- **Princípio da especialidade:** a marca é protegida estritamente no âmbito de produtos ou serviços que descreve. Exceção: marcas de alto renome (art. 125) - a marca de alto renome registrada no Brasil terá proteção especial, em todos os ramos de atividade.
- **Princípio da territorialidade:** a marca só é válida no território ou país em que for registrada. Exceção: marca notoriamente conhecida (art. 126), que não precisa de registro prévio no Brasil.

Diluição

Com o tempo, algumas marcas perdem o seu valor distintivo, como a “xerox”, “zíper”, “durex”, “vaselina”, “band-aid”, entre outras.