

## A Importância do Registro de Marca

Todo negócio nasce pensando em tornar-se grande e com a sua ampliação vem o reconhecimento da força de uma marca que poderá transpor fronteiras nacionais e internacionais e, para tanto, requer a devida proteção.

A marca possui a capacidade de transmitir ao consumidor inúmeros valores implícitos no respectivo produto. Sem marca não há criação de mercado, por ela ser o sinal que permite ao consumidor a identificação da origem do produto constituindo, por sua vez, uma clientela.

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI é o órgão competente, no Brasil, para que a marca tenha sua propriedade garantida, podendo, assim, fazer uso de medidas judiciais contra terceiros que a utilizarem sem seu consentimento, para assinalarem produtos ou serviços relacionados.

Essa definição legal não encerra a discussão sobre o verdadeiro significado de Marca. Eu prefiro defini-la como uma Entidade por seus vários aspectos.

Primeiro, a importância do registro. Apesar de não ser obrigatório o registro de uma marca, sua proteção legal é tão importante quanto à publicidade e lançamento de um produto, eis que possibilita o estabelecimento de uma clientela leal e a conquista de um mercado. Se você possui algum negócio, provavelmente seus produtos ou serviços devem ter uma marca. Então, imagine saber que seus concorrentes estão imitando a sua marca, desviando a sua clientela e, conseqüentemente, prejudicando os seus lucros? O Registro dá garantias contra o uso indevido, a concorrência desleal e atos de má-fé praticados por terceiros.

O consumidor não compra apenas um bem, mas todo o conjunto de valores de uma marca. No caso da IBM, cuja marca é sinônimo de excelência em computadores, pode o consumidor basear seu entendimento como “**I** **B**lieve in this **M**achine”.

Com o avanço das comunicações, das inúmeras formas de se assessorar uma marca, não se pode mais jogá-la no mercado sem a devida proteção legal. Com a falta de registro, continuaremos assistindo inúmeras derrotas de empresas em relação a sua marca, sua identidade. Obrigando-as a mudar o nome de seu produto, seu logotipo, ou embalagem.

Resulta ainda, em perda maior de tempo de criação e de dinheiro para a construção de uma nova marca.

A mitologia da marca é tudo aquilo que a marca representa na mente do consumidor. E não pode ficar descoberta de proteção legal.

Dr. Bartholomeu Dias

Especialista em Propriedade Intelectual

OAB SC 25826

contato@bbkpi.com.br

Skype: bartho.augusto.dias

www.bbkpi.com.br