

## MARCAS

A marca é um sinal distintivo visualmente representado, que identifica e distingue produtos e serviços de outros semelhantes ou afins de procedência diversa, ou certifica a conformidade dos mesmos com determinadas normas ou especificações técnicas. Ao designar um produto, mercadoria ou serviço, além de poder identificar a origem, se usada como propaganda deve primordialmente incitar ao consumo ou valorizar a atividade empresarial do seu titular.

A proteção jurídica do sistema de marcas visa resguardar o investimento do empresário e garantir ao consumidor a capacidade de discernir o bom e o mau produto. Para ser protegida juridicamente, depende de um fator importante: a apropriabilidade, ou seja, a possibilidade de se tornar um símbolo exclusivo, ou legalmente unívoco, em face do objeto simbolizado.

Todos os signos visuais podem ser marcas, desde que atendam as noções de distintividade, veracidade e novidade relativa. Isto significa que a marca não pode ter característica própria; não pode ser deceptiva, de forma a lesar o consumidor e não pode infringir direito de terceiros.

Quanto à natureza, as marcas podem ser produto, serviço, coletiva ou de certificação. Quanto à apresentação, a marca pode ser nominativa, figurativa, mista ou tridimensional.

Não podem ser registrados como marca os sinais compreendidos nas proibições legais: marca alheia registrada, brasões, emblemas, monumentos, sinais contrários à moral e os bons costumes, termos técnicos, etc., assim como os sinais sonoros, gustativos e olfativos.

O prazo de vigência é de 10 anos, contados a partir da data da concessão. Este prazo é prorrogável por períodos iguais e sucessivos, a pedido do titular. O pedido de prorrogação deve ser formulado durante o último ano de vigência do registro. Findo o prazo, a marca estará, em princípio, disponível.

Sem dúvida, a marca é o maior patrimônio da empresa. O registro assegura ao seu titular a propriedade da marca e seu uso exclusivo em todo o território nacional, além de constituir elemento fundamental para a identificação e diferenciação de um produto ou serviço no mercado. A marca registrada é uma propriedade, e como tal, seu titular tem direito a uso exclusivo, de tirar delas os frutos, inclusive mediante licenciamento e o direito de aliená-la e defendê-la contra quem o violar.