



A Importância do Registo de Marcas nas Relações Comerciais

I. O conceito de “Marca”

No quotidiano do mundo de hoje, a diversidade de produtos e serviços presente no mercado nacional e no mercado internacional é abundante e a concorrência entre os produtos tende a aumentar significativamente.

Todos os dias são colocados novos produtos ou serviços no mercado que tem como objectivo a sua venda e a satisfação dos seus consumidores.

Os titulares dos produtos ou serviços inseridos no mercado procuram que os mesmos sejam vendidos em grandes quantidades e que tenham sucesso nos mercados nacionais e em alguns casos nos mercados internacionais.

Para tal, afigura-se necessário que os titulares dos produtos ou serviços estejam salvaguardados contra potenciais violações nas relações comerciais.

O registo de uma marca pelo titular de um determinado produto é essencial para a protecção do último no mercado nacional e internacional.

A marca consiste num sinal que identifica no mercado os produtos e serviços de uma empresa, distinguindo-os dos das outras empresas.

O registo da marca não é legalmente obrigatório, mas possui diversas vantagens, nomeadamente:

- Atribui um direito de exclusividade, que impede que terceiros utilizem, fabriquem, vendam ou explorem comercialmente a mesma marca registada sem o consentimento do seu titular.
- Confere uma valoração económica, financeira e intelectual a quem desenvolveu a marca.
- Contribui para uma maior segurança nas relações comerciais nos mercados nacionais e internacionais e confere legitimidade aos titulares da marca registada para reagir a quaisquer eventuais violações dos seus direitos.
- Impede que terceiros registem sinal igual ou semelhante ao já anteriormente registado.

As marcas identificadoras de produtos ou serviços podem revestir diversas formas:

Marca nominativa: consiste apenas em elementos verbais, nomeadamente palavras, podendo incluir nomes de pessoas, letras ou números.

Marca figurativa: composta unicamente por elementos figurativos, designadamente desenhos, imagens ou figuras.

Marcas mistas: são compostas por elementos figurativos e nominativos

Marcas sonoras: são apenas compostas por sons.

Marcas tridimensionais: são compostas pela forma da embalagem ou da forma do produto em questão.

Marcas compostas por slogans: esta configuração de tipo de marcas abrange frases publicitárias independentemente da sua protecção de direito de autor.

Apesar de haver bastante permissibilidade no que se refere ao registo de marcas, nem todas as marcas podem ser registadas.

As marcas que são compostas exclusivamente por elementos descritivos dos produtos/serviços (qualidade, proveniência do produto, entre outros); por elementos usuais da linguagem do comércio ou por uma única cor não podem ser alvo de registo. Exemplos das situações supra referidas são:

- Tentativa de registo da marca CAMISOLA(para identificar o produto camisola)
- Tentativa de registo da marca SUPER CRÉDITO (para identificar serviços financeiros).

As marcas contrárias à ordem pública ou que ofendam a moral e os bons costumes também não podem ser registadas. (ex: DRINK & DRIVE para uma bebida alcoólica). A estas proibições acrescem as marcas que contenham símbolos de Estado, emblemas de entidades públicas ou estrangeiras, brasões, medalhas, nomes ou retratos de pessoas, sinais com elevado valor simbólico, nomeadamente símbolos religiosos, entre outros (salvo autorização das entidades competentes).

Na eventualidade de um registo de marca ser suscetível de iludir o consumidor em erro, o mesmo será rejeitado, pois tal prejudicará a segurança jurídica e comercial do produto em causa, bem como dos seus consumidores (ex: ZEUS FITNESS CENTER- para assinalar serviços de engomadoria).

Por último, constitui obstáculo ao registo de marca a violação de um direito de exclusividade de uma marca já registada. (sem autorização do respectivo titular).

A proibição em causa visa impedir que ocorram situações de concorrência desleal.

II. Procedimento de Registo de Marca Nacional

Antes de o processo de registo ser iniciado, deve o requerente procurar saber quais os tipos de marcas que não podem ser registadas.

Após ter cumprido este primeiro passo, deve o requerente fazer uma busca no sítio da internet do Instituto Nacional da Propriedade Industrial e verificar se já existem sinais

iguais ou semelhantes àquele que pretende registar.

Na eventualidade de pretender iniciar o procedimento, pode iniciá-lo pela via online ou presencialmente.

Para tal basta ir ao sítio da internet do Instituto Nacional da Propriedade Industrial e preencher um formulário referente a “pedido de registo de Sinais Distintivos de Comércio”.

Após finalizar o preenchimento do formulário deve proceder ao pagamento das respectivas taxas aplicáveis.

Atendendo às especificidades, o registo de marcas relacionadas com determinada tipologia de produtos ou serviços não dispensa a consulta de advogado para equacionar todas as questões presentes que se coloquem e futuras que possam surgir.

Diogo Frada Almeida

Esta apresentação informativa é geral e abstrata, não substituindo o aconselhamento profissional para cada caso concreto, não devendo, por isso, servir de base suficiente para qualquer tomada de decisão específica. Para qualquer esclarecimento sobre o assunto, contacte-nos.