

# Marcas Tridimensionais

***André Luis Balloussier Ancora da Luz***

*Diretor de Marcas, Indicações Geográficas e Desenhos Industriais*  
*DIRMA / INPI*

Rio de Janeiro, 22 de agosto de 2017



# *sumário*

## Exame da marca tridimensional no Brasil

Comissão de exame

Cenário das tridimensionais no INPI

Medidas tomadas para a celeridade do exame

Critérios de exame

## Casos Práticos

## Comissão de exame de marcas tridimensionais

- Existe como um grupo desde 2008, tendo sido formalizada apenas em 2014
- Composto por cinco membros, atualmente quase todos agrupados numa única Divisão de Exame Técnico
- Atribuições:
  - Analisar pedidos de marca na apresentação “tridimensional”;
  - Definir e aprimorar diretrizes e procedimentos para esse exame;
  - Instruir pareceres;
  - Responder consultas técnicas

# *Marcas tridimensionais*

---

## Cenário das tridimensionais – julho de 2017

- Total aproximado de depósitos (a partir da LPI): 3.600
- Média anual aproximada de depósitos nos últimos anos: 160
- Total de concessões: 545
- Registros em vigor: 476

# *Marcas tridimensionais*

---

## Cenário das tridimensionais

- MAI 2016 – backlog: 1.030 pedidos / data de exame: FINAL DE 2010
- AGO 2016 – backlog: 920 pedidos / data de exame: 2011
- NOV 2016 – backlog: 750 pedidos / data de exame: SET 2012
- FEV 2017 – backlog: 170 pedidos / data de exame: DEZ 2015
- Situação atual – Em dia / data de exame: JAN 2017

# *Marcas tridimensionais*

---

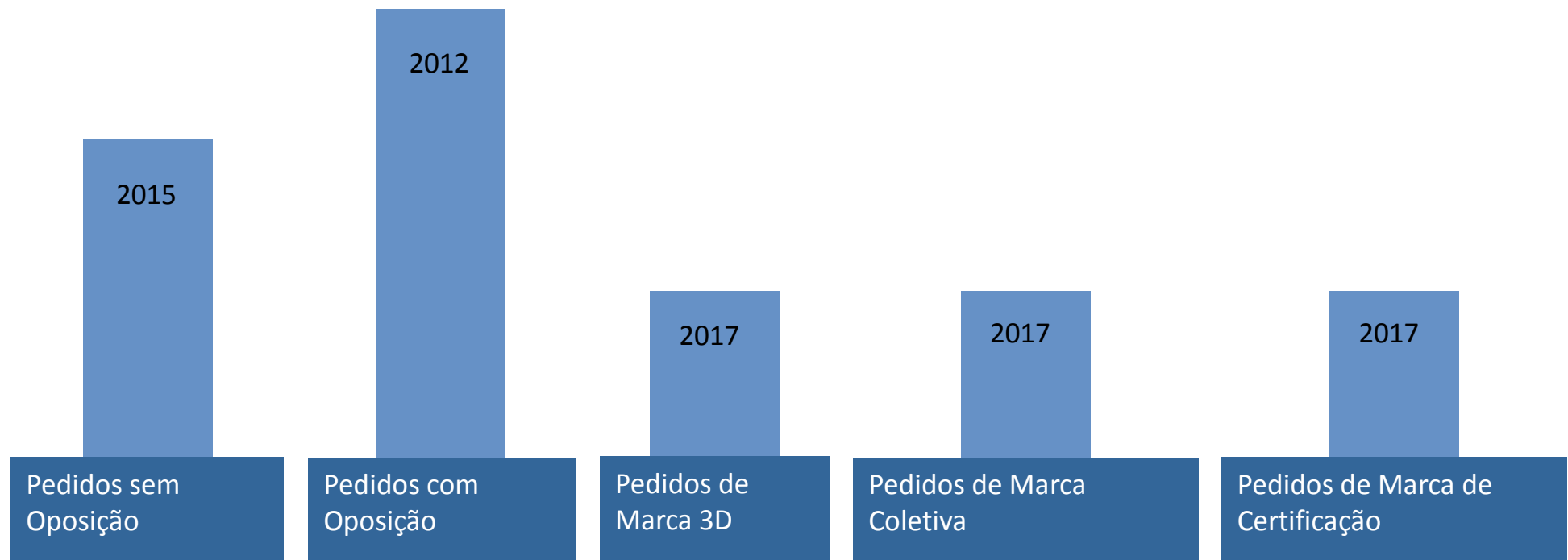
## Medidas tomadas para a celeridade do exame

- Criação de uma fila de exame independente das demais
- Dedicção em tempo integral dos examinadores à Comissão por um determinado período de tempo (final de 2016/início de 2017)
- Incorporação de mais um examinador – o 5º membro (2016)
- Constante discussão e aprimoramento dos critérios de exame

# Marcas tridimensionais

## Medidas tomadas para a celeridade do exame (filas)

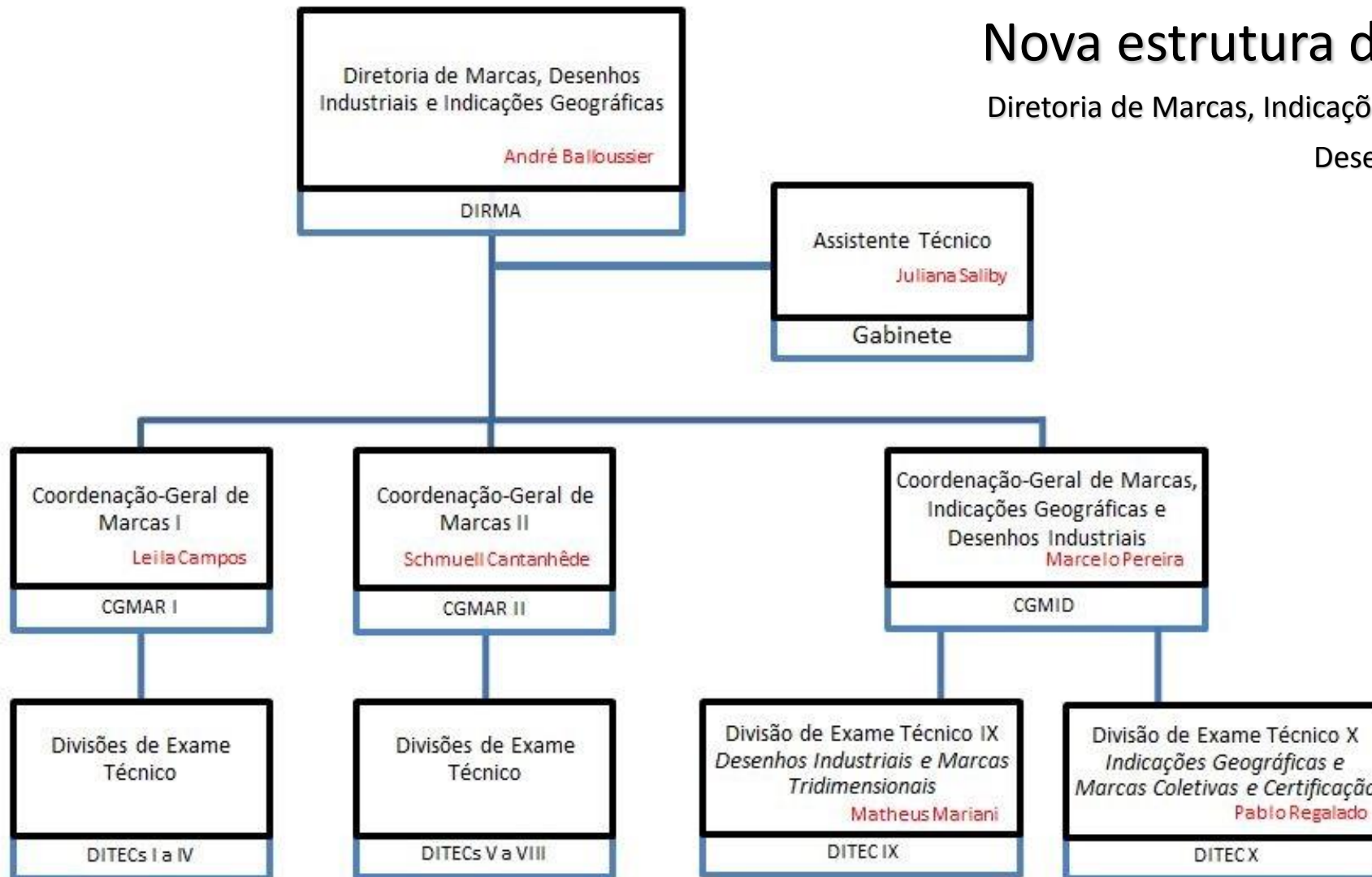
Andamento das filas de exame conforme data de depósito do pedido



# Marcas tridimensionais

## Nova estrutura da DIRMA

Diretoria de Marcas, Indicações Geográficas e  
Desenhos Industriais





# Marcas tridimensionais

---

## Definição de marca tridimensional (a partir da LPI)

O inciso XXI do Art. 124 da LPI determina que não é registrável como marca:

*“a forma necessária, comum ou vulgar do produto ou de acondicionamento, ou, ainda, aquela que não possa ser dissociada de efeito técnico;”*

Este inciso trata do sinal tridimensional não registrável como marca. Desta norma legal, depreende-se que serão registráveis como marca as formas plásticas de objeto que não sejam:

- necessárias;
- comumente utilizadas em seu segmento de mercado;
- essencialmente atreladas a uma função técnica.

# *Marcas tridimensionais*

---

## Definição de marca tridimensional (a partir da LPI)

Portanto, o sinal tridimensional só será passível de registro quando constituído pela forma plástica distintiva em si, capaz de individualizar os produtos ou serviços a que se aplica, e que possa ser dissociada de efeito técnico.

# *Marcas tridimensionais*

---

## Definição de marca tridimensional

A marca tridimensional se refere-se unicamente à forma plástica de objeto para identificar produtos ou serviços. No entanto, seu exame também obedecerá, no que couber, a todas as normas e diretrizes de registrabilidade aplicadas às marcas ditas “tradicionais”, como:

- a percepção de conjunto;
- a observância das proibições legais;
- a busca dos elementos que a compõem

# Marcas tridimensionais

---

## Marca tridimensional para produto



Para assinalar sabonetes  
(forma distintiva de produto)

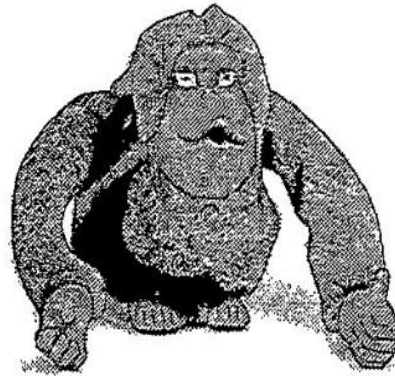


Para assinalar chocolates  
(forma distintiva de acondicionamento)

# *Marcas tridimensionais*

---

## Marca tridimensional para produto



Para assinalar bolsas

um objeto em si, autônomo, que não é o próprio produto nem sua embalagem – possuindo, porém, o poder de identificá-lo.

# *Marcas tridimensionais*

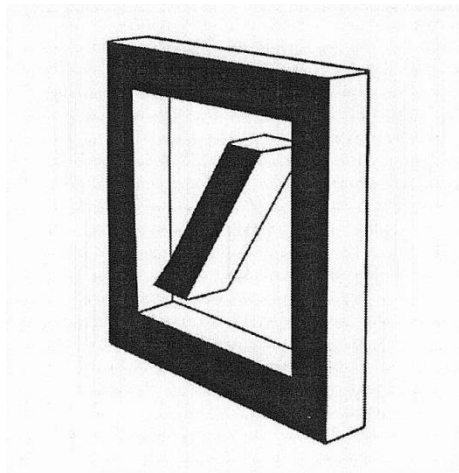
---

## Marca tridimensional para produto

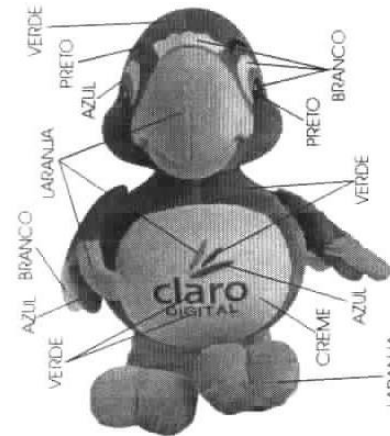


# Marcas tridimensionais

## Marca tridimensional para serviço



Para assinalar serviços financeiros e imobiliários (banco alemão)



Para assinalar serviços de telecomunicações (mascote Claro)

# Marcas tridimensionais

---

## Representação da marca tridimensional

Assim como no exame das marcas tradicionais, a análise da marca tridimensional se dará sobre a totalidade do conjunto – no caso, sobre a totalidade da forma plástica do objeto examinado, como se apresenta no mercado, e não sobre partes da mesma.



*Uma tampa de frasco reivindicada isoladamente não será considerada passível de análise enquanto marca tridimensional, mas sim o frasco como um todo, do qual a tampa é apenas uma parte.*

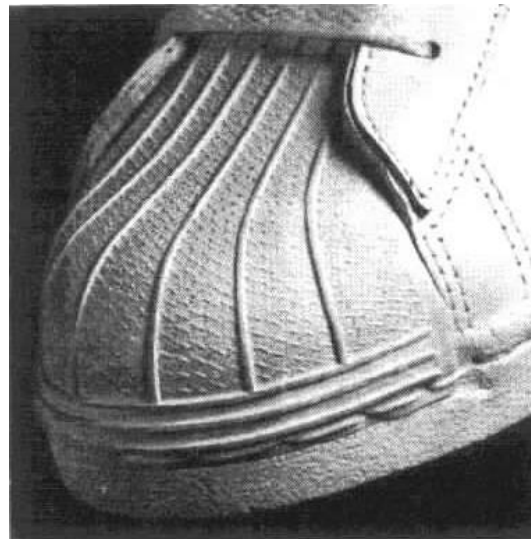


# *Marcas tridimensionais*

---

## Representação da marca tridimensional

Portanto, a etiqueta deverá representar o objeto como um todo, sem lhe omitir nenhuma parte.



# *Marcas tridimensionais*

---

## Representação da marca tridimensional

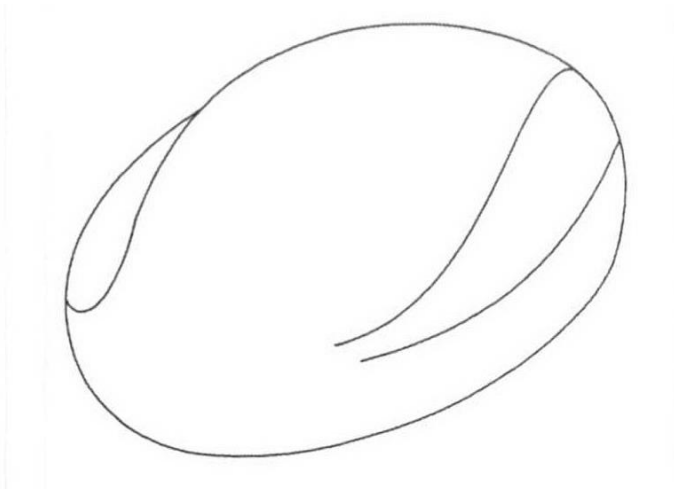
A especificação do pedido deverá indicar de forma precisa a finalidade da marca 3D que, diferentemente das marcas tradicionais, poderá estar restrita a uma gama menor de produtos ou serviços em razão de sua forma plástica.

Ou seja, nem sempre será possível ao objeto tridimensional assinalar todo o escopo de uma classe de produtos ou serviços, devido às limitações inerentes à sua própria forma.

# Marcas tridimensionais

---

## Representação da marca tridimensional



**Forma de sabonete**  
*requerida para vários itens  
da classe 03, incluindo  
“cotonetes (?)”, “toalhas” e  
“lenços para a face”.*

*Os itens incompatíveis com a forma foram retirados da especificação.*

# *Marcas tridimensionais*

---

## Aferição de distintividade

O exame de Marca 3D deverá aferir se o objeto em análise apresenta forma plástica potencialmente distintiva, reunindo características físicas que o tornem capaz de ser reconhecido pelo consumidor e por ele ser associado ao produto ou serviço que assinala.

Tal distintividade deverá ser apreciada tanto em relação ao produto ou serviço que a forma visa assinalar quanto em relação aos padrões de formato já utilizados pela concorrência.

# Marcas tridimensionais

---

## Aferição de distintividade

O conceito de marca tridimensional aplicado pelo INPI refere-se unicamente à forma plástica do objeto. Assim, em sua análise, elementos nominativos ou figurativos aplicados por meio de impressão à superfície do objeto 3D não serão considerados capazes de lhe atribuir distintividade.



*Sinal requerido como marca 3D contendo elementos nominativos e figurativos impressos sobre forma comum de caixa.*

# Marcas tridimensionais

---

## Aferição de distintividade

Objetos tridimensionais em cuja superfície constarem elementos em relevo (desenhos, padrões ou texturas) terão seu cunho distintivo avaliado caso a caso, na medida em que tais elementos podem, conforme sua singularidade e intensidade, interferir significativamente ou não na forma plástica do objeto.

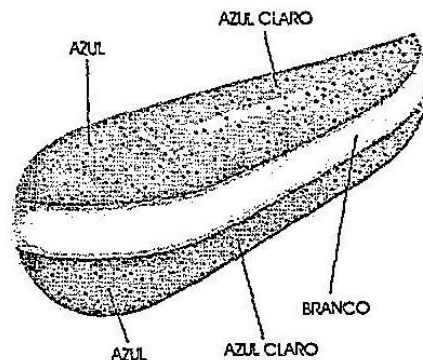


*Nesse caso, os relevos foram considerados banais e incapazes de atribuir distintividade à forma comum de garrafa. Tendem a ser percebidos pelo público como um ornamento.*

# Marcas tridimensionais

## Aferição de distintividade

O exame da marca tridimensional obedecerá o princípio da estabilidade da forma. Ou seja, não serão passíveis de registro os sinais relativos a objetos cuja constituição física não possua um mínimo de firmeza e estabilidade, sendo composta por matéria de fácil deformação.



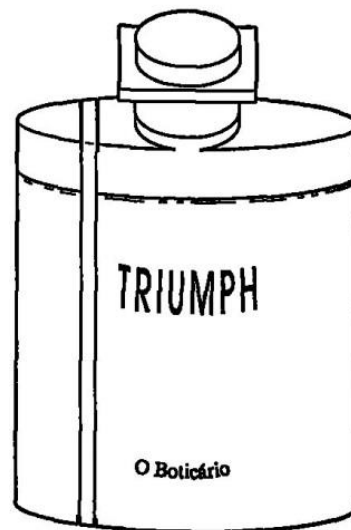
*O objeto não possui formato estável, apresentando consistência pastosa e extremamente maleável. Um **creme dental** assumirá forma plástica diferente a cada vez que for pressionado a sair do tubo que o acondiciona.*

# *Marcas tridimensionais*

---

## Busca de anterioridades

São efetuadas a busca figurativa e uma específica no banco de dados de marcas tridimensionais. No caso do objeto em exame apresentar elementos verbais apostos à sua superfície, também é realizada a busca nominativa.

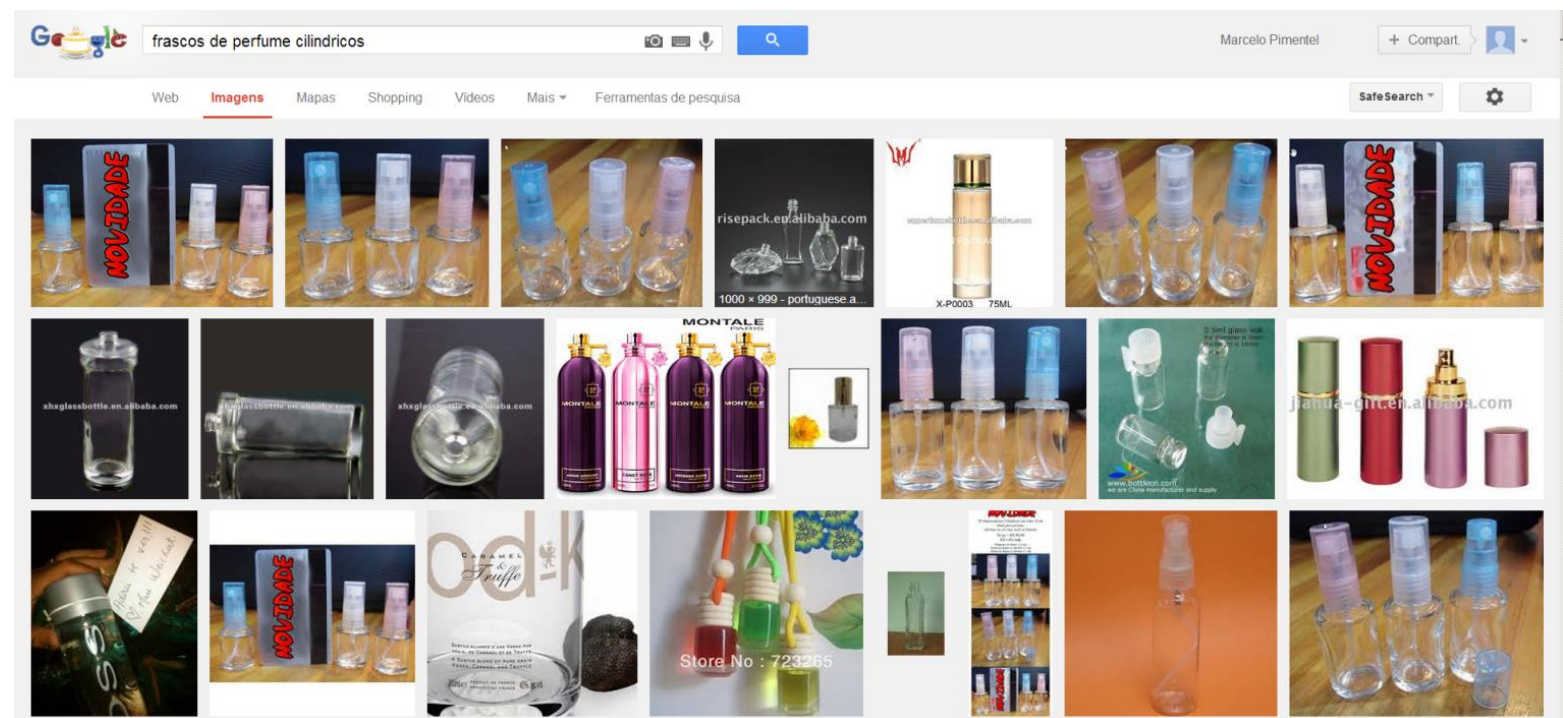




# Marcas tridimensionais

## Consultas à internet

O examinador recorre a pesquisas na internet, verificando se a forma reivindicada já se encontra utilizada pela concorrência ou se a mesma se afasta suficientemente dos padrões de seu mercado.



# Marcas tridimensionais

---

## Nota Técnica Nº 03/2016

Orienta a retirada da representação da embalagem nos sinais **figurativos**.



Formulação de exigência



Indeferimento

# Marcas tridimensionais

---

## Casos Práticos

Para assinalar bebidas



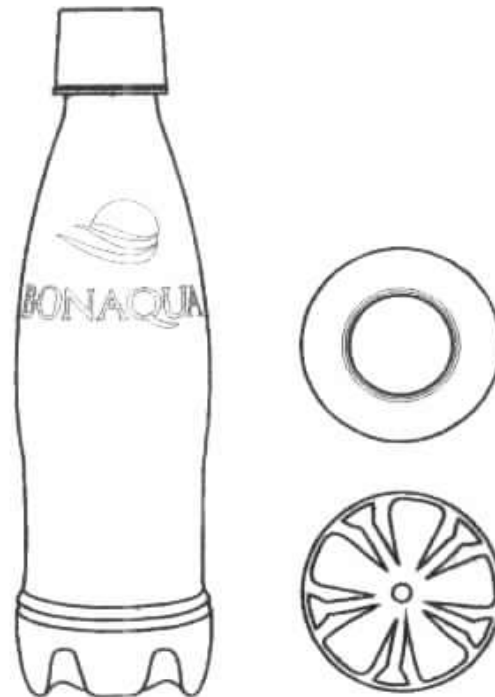
Indeferimento  
(inciso XXI do art. 124 da LPI)

# Marcas tridimensionais

---

## Casos Práticos

Para assinalar bebidas



Indeferimento  
(inciso XXI do art. 124 da LPI)

# *Marcas tridimensionais*

---

## Casos Práticos

Para assinalar bebidas



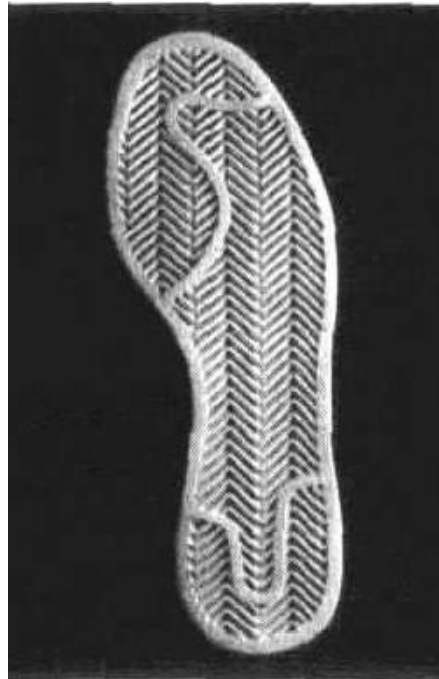
Deferimento

# Marcas tridimensionais

---

## Casos Práticos

Para assinalar calçados



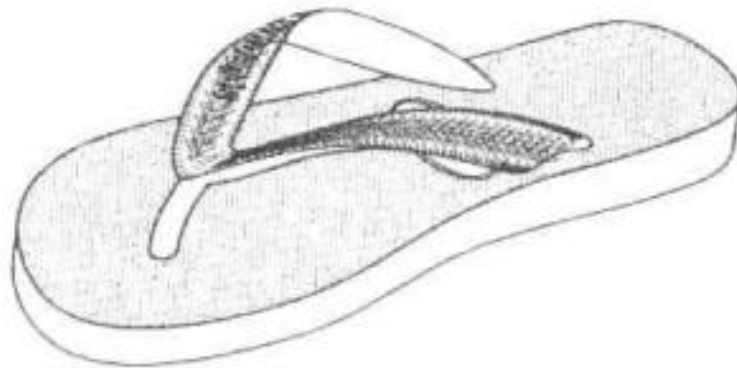
Indeferimento  
(inciso XXI do art. 124 da LPI)

# Marcas tridimensionais

---

## Casos Práticos

Para assinalar calçados



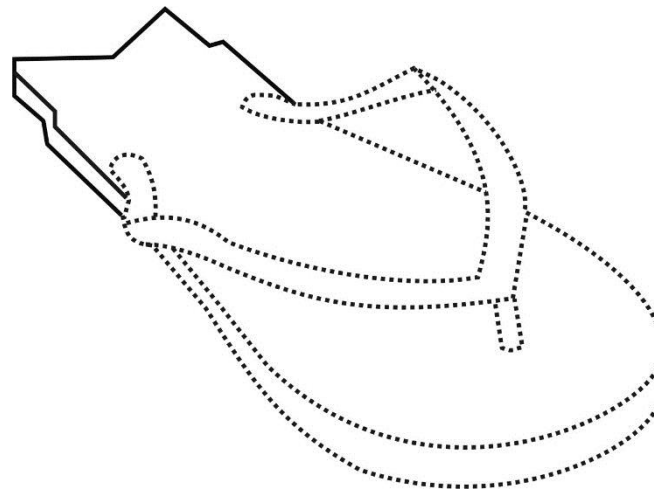
Indeferimento  
(inciso XXI do art. 124 da LPI)

# Marcas tridimensionais

---

## Casos Práticos

Para assinalar calçados



Deferimento



# Marcas tridimensionais

---

## Casos Práticos

Para assinalar bebidas



Indeferimento  
(inciso III do art. 124 da LPI)

# **DIRMA**

Diretoria de Marcas, Indicações Geográficas e Desenhos Industriais

[ancora@inpi.gov.br](mailto:ancora@inpi.gov.br)

[www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)