

Saiba quando pode ocorrer a perda do direito marcário

Roberta Minuzzo (*)

O direito de propriedade e exclusividade da marca são conferidos pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI)

Correspondem a um dever legal de uso, decorrente da função social da propriedade, estabelecida na Lei da Propriedade Industrial. A função social está diretamente relacionada ao uso, além de identificar o produto ou o serviço em meio aos concorrentes, esclarecer sua origem e a do serviço ou produto, bem como, garantir a qualidade e dar visibilidade, criando um elo de identificação com o consumidor e com o mercado.

Após a concessão do registro da marca, o seu titular tem o dever, por lei, de fazer uso dela, sob pena de perder o seu direito. As hipóteses de perda de direito marcário estão previstas na Lei da Propriedade Industrial e ocorrem nos seguintes casos:

- **Expiração do prazo de vigência:** o registro da marca tem validade por dez anos, podendo ser prorrogado por igual período, desde que observados os trâmites legais. Em caso de não prorrogação do registro, o titular perde o direito sobre a marca.
- **Renúncia:** o titular pode renunciar ao seu direito de forma total ou parcial, em relação aos produtos ou serviços reivindicados. Além disso, o abandono pode ocorrer por meio do seu representante legal.
- **Caducidade:** qualquer terceiro interessado, que demonstrar o legítimo interesse, poderá requerer o pedido de caducidade de um registro, observado o princípio da especialidade.
- **Ausência de procurador qualificado e domiciliado no Brasil:** é imprescindível que as pessoas domiciliadas no exterior estejam representadas por um procurador, com poderes para representação administrativa e judicial.

De acordo com a Lei, o registro caducará se, decorridos cinco anos da sua concessão, na data do requerimento I) o uso da marca não tiver sido iniciado, no Brasil; II) o uso tiver sido interrompido por mais de cinco anos consecutivos ou se, no mesmo prazo, a marca tiver sido usada com modificação que implique alteração do seu caráter distintivo original.

Importante observar da norma legal que o prazo estabelecido para início do uso da marca, no Brasil, começa a contar da data da concessão do registro, logo, enquanto a marca estiver em processo de registro, não há obrigatoriedade de uso, uma vez que não há um direito consolidado, apenas uma

expectativa de direito. Além disso, importante chamar a atenção para a parte final do dispositivo legal, quando prevê a hipótese de caducidade pela alteração da marca.

Não são raros os casos em que nos deparamos com marcas requeridas e concedidas sob uma apresentação visual e, com o passar do tempo, sofrem alterações ou modernizações. O titular de uma marca deve se atentar para essas modificações, pois, se a marca originalmente registrada, sofrer alteração que implique na perda do seu caráter distintivo original, de acordo com o certificado de registro, está vulnerável a sofrer um processo de caducidade.

E para reverter essa situação, caso isso aconteça, é preciso demonstrar o uso da marca, através de todos os meios de prova em direito admitidos. Exemplos: notas fiscais, publicidade, itens promocionais, contratos de licença e cessão, dentre outros. O período de investigação do uso da marca deve observar a data do requerimento da caducidade, ou seja, se o processo foi instaurado em outubro de 2019, as provas a serem apresentadas devem corresponder aos últimos cinco anos, a contar dessa data, ainda que o titular do registro tenha sido notificado da instauração do processo somente meses depois.

É preciso demonstrar que o uso da marca não foi interrompido. Esse uso, previsto na lei, também, não pode ser esporádico ou eventual, na verdade, o titular do registro deve demonstrar o uso contínuo e duradouro, através de diferentes provas, em direito admitidas. Entretanto, em casos especiais, o titular pode demonstrar que a interrupção ou o desuso da marca ocorreu por razões legítimas, de acordo com as diretrizes do INPI.

O legítimo interesse, ao ser demonstrado pelo terceiro interessado, responsável pela instauração do processo de caducidade caracteriza-se por marcas idênticas ou semelhantes, para distinguir produtos idênticos, semelhantes ou afins, direito de personalidade, direito autoral, dentre outros fundamentos.

Por todos esses fatores, muitas vezes desconhecidos, o registro de uma marca vai muito mais além do titular obter o certificado de registro, pois necessita cuidado, observância da lei e, principalmente, a vigilância por um profissional qualificado, capacitado, capaz de orientar seu cliente na tomada de decisões quando se trata de alteração da marca, orientar sobre os prazos a serem cumpridos, dentre tantas outras funções importantes para manter o registro válido, evitando a perda do direito marcário.

(*) - Graduada em direito pela Universidade Luterana do Brasil. Possui especialização em Propriedade Intelectual pela (PUC-RS), faz parte da Associação Brasileira dos Agentes da Propriedade Industrial (<https://dmk.group/>) ou e-mail (rmonteiro@dmk.group).

Doze milhões de famílias pretendem adquirir um imóvel nos próximos dois anos

Segundo estudo realizado pela Datastore (empresa especializada em pesquisas de demanda para o setor imobiliário), em setembro, 12.080.575 famílias declararam interesse em adquirir imóveis nos próximos 24 meses

Isso equivale a 23,9% do grupo que participou do estudo, índice próximo ao da pré-pandemia que apontava, no primeiro trimestre do ano, intenção de compra de imóvel por 25% das famílias brasileiras.

“Continuamos subindo, estamos com 12,1 milhões de famílias, praticamente o mesmo patamar de 15 de março. Todavia são grupos diferentes, a maioria desses compradores são novos, ou seja, chegaram durante a pandemia”, explica Marcus Araujo, CEO e fundador da Datastore.

Ainda mais animadores são os índices que mostram as intenções de compra de imóveis para os próximos 12 meses, um sub extrato dos compradores dos próximos 24 meses, que demonstra



A maioria desses compradores são novos, ou seja, chegaram durante a pandemia.

que não há “boom” imobiliário, uma vez que quem está comprando são as pessoas que já estavam no funil de compras de 24 meses, apenas decidindo comprar mais rápido e de forma mais consciente.

“O percentual de compra-

dores ávidos (12 meses) subiu para 53% e a última vez que isso ocorreu foi em 2011. O último trimestre de 2020 pode ser imbatível para o setor imobiliário”, completa Araujo. Esse cenário é bastante promissor e essa ascendência deve con-

tinuar nos próximos meses, já que o mercado imobiliário brasileiro vem mostrando o seu vigor, por meio da redução da taxa Selic, e com novos compradores e investidores chegando ao mercado, impulsionando a retomada, corroborada por incorporadores e imobiliárias.

“A série histórica mostra, claramente, que o pior já passou, mas também aponta que somente a redução da taxa Selic não será decisiva e, sim, a retomada da economia e a geração de novos empregos com a pandemia sob controle, algo que já ocorre na maioria dos estados brasileiros, com a queda dos números de casos e óbitos na média móvel”, finaliza Araujo. Fonte e mais informações: (www.datastore.com.br).

Quais são os casos mais comuns de alteração de nome e sobrenome

Pedro Henrique Moral (*)

A nomeação de uma pessoa acontece logo após o nascimento, nesse momento é decidido de forma simples como um bebê vai se chamar, levando nome e sobrenome. No entanto, ao longo dos anos, o indivíduo pode ter alguns problemas com essa questão e passar a querer alterar o nome que lhe foi dado a princípio, e isso é totalmente possível. No primeiro momento, é necessário entender que nomes costumam ser divididos em duas partes, prenome e sobrenome e ambos podem ser alterados.

A mudança de nome pode ocorrer por diversos motivos. Pode ser por falta de identificação com o nome atual, por causar algum tipo de constrangimento, por querer adequar ao apelido por qual é conhecido e também pode ser por conta de transições de gênero sexual. Já a mudança de sobrenome pode ser relacionada ao acréscimo deles, como os dos pais ou avós, pois algumas pessoas podem achá-los mais bonitos e optar pelo sobrenome de um antepassado.

Existem duas situações em que o nome pode ser alterado sem a ocorrência de um processo judicial. A primeira opção é realizar a mudança no primeiro ano após completar a



A mudança de nome pode ocorrer por diversos motivos.

maioridade (18 anos), a segunda é durante o registro de casamento e ambos podem ser feitos em cartório de maneira simples. No entanto, quando se trata de outras situações, a alteração pode necessitar procedimentos mais complexos.

Atualmente, a alteração de sobrenome após o matrimônio ocorre com menor frequência do que há alguns anos atrás. Mas há alguns casos incomuns, onde as mulheres, após o casamento, sentiram o desejo de

adicionar o sobrenome do cônjuge e realizaram o procedimento judicial para isso. Assim como qualquer outro processo judicial, essa circunstância também tem certa complexidade. É algo formal e precisa ser levado até o conhecimento de um juiz.

Sem os procedimentos corretos, o processo pode ser julgado como improcedente. Por essa razão é ideal ter um advogado que conhece a questão. No entanto, dentre os processos judiciais, esse é relativamente mais simples. Há também casos delicados, como os de abandono afetivo, em que uma pessoa opta por fazer a remoção do sobrenome do genitor. Esse processo é possível, mas por cautela, é necessário que haja a comprovação do abandono.

Alguns casos de alteração de nome e sobrenome podem ter uma carga emocional e por isso precisam ser tratados com mais cuidado, como os de abandono afetivo e também a adição de sobrenomes de padrastos e madrastas. Em todos os casos, o ideal é consultar um advogado especialista para seguir com o processo de maneira clara e da melhor forma possível.

(*) - Advogado especialista e em Retificações de Registro Civil, com expertise em diversos tipos de demandas atreladas a matéria civilista (<https://duartemoral.com/>).

Vá à farmácia e seja atendido por uma simpática robô assistente

Já imaginou entrar em uma farmácia e ser atendido por uma robô? Se a resposta é não, está na hora de se preparar para uma nova realidade cada vez mais próxima da drogaria da esquina e que deve revolucionar o varejo farmacêutico. Há anos investindo em robôs para armazenamento, gerenciamento e dispensação de medicamentos, drogarias em todo o mundo miram agora no ‘next level’: a chegada dos robôs assistentes aos corredores das lojas.

Dotados de Inteligência Artificial, esses pequenos autômatos – a maioria com quase ou pouco mais de um metro de altura – imitam as feições e o corpo humano, expressam emoções, fazem reconhecimento facial e são especialmente projetados e customizados para recepcionar e orientar os clientes, conduzindo-os ao balcão de medicamentos ou prestando informações, mostrando produtos, fazendo comparações de preços e guiando-os para onde estão os itens liberados para venda.

Os robôs podem ainda informar ao cliente se há estoque disponível e até mesmo tirar pedidos. No Brasil, a empresa responsável pelas aplicações de Inteligência Artificial que ‘dão vida’ aos robôs de atendimento é a paulista XRobô. Fundada há pouco mais de dois anos pelo empreendedor André Araújo, que soma mais de 20 anos de experiência no mercado de Automação e Robótica, a startup atua tanto na criação de aplicações customizadas quanto no fornecimento de vários modelos de robôs humanoides assistentes para farmácias.



Os robôs podem ainda informar ao cliente se há estoque disponível e até mesmo tirar pedidos.

“Os robôs de atendimento realizam com eficácia tarefas que ajudam a diminuir o tempo de espera e facilitar as vendas”, diz André Araújo. “Eles representam o que há de mais inovador em tecnologias robóticas para varejo. Além disso, são simpáticos e ágeis, geram empatia e despertam a curiosidade do público, proporcionando aos clientes uma excelente - e inesquecível - experiência de consumo dentro da loja”.

Para saber mais sobre Alessa - a simpática robô para farmácias da XRobô - e a aplicação customizada de IA por trás da humanoide, acesse (www.xrobo.com.br).