

A QUESTÃO DO TRATAMENTO DAS MARCAS DE ALTO RENOME NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO

Amanda Tonial RESENDE¹
Hector Demétrius Tonial Resende²
Norma Justina Tonial³

O presente trabalho tem como objetivo principal a abordagem da proteção especial conferida às marcas de alto renome no ordenamento jurídico brasileiro, e a análise, o estudo e a avaliação do conflito existente na aplicação prática dessa proteção no Brasil, regulamentada pela Resolução 110/2004, alterada pela Resolução 121/2005. Para atingir o objetivo principal de estudar tais decisões e seus efeitos, faz-se uma breve explanação sobre as noções introdutórias a proteção de uma marca, como conceito e as classificações de acordo com a legislação vigente, suas características, seus requisitos e procedimentos, bem como a evolução histórica legislativa das marcas no Brasil, fazendo-se um breve relato da evolução em relação à legislação brasileira no tocante à proteção das mesmas. Na sequência, analisa-se o tratamento jurídico atual das marcas de alto renome no Brasil, os princípios norteadores, a diferenciação de marca notória e de alto renome, os seus requisitos e suas características. Analisa-se a influência de acordos e tratados internacionais na legislação brasileira fazendo-se um breve comparativo do tratamento da marca de alto renome em algumas legislações ao redor do mundo. Ao final, faz-se uma análise de casos concretos de titulares de marcas que apresentaram seu requerimento de reconhecimento do alto renome no ordenamento Jurídico e Administrativo brasileiro e os principais empecilhos destes titulares para se alcançar a almejada anotação de alto renome. Analisa-se o posicionamento dos principais doutrinadores da área, bem como a opinião dos operadores de direito a respeito do procedimento adotado pelo INPI para o reconhecimento de uma marca de alto renome, tecendo as principais críticas ao tratamento atual. Desta análise, podem-se identificar algumas falhas no procedimento vigente que afetam de forma direta os titulares de marcas renomadas, e, de forma indireta, pequenos empresários de boa-fé, bem como o público consumidor. A formulação de um procedimento mais claro e específico se

¹ Advogada em Curitiba. Bacharel em Direito (2011) pelas Faculdades Integradas Santa Cruz de Curitiba. amanda.tonial@hotmail.com

² Bacharelado em Direito pela Faculdade Opet de Curitiba. hector_resende@hotmail.com

³ Bacharel em Direito pelas Faculdades Integradas Santa Cruz de Curitiba (2012). normatonial@hotmail.com

mostra necessária para resolver os questionamentos levantados em razão do procedimento atual.

Palavras-Chave: Marca. Alto Renome. INPI. Direito Marcário. Propriedade Industrial.