

Efeitos da Adesão Brasileira ao Protocolo de Madri Relacionados a Depósitos Marcários

Effects of Brazilian Accession to the Madrid Protocol Related to Trademark Applications

Rosângela Pacheco Barros¹

Kelly Lissandra Bruch^{1,2,3}

¹Instituto Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, Brasil

²Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, Brasil

³Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Porto Alegre, RS, Brasil

Resumo

Em 2 de outubro de 2019, entrou em vigor no Brasil o Protocolo de Madri, que regula o sistema internacional de Registro de Marcas. Este artigo teve como objetivo analisar como vem ocorrendo a evolução dos pedidos marcários realizados utilizando o Protocolo envolvendo o Brasil. A abordagem foi exploratória e descritiva. Realizou-se quatro pesquisas no *site* da WIPO: duas tendo o Brasil como país de origem, duas como país designado, utilizando dois períodos de busca: de 02/10/2019 a 1º/09/2021 e de 02/10/2019 a 02/10/2022. Entre os principais resultados, verificou-se que, até 1º/09/2021, a Classe de Nice (NCL) mais utilizada foi a 35 e que o maior depositante estrangeiro e o país mais designado por brasileiros foram os Estados Unidos. Comparando-se os resultados dos dois períodos, conclui-se que tem havido exponencial maior uso do Protocolo de Madri pelos estrangeiros no Brasil do que por brasileiros no exterior.

Palavras-chave: Sistema de Madri; Brasil; Registro de Marcas; Depósito; Evolução.

Abstract

In October 02, 2019, the Madrid Protocol, which regulates the international system of Trademark Registration, came into force in Brazil. This article aims to analyze how the evolution of registration requests made using the Protocol involving Brazil has been taking place. The approach was exploratory and descriptive. Four searches were carried out on the WIPO website: two with Brazil as the country of origin, two as the designated country, using two search periods: from 10/02/2019 to 09/01/2021 and from 10/02/2019 to 10/02/2022. Among the main results, it was found that until 09/01/2021, the most used Nice Class (NCL) were 35, as well as that the largest foreign depositor and the country most designated by Brazilians was the United States. Comparing the results of the two periods: it is concluded that there has been exponentially greater use of the Madrid Protocol by foreigners in Brazil than by Brazilians abroad.

Keywords: Madrid System; Trademark Registration; Applications.

Área Tecnológica: Propriedade Intelectual. Inovação e Desenvolvimento.



1 Introdução

Vive-se em uma era totalmente tecnológica em que muitos negócios iniciam e são finalizados por meio de meios digitais. A tecnologia leva rapidamente as marcas¹ dos produtos ou serviços para todas as partes do mundo, aproximando os produtores de seus consumidores. Para muitos, o fato de as marcas estarem disponibilizadas na internet pode falsamente significar que sejam passíveis de apropriação por qualquer pessoa. Isso faz com que seja cada vez mais importante a proteção de uma marca, que, de maneira geral, só ocorre por meio de um registro junto ao órgão oficial nacional (Maia, 2020). Frisa-se que a economia mundial é baseada parcialmente na exportação de produtos nacionais, e os produtos e serviços são relacionados à popularidade de suas marcas. Marcas famosas costumam ser consideradas símbolos de seus países, atraindo investimentos (Abdugopirovich, 2021). Conforme aponta a World Intellectual Property Organization (WIPO, 2012)² e o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI): “O valor da empresa depende cada vez mais das suas ideias originais (inovação) e do valor distintivo (marca)” (WIPO; INPI, 2020a, p. 16). Assim, as empresas inovadoras e que fornecem ao mercado produtos e/ou serviços que se tornam diferenciados em razão da marca que os identifica podem ter em seus ativos imateriais correspondentes até dois terços do valor da empresa (Copetti, 2008). Seguem alguns exemplos de marcas que são consideradas de grande valor, pois superam o valor de todo o patrimônio físico da empresa: Coca-Cola; Apple; Petrobras (WIPO; INPI, 2020a). O sucesso dessas marcas se dá porque os consumidores se sujeitam a pagar mais pelos produtos representados por tais marcas, já que elas lhes transmitem uma ideia de qualidade e reputação. Tais exemplos demonstram a importância de se buscar a proteção de uma marca, pois ela somente pode chegar a atingir tal nível de valor com o devido registro.

Uma marca não protegida pode ser copiada pelas empresas concorrentes, não agregando valor ao patrimônio da empresa, já que pode ser difícil para o consumidor distinguir a marca original da marca copiada. Se o titular da marca a registrou³, ele pode exigir que o concorrente que está copiando a sua marca deixe de fazê-lo e ainda o indenize pelos eventuais prejuízos causados pela concorrência desleal consequente da imitação ou reprodução de sua marca, como no caso Corpelle x Cortelle (Brasil, 2014). Caso contrário, a empresa se sujeita a ter que conviver com marcas concorrentes semelhantes à sua, como do caso da marca “Unyo Pay”, indeferida pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), em grau de recurso administrativo, no processo n. 915832569, por colidir com marca anteriormente registrada (Processo: 913962856 – marca “Uunio”) (Processo INPI n. 915832569 (INPI, 2021b)).

Ressalta-se o trabalho de Pinto *et al.* (2018) que pesquisaram quais as motivações de interesse das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte brasileiras para o registro marcário. O estudo evidenciou que, dentro dessa categoria de empresas brasileiras, o registro marcário é

¹ **Marca:** é o signo ou sinal distintivo visualmente perceptível, não compreendido nas proibições legais, que visa a diferenciar um produto ou serviço de outros iguais ou semelhantes, pertencentes a outros titulares, que se encontram disponíveis no mercado (Brasil, 1996). A marca é protegida pelos direitos de Propriedade Industrial. **Propriedade Industrial:** é o ramo do direito que regula a exploração de objetos, concedendo direito de exclusividade ao titular de marcas, indicações geográficas, patentes, desenhos industriais, programas de computador, topografia de circuitos integrados e cultivares (Portal da Indústria, no date). No Brasil, os direitos de Propriedade Industrial estão regulados pela Lei n. 9.279/1996, a chamada Lei de Propriedade Industrial (LPI).

² **World Intellectual Property Organization (WIPO):** é a Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI), que é encarregada de administrar o Sistema de Marcas regulado pelo Protocolo de Madri, por meio da sua Secretaria Internacional, a qual é responsável pelas publicações relacionadas aos referidos pedidos na Gazeta da WIPO (WIPO, 2012). **Propriedade Intelectual:** é o ramo do direito que engloba duas categorias: os direitos de propriedade industrial (propriedade industrial: o conceito foi apresentado na Nota de Rodapé 1 do presente trabalho) e os direitos autorais (criações literárias e artísticas).

³ **Marca Registrada:** é a marca que foi depositada perante o escritório competente para matéria de Propriedade Industrial do país e, após exame de mérito, foi objeto de “decisão de concessão do registro marcário”, passando a possuir um “Certificado de Registro de Marca”. No Brasil, a marca registrada tem validade de 10 anos, podendo ser prorrogada indefinidamente por igual período, mediante pagamento das respectivas retribuições.

usado majoritariamente de forma defensiva. Ou seja, visando a evitar que terceiros se apropriem da marca da empresa ou que terceiros possam impedir a empresa de usar sua marca.

Sendo assim, uma marca com um adequado gerenciamento pode destacar-se no contexto estratégico da empresa, pois a marca pode assumir uma referência com maior amplitude, não correspondendo apenas a uma expressão ou figura, mas também a valores e ideais que passam a integrar a marca (Panzolini *et al.*, 2018). Contudo, é necessário ter conhecimento e uma visão estratégica sobre dois aspectos, quais sejam: 1) o mercado ou setor no qual a marca está ou será inserida; e 2) a percepção do consumidor. É importante definir uma “estratégia competitiva”, objetivando identificar as fraquezas e as forças do mercado, observando suas necessidades. Além disso, deve-se criar uma identidade – quer seja da empresa, quer seja do produto ou serviço a ser identificado pela marca – baseando-se em aspectos relacionados ao mercado, bem como utilizar o *marketing* para chegar ao consumidor, de forma a gerar influência em sua decisão de compra (Serralvo; Mourad, 2018).

Tendo em vista esse adequado gerenciamento da marca, pode ser necessário providenciar o seu prévio registro no exterior. Em alguns casos, por exemplo, em razão da baixa procura pela marca no mercado nacional, a empresa volta-se ao mercado internacional. Ocorre, assim, a chamada “internacionalização da marca” (Passos, 2018). Uma empresa que passou por dificuldades no mercado interno e viu na exportação a oportunidade de aumentar o faturamento foi a “Oderich SA”. Nos anos de 1990, a empresa viu-se com dificuldades de faturamento em razão da mudança de comportamento do consumidor brasileiro, que passou a consumir menos produtos enlatados e conservas, dando preferência a produtos frescos. Tal situação levou a empresa a buscar em outros países um mercado que possuísse padrões semelhantes ao brasileiro. Ao final, inseriu sua marca no Oriente Médio, na África, no Leste Europeu, em Cuba, na Venezuela e no Uruguai (Wendt, 2021). Em vários casos, a empresa insere-se em outros países para reduzir custos com matéria-prima ou produção, ou ainda, mesmo tendo atingido sucesso no mercado interno, ela busca o mercado internacional com o objetivo de ampliar seu mercado consumidor (Oliveira; Frison, 2021). Um exemplo de internacionalização de sucesso de uma marca brasileira foi o da marca “Emociones” da empresa brasileira “Nelson Wendt Alimentos”. Ao introduzir a marca “Emociones” no Peru, a empresa direcionou-a ao arroz parboilizado, o qual não existia à época (em 2001) em território peruano. Isso tornou a marca pioneira no setor, bem como fez com que a marca conquistasse consumidores, passando a ser associada diretamente ao produto (Wendt, 2021).

E, em regra, para proteger uma marca em vários países, é necessário depositar em cada um desses países e gerir tais processos de forma individualizada (WIPO; INPI, 2020a), o que costuma gerar altos custos, porém, também traz vantagens financeiras à empresa. Segundo Passos (2018, p. 16): “Ser internacional significa obter vantagens competitivas que lhe permitam superar a concorrência”. Isso porque ao internacionalizar uma marca, a empresa aumenta o volume de vendas e, conseqüentemente, o reconhecimento da marca perante os consumidores e a concorrência, bem como seus lucros.

No âmbito internacional, a Convenção da União de Paris (CUP) e o Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS) estão entre os principais acordos internacionais que regulam a proteção das marcas e viabilizam a realização dos registros por meio de regras harmonizadas internacionalmente. Já o Acordo de Madri e o Protocolo de Madri estabelecem um sistema de proteção da marca entre países-membros com o intuito de simplificar

os trâmites necessários. O Brasil foi signatário do Acordo de Madri durante o período de 1929 (adesão com Decreto n. 5.685/1929) até 1934 (revogação por meio do Decreto n. 196/1934) (Mesquita, 2016). O Protocolo de Madri, por sua vez, foi firmado em 1991, e passou a ter vigência em 1996 (Soares; Ramalho; Islabão, 2021). Em 2019, o Brasil aderiu ao Protocolo de Madri, por meio do Decreto n. 10.033/2019, regulamentado pela Resolução INPI n. 247/2019, entrando em vigor em 2 de outubro de 2019. A partir de tal data, o Brasil passou a poder atuar como país de origem⁴ e como país designado⁵ (INPI, 2022).

Por meio do Protocolo de Madri, uma empresa sediada em um país-membro pode solicitar registro de sua marca em vários outros países-membros do acordo, por meio de um único protocolo, efetuando o pagamento das taxas de cada país (Bruch; Areas; Vieira, 2019). Uma característica desse Protocolo é a possibilidade de realizar pedidos internacionais “multiclasses”⁶, bastando informar “mais de um pedido ou registro de base” por meio de um formulário específico (INPI, 2022). Por meio desses pedidos multiclasses, pode-se proteger a marca em mais de uma classe de produto ou serviço em um único pedido de registro, ao invés de precisar protocolar um pedido para cada classe em que se deseja a proteção, como ocorre, na prática, nos pedidos nacionais de marcas no Brasil. Outra característica do Protocolo é o fato de ele permitir a cotitularidade dos depositantes⁷. O uso do Protocolo de Madri pode, inclusive, facilitar soluções de litígios envolvendo uso de marca e concorrência desleal, pois, ao depositar a marca no país de origem, a data desse depósito vale como data de prioridade nos depósitos da mesma marca nos países designados (Petrochinski; Czelusniak, 2021).

Desde a entrada em vigor do Protocolo de Madri em território brasileiro, em 2 de outubro de 2019, não foi encontrado, nas pesquisas realizadas, um estudo demonstrando em que escala vem sendo utilizado o referido protocolo em pedidos que tenham o Brasil como país designado, nem em pedidos que tenham o Brasil como país de origem. Tais informações são necessárias para se tomar conhecimento de quais mercados possuem maior interesse em proteger suas marcas no Brasil e quais são as áreas (classes) de maior interesse do mercado estrangeiro no país. Por meio de tais dados, também é possível verificar em quais mercados internacionais os depositantes brasileiros têm maior interesse em proteger suas marcas e em quais áreas há maior interesse dos brasileiros. Considerando essas premissas, o presente artigo pretende responder à seguinte questão de pesquisa: Como tem sido a evolução dos pedidos de registro de marcas envolvendo o Brasil por meio do Protocolo de Madri, desde a entrada em vigor do referido protocolo em território brasileiro? O objetivo geral do presente trabalho é analisar a evolução dos pedidos de registro de marcas envolvendo o Brasil, utilizando o Protocolo de Madri, em dois períodos, tomando como base a entrada em vigor no Brasil em 2 de outubro de 2019. Na primeira etapa, o período de busca será até 1º de setembro de 2021 e na segunda etapa o período de busca será até 02/10/2022. Dessa forma, serão analisados os três primeiros anos de evolução desse sistema marcário no Brasil. Foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos para o presente estudo: a) verificar em que medida o Brasil tem figurado como país

⁴ **País de Origem:** é o país integrante do Protocolo de Madri ao qual pertence o depositante de marca por meio desse sistema. Por exemplo, o Brasil é o país de origem de todos os depositantes marcários brasileiros que visam a proteger suas marcas no exterior por meio do Protocolo de Madri.

⁵ **País Designado ou Parte Contratante Designada:** é o país no qual o depositante deseja proteger as suas marcas no exterior. Por exemplo, um brasileiro que deposite sua marca por meio do Protocolo de Madri, desejando protegê-la na França, na Itália e em Portugal. O país de origem é o Brasil e os países designados são França, Itália e Portugal.

⁶ **Depósitos Multiclasses:** mais de uma Classe de Nice (NCL) em cada processo marcário. **Classificação de Nice (NCL):** é a classificação internacional de produtos e serviços adotada no Brasil. Visa a facilitar a identificação do produto/serviço que será identificado pela marca, separando em seções, chamadas de “Classes”. A NCL possui 45 classes. Desde 15 de fevereiro de 2023, está em vigor no Brasil a lista atualizada da 12ª edição da referida classificação internacional (INPI, 2023).

⁷ **Titular** é a pessoa que realizou o depósito marcário e obteve a concessão do registro da sua marca. Antes da concessão, ele é chamado de “depositante”; após a concessão da marca, passa a ser chamado de “titular”. **Cotitularidade** é quando há mais de um depositante/titular no mesmo processo marcário.

designado e como país de origem nos pedidos de registro de marca que utilizaram o Protocolo de Madri, no período especificado; b) verificar se os depósitos por meio do Protocolo de Madri que envolvem o Brasil aumentaram ou não no segundo período em relação ao primeiro período e em qual percentual.

2 Metodologia

A metodologia realizada foi exploratória e descritiva. É exploratória a pesquisa que pretende abordar temas pouco explorados (Diana, [2023]). E, a presente pesquisa aborda um tema novo em nosso país (adesão brasileira ao Protocolo de Madri), realizando uma análise, a toda evidência, ainda não explorada, pois não foram localizados trabalhos com esse foco, qual seja: análise dos depósitos marcários brasileiros por meio desse Protocolo, bem como de depósitos marcários estrangeiros visando proteger suas marcas em nosso país por meio do Protocolo. É descritivo o estudo que realiza uma análise minuciosa do seu objeto (Diana, [2023]). A presente pesquisa é descritiva, pois analisa detalhadamente os resultados obtidos na plataforma Madri Monitor da WIPO, conforme será demonstrado a seguir.

Foram realizadas duas etapas:

1ª etapa – Realização de duas pesquisas marcárias realizadas por meio do Protocolo de Madri, utilizando-se o banco de dados da WIPO e a busca avançada do *site* (WIPO, 2021b). Foram preenchidos sempre dois campos. Em uma pesquisa, foi preenchida a data de registro (*Date Registration*), que permite a seleção de um intervalo de tempo, e Brasil (BR) no campo “país de origem” (*Country Origin*). Em outra, a data de registro (*Date Registration*) e Brasil (BR) no campo “país designado” (*Designated Contracting Party*). O período de pesquisa utilizado foi entre 2 de outubro de /2019 e 1º de setembro de 2021. Os gráficos gerados com as pesquisas dessa primeira etapa buscaram respostas aos seguintes questionamentos: 1 – Quantos depósitos⁸ durante esse período tiveram o Brasil, como: 1.1 país de origem? e 1.2 país designado?; 2 – Quantos depositantes brasileiros (Brasil como país de origem) constituíram ou não procuradores⁹?; 3 – Quantos depositantes estrangeiros (Brasil como país designado) constituíram ou não procuradores?; 4 – Quais os 10 principais países designados nos depósitos em que o Brasil é o país de origem?; 5 – Quais os 10 maiores países depositantes nos pedidos em que o Brasil consta como país designado?; 6 – Quais as 10 classes da Classificação de Nice (NCLs) mais utilizadas pelos depositantes brasileiros?; e 7 – Quais as 10 NCLs mais utilizadas pelos depositantes estrangeiros?

Ainda na primeira etapa, foram realizadas pesquisas no *site* do INPI, a fim de verificar o número de depósitos marcários realizados anualmente por depositantes nacionais e estrangeiros.

2ª etapa – Realização de novas buscas avançadas no banco de dados da WIPO, uma tendo o Brasil (BR) como “país de origem” (*Country Origin*); outra tendo o Brasil (BR) como “parte contratante designada” (*Designated Contracting Party*). Em ambas as pesquisas dessa etapa, o período foi de 2 de outubro de 2019 a 2 de outubro de 2022. Tais pesquisas objetivavam verificar apenas o número de depósitos ocorridos durante esse período tendo o Brasil como país de origem e como país designado, a fim de comparar esses resultados com os da primeira etapa.

⁸ **Depósito:** é o pedido de registro de marca perante o escritório competente para assuntos de propriedade intelectual de cada país.

⁹ **Procurador:** é a pessoa que representa o depositante/titular da marca. Não precisa, necessariamente, ser um advogado. Pode ser um profissional especializado em matérias de Propriedade Industrial, como os antigos “agentes de propriedade industrial” que existiam antes no Brasil.

Embasamento teórico – Foram realizadas pesquisas no Google Acadêmico [2021], utilizando os termos ““Madrid Protocol” AND trademark AND Brazil” e “Madrid Protocol” AND trademark AND Brazil AND 2021”, bem como em *sites* de referência sobre o tema, como o do INPI, o da WIPO, o da Associação Brasileira da Propriedade Intelectual (ABPI) e do Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação (Profnit).

3 Resultados e Discussão

Nesse tópico, serão apresentados e debatidos os resultados obtidos nas pesquisas realizadas no site da WIPO, em ambos os períodos propostos. A apresentação obedecerá a ordem das etapas de pesquisa.

3.1 Primeira Etapa (pesquisas compreendendo período de 02/10/2019 a 1º/09/2021)

I.a) Números de depósitos marcários:

I.a.1) *Depósitos: Brasil como País de Origem*: a busca avançada no *site* WIPO, utilizando como critério de busca a sigla BR no campo “Country – Origin”, resultou em um total de **204 depósitos, até a data de 1º de setembro de 2021** (WIPO, 2021b). Em 2019, conforme apontam relatórios de estatísticas do INPI, ocorreram no total 245.154 depósitos de marcas no Brasil, entre depósitos nacionais e internacionais (INPI, 2020). Evidencia-se que o número de pedidos utilizando o protocolo é muito inferior ao número total de depósitos nacionais em um ano. Para fins de comparação, informa-se que, de acordo com levantamento da WIPO, no Brasil, em 2020, ocorreram 269.636 depósitos nacionais, o que corresponde a uma taxa de 19,7% de crescimento em relação ao ano anterior (WIPO, 2021a, p. 97).

I.a.2) *Depósitos: Brasil como País Designado*: a busca avançada no *site* da WIPO, utilizando como critério de busca a sigla BR no campo “Designated contracting party”, resultou em um total de **18.763 depósitos internacionais até a data de 1º de setembro de 2021**, nos quais o Brasil foi indicado como país designado. Segundo o Portal da Indústria, em 2018, ocorreu 204.419 depósitos de pedidos de registro de marcas, conforme informações prestadas pelo INPI ao referido *site*. Desse total, 86% referiram-se a depositantes nacionais e apenas 14% de depositantes estrangeiros (Portal da Indústria, [2019]). Considera-se um percentual expressivo, tendo em vista que o Protocolo de Madri entrou em vigor em território brasileiro apenas em outubro de 2019.

I.b) Procuradores: nesse tópico, analisa-se quantos depositantes brasileiros constituíram e quantos não constituíram procuradores, bem como quantos depositantes estrangeiros constituíram e quantos não constituíram procuradores em seus pedidos de registro de marca pelo Protocolo, nos quais pretendia-se a proteção de suas marcas no Brasil. Tais dados são importantes, pois permitem que se analise quantos brasileiros e estrangeiros interessados na proteção de suas marcas em território brasileiro estão se utilizando da possibilidade de dispensa de procuradores.

Tal dispensa torna mais baixos os custos com depósito, embora torne mais difícil aos depositantes realizarem o acompanhamento do andamento do seu pedido de registro (INPI, 2022). Permite, ainda, que seja verificado quantos depositantes preferem não utilizar essa possibilidade de dispensa. O Quadro 1 apresenta uma síntese dos resultados obtidos.

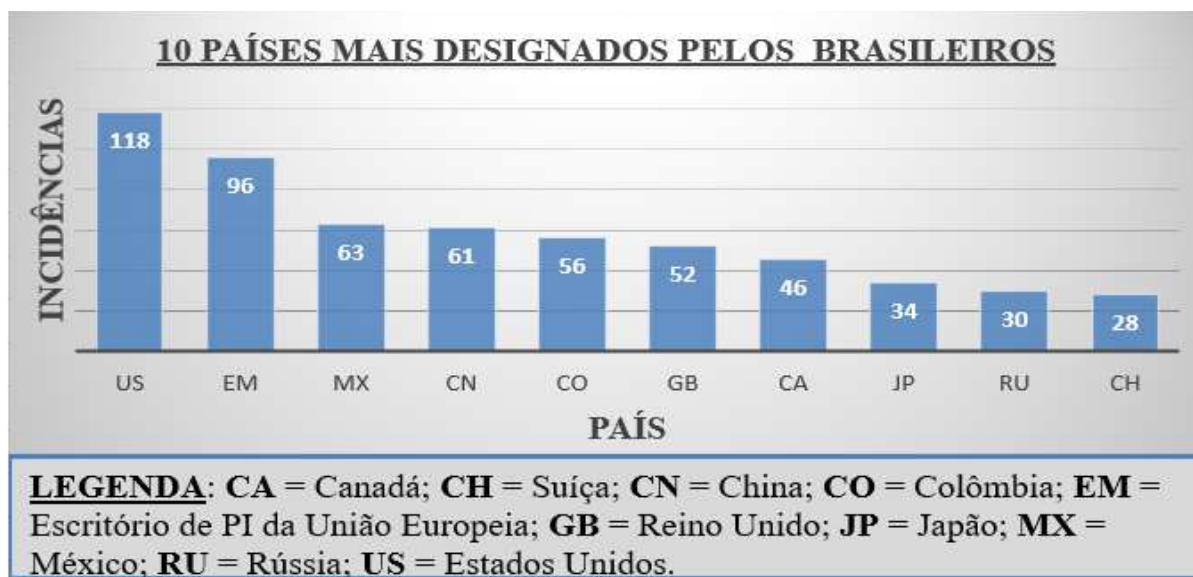
Quadro 1 – Número de depósitos marcários pelo Protocolo de Madri, que constituíram procurador, no período de 02/10/2019 até 1º/09/2021

BRASIL COMO PAÍS DE ORIGEM		BRASIL COMO PAÍS DESIGNADO	
Número total de depósitos brasileiros	204	Número total de depósitos estrangeiros	18.763
Número de depósitos com procuradores	175 (86%)	Número de depósitos com procuradores	15.941 (85%)
Número de depósitos sem procuradores	29 (14%)	Número de depósitos sem procuradores	2.822 (15%)

Fonte: Elaborado pelas autoras deste artigo com base na pesquisa avançada realizada na plataforma WIPO (2021b)

O Quadro 1 demonstra que muitos depositantes brasileiros constituíram representantes. Percebe-se que os percentuais dos depósitos que têm o Brasil como país designado são quase idênticos aos encontrados na pesquisa que teve o Brasil como país de origem. Tal resultado provavelmente está relacionado ao fato de que, durante o trâmite de análise do pedido de registro da marca, pode ser necessário apresentar petições (cumprimentos de exigências, oposições, manifestações, recursos, etc.). Algumas dessas petições costumam ter um conteúdo mais complexo e, para garantir maior possibilidade de êxito, é fortemente recomendada a contratação de um profissional especializado para a elaboração de tais peças. No que tange aos depósitos estrangeiros que designaram o Brasil, ressalta-se que muitas grandes empresas internacionais possuem departamento jurídico em seu corpo empresarial. Nesse caso, a empresa titular do depósito pode não constituir procurador.

I.c) Países Designados nos depósitos brasileiros: nesse tópico, verifica-se quais são os países nos quais os brasileiros possuem maior interesse em proteger suas marcas (de 02/10/2019 a 1º/09/2021). Optou-se por analisar somente os dez mais designados. Ressalta-se que, no Protocolo de Madri, é possível indicar mais de um país como designado, no qual se deseja proteger a marca (WIPO, 2012). Destaca-se que dos 204 depósitos efetuados por brasileiros, em apenas 41 foi indicado um único país como designado. Tais informações são importantes, pois demonstram em quais mercados os brasileiros possuem maior interesse em atuar comercialmente, oferecendo seus produtos e/ou serviços. O Gráfico 1 apresenta os resultados obtidos.

Gráfico 1 – Países Designados, na pesquisa tendo o Brasil como Escritório de Origem, de 02/10/2019 a 1º/09/2021

Fonte: Elaborado pelas autoras deste artigo com base na pesquisa avançada realizada na plataforma WIPO (2021b)

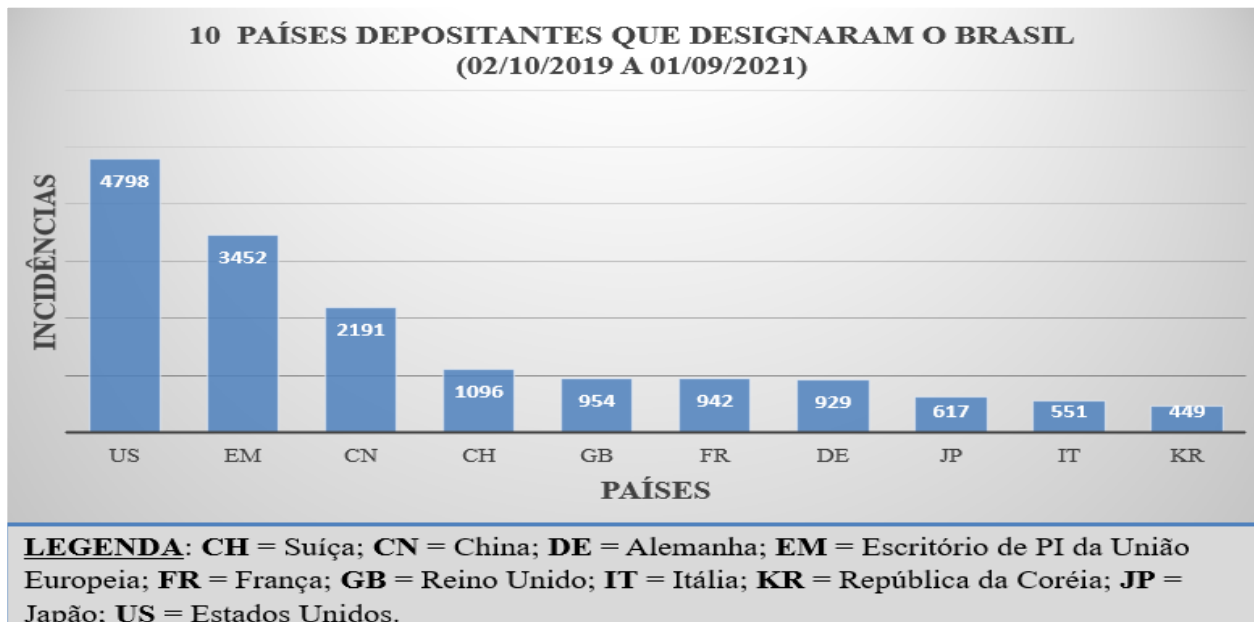
O Gráfico 1 mostra que o país de maior interesse dos brasileiros para proteger suas marcas são os Estados Unidos (US), com 118 incidências no total dos 204 depósitos realizados por brasileiros pelo Protocolo de Madri, desde a entrada em vigor no Brasil nesse sistema. Tal incidência corresponde a 58% do total de depósitos realizados, ou seja, mais da metade dos pedidos de registro de marcas brasileiras foram direcionadas aos Estados Unidos, embora o país ocupe o segundo lugar na lista de maiores parceiros comerciais do Brasil (FIA, 2020). Em segundo lugar, tem-se o Escritório de Propriedade Intelectual da União Europeia (EUIPO), que, no gráfico, aparece como EM. A escolha do EUIPO como escritório de destino por tantos usuários brasileiros pode ser explicada pelo fato de que, designando o referido escritório, em caso de concessão do registro marcário, a proteção será efetivada em todos os 28 países integrantes da União Europeia¹⁰ (WIPO; INPI, 2020). O México (MX) e a China (CN) encontram-se praticamente empatados em terceiro lugar. Por outro lado, verifica-se que o México (MX) figura em sexto lugar na relação de países de quem o Brasil mais importa, principalmente, automóveis. E a China (CN) é o maior parceiro comercial do Brasil, tanto em importações quanto em exportações (FIA, 2020). Portanto, evidencia-se uma reciprocidade de interesse entre México e China e os depositantes marcários brasileiros no que se refere à proteção marcária em tais territórios.

I.d) Brasil como País Designado – Principais países depositantes: nesse tópico, será analisado quem são os maiores países depositantes que designaram o Brasil como país de destino para a proteção de suas marcas (de 02/10/2019 a 1º/09/2021). Tal análise permite verificar quais as nações que possuem maior interesse mercadológico no Brasil. Os resultados obtidos são apresentados no Gráfico 2.

Ressalta-se que no Protocolo de Madri é possível haver pedidos com cotitularidade. Sendo assim, do total de 18.763 pedidos que tiveram o Brasil como país designado, houve pedidos com mais de um titular, pertencentes a países diferentes.

¹⁰ São integrantes da União Europeia: Alemanha, Áustria, Bélgica, Bulgária, Chipre, Croácia, Dinamarca, Eslovênia, Eslováquia, Espanha, Estônia, Finlândia, França, Grécia, Hungria, Irlanda, Itália, Letônia, Lituânia, Luxemburgo, Malta, Países Baixos, Polónia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Romênia e Suécia (WIPO; INPI, 2020).

Gráfico 2 – Maiores Países Depositantes tendo o Brasil como País Designado, no período de 02/10/2019 a 1º/09/2021



Fonte: Elaborado pelas autoras deste artigo com base na pesquisa avançada realizada na plataforma WIPO (2021b)

Segundo o Portal da Indústria (Portal da Indústria, [2019]), somente em 2018, do total de depósitos de marcas registrados no país, 4% foram dos Estados Unidos. Alemanha, França, China e Reino Unido foram titulares de 1% desse total cada. Portanto, o Gráfico 2, mesmo levando em consideração todos os depósitos ocorridos entre outubro de 2019 a setembro de 2021, confirma a posição de liderança dos Estados Unidos. Em segundo lugar tem-se o Escritório de Propriedade Intelectual da União Europeia (EUIPO), no gráfico: EM. Percebe-se que os primeiros e segundos lugares das pesquisas representadas pelos Gráficos 1 e 2 são os mesmos (EUA e EUIPO). Isso demonstra que há uma certa reciprocidade de interesses entre brasileiros e americanos, assim como entre brasileiros e europeus, no que se refere à proteção de suas marcas. Em terceiro lugar há a China (CN), que é o maior parceiro do Brasil em exportações e importações, tendo resultado em 2019 em um saldo de balança comercial de 21,45 bilhões de dólares (FIA, 2020). Assim como evidenciado no Gráfico 1, o Gráfico 2 confirma a reciprocidade de interesse em proteção marcária entre chineses e brasileiros.

Nota-se que, enquanto no Gráfico 1, China (CN) e México (MX) estavam praticamente empatados em terceiro lugar como países de interesse dos brasileiros para registro de suas marcas, no Gráfico 2, a posição da China é bem clara em terceiro lugar. Já o México sequer aparece entre os dez maiores depositantes internacionais com interesse no Brasil. Portanto, o interesse dos brasileiros no mercado mexicano parece ser maior do que o interesse dos mexicanos no mercado brasileiro.

I.e) Classes de Nice mais utilizadas:

I.e.1) *Brasil como País de Origem – NCLs*: nesse tópico serão analisadas as 10 classificações de Nice, as quais os depositantes brasileiros mais buscaram proteger suas marcas em outros países (período 02/10/2019 a 1º/09/2021). Destaca-se que, para os depósitos nacionais no Brasil, somente é permitida a indicação de uma única classe para cada pedido de registro de

marca (INPI, 2013). No entanto, o Protocolo de Madri permite o depósito Multiclasse, isto é, o depositante pode indicar em um único pedido várias classes nas quais deseja proteger a sua marca (WIPO, 2012; INPI, 2021b). Por isso, o Gráfico 3 apresentará uma quantidade total de classes utilizadas nos depósitos brasileiros em número superior ao total de depósitos realizados. O objetivo dessa análise é verificar quais são as classes de marcas que os depositantes brasileiros mais buscam proteção, isto é, em quais categorias há maior demanda no registro de marcas brasileiras no exterior. O Gráfico 3 apresenta quantas vezes cada NCL foi objeto de depósito de pedido de registro de marca realizados por brasileiros, com o propósito de proteger seus produtos ou serviços em outros países.

Gráfico 3 – 10 Classificações de Nice mais utilizadas nos depósitos tendo o Brasil como Escritório de Origem



Fonte: Elaborado pelas autoras deste artigo com base na pesquisa avançada realizada na plataforma WIPO (2021b)

O Gráfico 3 demonstra que a Classe 35 foi a mais utilizada. A explicação é simples: a classe 35 engloba os principais serviços relacionados ao comércio, quais sejam: “Propaganda; Gestão, organização e administração de negócios; Funções de escritório” (INPI, 2021c). Em segundo lugar, surge a classe 42, a qual engloba serviços científicos, tecnológicos e de pesquisa (Lista de Serviços em Ordem de Classe. (INPI, 2021d).

Destaca-se o fato de que tanto a classe 35 quanto a 42 estarem relacionadas ao setor de serviços, o qual foi identificado na pesquisa de Pinto *et al.* (2018) como sendo o setor de maior interesse dos micro e pequenos empresários brasileiros.

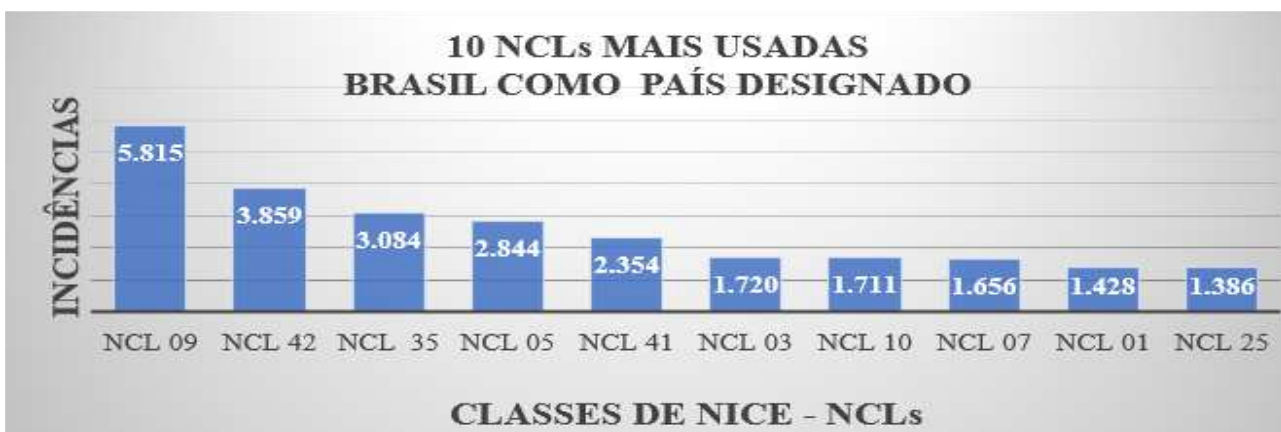
Praticamente empatados no terceiro lugar, tem-se a classe 9 e a classe 36. A classe 9 abrange produtos, aparelhos e instrumentos científicos e de pesquisa; computadores e seus dispositivos periféricos; instrumentos para gravação de áudio e vídeo, entre outros (INPI, 2021c). A classe 9 está diretamente relacionada com a classe 42, pois a primeira protege os produtos e a segunda os serviços relacionados com a tecnologia. Ou seja, o setor tecnológico – tanto no que se refere aos produtos quanto no que se refere aos serviços – corresponde à considerável parcela dos brasileiros que buscam se inserir no mercado internacional. A classe 36, por sua vez, está relacionada com os serviços que proporcionam investimentos, rendimentos e/ou lucros, estando intimamente ligada ao patrimônio financeiro e imobiliário dos consumidores (INPI, 2021d). Portanto, além do setor de serviços e tecnológico, o setor financeiro nacional também

corresponde à importante parcela de empreendedores que buscam a proteção de suas marcas em mercados internacionais.

Em quarto lugar, empatadas, aparecem as classes 41 e 29. A classe 41 relaciona-se com serviços educacionais, esportes e atividades culturais (INPI, 2021d). Entre os brasileiros que escolheram a NCL 41 para a proteção de suas marcas, estão a “Cargill Agrícola S.A.”, a “Gartic Publicidade Digital LTDA”, a “DLC Soluções em Tecnologia LTDA EPP”, a “Central de Intercâmbio Viagens Ltda.” e a “Rádio e Televisão Record S/A”. Ou seja, são empresas ligadas aos setores agrícola, *marketing*, tecnológico, turismo e de radiodifusão. A classe 29, por sua vez, relaciona-se a produtos da indústria alimentícia, como: carnes, frutas, legumes, conservas, geleias, compotas, ovos e laticínios, entre outros (INPI, 2021c). Destaca-se que, em 2019, a soja, o milho e as carnes de frango e de gado (abrangidas pela classe 29) figuraram, respectivamente, em primeiro, quinto, sexto e sétimo lugares nas exportações brasileiras (FIA, 2020). Isso pode explicar o interesse dos brasileiros em protegerem marcas na classe 29. Fato interessante é o de que foram identificadas entre os depósitos brasileiros na NCL 29 as marcas “Seara”, “Friboi” e “Royal”, três marcas de grande destaque na indústria alimentícia brasileira.

I.e.2) *Brasil como Escritório Designado – NCLs*: com o objetivo de se verificar quais as 10 classes da Classificação de Nice que são alvo de maior interesse dos depositantes estrangeiros quando da proteção de suas marcas em território brasileiro (período 02/10/2019 a 1º/09/2021), foi elaborado o Gráfico 4. É importante lembrar que o Protocolo de Madri permite que cada pedido seja depositado requerendo a proteção da marca em diversas classes. Portanto, somando-se o total de incidências em cada classe, o resultado é superior ao total de depósitos realizados.

Gráfico 4 – 10 Classificações de Nice mais utilizadas, tendo o Brasil como País Designado



Fonte: Elaborado pelas autoras deste artigo com base na pesquisa avançada realizada na plataforma WIPO (2021b)

O Gráfico 4 demonstra que a classe de Nice de maior interesse dos depositantes estrangeiros, nos pedidos em que o Brasil é país designado, é a NCL 9, com 5.815 incidências, nos 18.763 depósitos em que o Brasil é um dos países de destino. Interessante destacar que entre os produtos abrangidos pela classe 9 estão os circuitos integrados e microconjuntos eletrônicos, os quais representaram 2,93% das importações brasileiras (FIA, 2020). Destaca-se que a NCL 9 estava em 3º lugar no Gráfico 3. Para toda evidência, o interesse dos estrangeiros em inserir produtos tecnológicos no mercado brasileiro (Gráfico 4) é maior do que o interesse dos brasileiros em inserir esses produtos no mercado internacional (Gráfico 3). Em segundo lugar surge

a classe 42. Sobre os serviços abrangidos por essa classe, é bom ver comentários do Gráfico 3. Ressalta-se que há uma grande relação entre os serviços protegidos pela classe 42 com os produtos protegidos pela classe 9, pois ambos estão relacionados ao setor tecnológico. Em terceiro lugar, aparece a Classe 35. Essa classe também foi abordada nos comentários do Gráfico 3. Em quarto lugar, surge a NCL 5. Essa classe tem o propósito de proteger produtos relacionados a: “preparações farmacêuticas, medicinais e veterinárias; preparações higiênicas para fins medicinais; alimentos e substâncias dietéticos adaptados para uso medicinal ou veterinário, [...]” (INPI, 2021c). Importante mencionar que medicamentos para humanos e animais, englobados pela classe 5, estão em segundo lugar na relação de importações brasileiras (FIA, 2020). Isso justifica o interesse dos estrangeiros em proteger suas marcas farmacêuticas no Brasil.

Fazendo uma análise comparativa entre os gráficos relacionados aos depósitos tendo o Brasil como país de Origem (Gráfico 3) e o Brasil como país de destino (Gráfico 4), nota-se que: a) a classe 42 ocupou o segundo lugar em ambas as pesquisas; b) a classe 35 e a classe 9 trocaram entre si suas posições nos gráficos, pois a classe 35 ocupou o primeiro lugar no Gráfico 3 e o terceiro no Gráfico 4 e a classe 9 ocupou o terceiro lugar no Gráfico 3 e o primeiro no Gráfico 4. Portanto, há um maior interesse dos brasileiros em proteger no exterior suas marcas relacionadas a serviços de comércio (NCL 35) do que dos estrangeiros interessados em proteger suas marcas no Brasil, e o setor tecnológico (NCLs 9 e 42) é o de principal interesse dos estrangeiros que buscam proteger suas marcas no Brasil; c) a classe 41 apareceu em quarto lugar no Gráfico 3 e em quinto lugar no Gráfico 4. Logo, os brasileiros possuem um interesse relativamente maior nas marcas relacionadas à educação e ao esporte (NCL 41) do que os estrangeiros que buscam inserir suas marcas no Brasil.

3.2 Segunda Etapa (pesquisas compreendendo período de 02/10/2019 a 02/10/2022):

II) Números de depósitos tendo o Brasil como país de origem e como país designado.

A busca avançada no *site* da WIPO utilizando como critério de busca a sigla BR no campo “Country – Origin” resultou em um total de 318 depósitos, tendo o Brasil como país de Origem, no período de 02/10/2019 até 02/10/2022 (WIPO, 2021b). Por sua vez, a busca utilizando como critério a sigla BR no campo “Designated contracting party” resultou em um total de 31.826 depósitos tendo o Brasil como país Designado, no período de 02/10/2019 até 02/10/2022 (WIPO, 2021b). A seguir, apresenta-se um quadro comparativo das pesquisas realizadas nas duas etapas.

Quadro 2 – Número de depósitos marcários pelo Protocolo de Madri, nos períodos de 02/10/2019 a 1º/09/2021 e de 02/10/2019 a 02/10/2022, tendo o Brasil como país de origem e como país designado

Período de	Brasil como país de origem		Brasil como país designado	
	Número total de depósitos brasileiros		Número total de depósitos estrangeiros	
02/10/2019 até 1º/09/2021		204		18.763
02/10/2019 até 02/10/2022		318		31.826

Fonte: Elaborado pelas autoras deste artigo com base nas pesquisas avançadas realizadas na plataforma WIPO (2021b)

Constatou-se que no período de pesquisa até 02/10/2022, o número de depósitos tendo o Brasil como país de origem (318) foi distribuído anualmente da seguinte forma: 1º de 02/10/2019 a 31/12/2019: 26 depósitos brasileiros; 2º de 1º/01/2020 a 31/12/2020: 103 depósitos brasileiros; 3º de 1º/01/2021 a 31/12/2021: 120 depósitos brasileiros; e 4º de 1º/01/2022 a 02/10/2022: 69 depósitos brasileiros. Ou seja, durante esse período de três anos da vigência do Protocolo de Madri no Brasil, ocorreu um crescimento gradativo, embora modesto, nos anos de 2019 a 2021. No entanto, aparentemente, em 2022, ocorreu uma pequena queda do número de depósitos brasileiros por meio desse sistema.

Analisando-se os resultados das pesquisas realizadas nos dois períodos em análise, verifica-se que: a) entre o número de depósitos tendo o Brasil como país de origem, do resultado obtido em 2021 (240 depósitos) até o resultado de 2022 (318 depósitos), ocorreu um aumento aproximado de 30% no número de depósitos brasileiros; b) entre o número de depósitos tendo o Brasil como país designado, do resultado obtido em 2021 (18.763) até o resultado de 2022 (31.826), ocorreu um aumento aproximado de quase 70% do número de depósitos de estrangeiros pelo Protocolo de Madri; e c) aparentemente, o crescimento do número de depósitos brasileiros entre 2021 e 2022 foi pequeno, se comparado com o crescimento de depósitos dos demais países.

Embora não haja literatura que discuta o referido tema, em face de sua novidade, verifica-se que há efetivamente um interesse exponencialmente maior dos estrangeiros em depositarem marcas no Brasil por meio do Protocolo de Madri, se comparado com o número de depósitos de marcas oriundas do Brasil protocoladas no exterior utilizando o Protocolo de Madri.

4 Considerações Finais

O Protocolo de Madri envolve procedimentos, regras e benefícios ainda desconhecidos da maioria da população brasileira. Sendo assim, é natural que os brasileiros ainda estejam atuando pouco em relação ao referido Sistema Internacional. O presente estudo confirmou que, apesar de haver sido implementado no Brasil há pouco tempo, o Sistema de Madri vem sendo adotado pelos brasileiros, mesmo que de maneira ainda tímida.

Os objetivos da presente pesquisa foram alcançados, pois: **1º)** demonstrou o número de depósitos marcários tendo o Brasil como país de origem e como país designado em ambos os períodos propostos; **2º)** demonstrou que grande parte dos depósitos das duas pesquisas realizadas no primeiro intervalo de tempo se utilizou da faculdade de constituir procuradores. Tal resultado pode ser decorrente do fato de que caso seja necessário apresentar ou responder à oposição, ao recurso ou a qualquer outro tipo de petição após o depósito, passa a ser necessária a constituição de procurador; **3º)** demonstrou que as NCLs mais utilizadas (9, 35, 42 e 41) pelos brasileiros e estrangeiros nos depósitos do primeiro período pesquisado; **4º)** realizou um comparativo dos depósitos marcários observados nos dois períodos de pesquisa, demonstrando que no segundo período o número de depósitos tendo o Brasil como país de origem cresceu aproximadamente 30%, enquanto o número de depósitos tendo o Brasil como país designado cresceu aproximadamente 70%. Isso demonstra que, embora tenha ocorrido aumento do número de depósitos realizados por brasileiros, há maior interesse dos países estrangeiros em protegerem suas marcas em nosso país do que interesse dos brasileiros em utilizarem o Protocolo de Madri para proteger suas marcas no exterior. Tais resultados também podem indicar uma provável

baixa utilização do Protocolo de Madri pelos brasileiros. Ressalta-se que o presente estudo teve como limitação a impossibilidade de verificar se os resultados das pesquisas indicam que há uma utilização satisfatória ou baixa desse sistema pelos brasileiros.

A colaboração para a teoria ocorreu, pois há pouca literatura sobre a análise da utilização ou não pelos brasileiros do Protocolo de Madri. Tal estudo é importante, pois, tendo-se em vista a menor burocracia e os menores custos proporcionados pelo Protocolo de Madri, acredita-se que o incentivo do uso desse sistema refletirá positivamente nas exportações brasileiras.

As colaborações para a prática foram as seguintes: **I** – alguns dados coletados são importantes para eventuais investidores estrangeiros interessados no mercado brasileiro, exemplo: quais os países de maior interesse dos brasileiros e quais as NCLs que os brasileiros se preocupam mais em registrar suas marcas em outros países; **II** – alguns resultados que podem auxiliar os empresários brasileiros a decidirem em quais mercados é mais relevante proteger suas marcas, exemplo: quais os países mais interessados em proteger suas marcas no Brasil e em que classes possuem maior interesse; **III** – comprovou-se que os Estados Unidos são o país de maior interesse dos depositantes brasileiros e que há reciprocidade desse interesse por parte dos brasileiros, conforme apontam os Gráficos 1 e 2; **IV** – evidenciou-se que as NCLs de maior interesse estão relacionadas ao setor de serviços, em especial da área tecnológica e de educação/entretenimento, tanto nos depósitos tendo o Brasil como país de origem quanto nos depósitos tendo o Brasil como país designado.

5 Perspectivas Futuras

Entende-se que esse sistema marcário internacional pode vir a estimular o interesse dos brasileiros em proteger suas marcas nos mercados internacionais, tendo em vista que tal sistema é menos burocrático e oneroso que o sistema adotado pela CUP. Apresentou-se informações importantes sobre a relação do Protocolo de Madri com o Brasil, por exemplo, o fato de que, comparando-se os resultados obtidos nas duas etapas, se verificou que o número de depósitos tendo o Brasil como país de origem cresceu aproximadamente 30%, enquanto o número de depósitos tendo o Brasil como país designado cresceu aproximadamente 70%. Entretanto, há ainda muitas informações a serem levantadas sobre esse tema. Por isso, apresenta-se a seguinte proposta de agenda de estudos futuros:

1^a) Análise de quantos depósitos tendo o Brasil como país de origem e como país designado utilizaram o “depósito multiclasse”. **Justificativa** – tendo em vista que uma das características do protocolo de Madri é a possibilidade de realização de “depósito multiclasse”, faz-se interessante verificar se tal possibilidade vem sendo utilizada pelos usuários desse sistema. Isso porque alguns autores entendem que o depósito multiclasse pode aumentar a proteção de suas marcas no exterior, pois permite que se selecione até três classes em que se deseja a proteção marcária, sem que decorra nenhum ônus. Conseqüentemente, segundo alguns autores, essa possibilidade acarreta menores custos com a proteção marcária, bem como menor burocracia. Essa é a opinião, por exemplo, de Maia (2020);

2^a) Verificar se os resultados dos números de depósitos tendo o Brasil como país de origem significam ou não uma baixa utilização do Protocolo pelos brasileiros. **Justificativa** – o presente

artigo teve como *limitação* a impossibilidade de verificação do grau de utilização dos usuários brasileiros desse sistema. É importante verificar se os resultados apresentados no **item I.a** e no **item II** correspondem ou não a uma baixa utilização brasileira do Protocolo. E, se constatada a baixa utilização, deve-se buscar descobrir quais as suas possíveis causas e prováveis soluções que permitam o aumento da utilização brasileira desse sistema.

Acredita-se que a implementação dessa agenda de estudos oferecerá importante colaboração para a maior compreensão do Protocolo de Madri e o grau de sua utilização pelos brasileiros.

Referências

ABDUGOPIROVICH, Y. Types of Legal Protection of a Trademark (Service Mark) in Foreign Countries: The Example of the Madrid System. **Turkish Journal of Computer and Mathematics Education**, [s.l.], v. 12, n. 4, p. 1.068-1.073, 2021.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial n. 1342955/RS. Recurso especial em que se discute se há violação da marca “CORPELLE”, bem como concorrência desleal, na utilização da marca “CORTELLE”, para comercialização de produtos em um mesmo segmento de mercado.** 2014. Disponível em: <https://scon.stj.jus.br/SCON/pesquisar.jsp>. Acesso em: 21 out. 2023.

BRASIL. **Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996.** Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Brasília, Brasil, 1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm. Acesso em: 21 out. 2023.

BRUCH, Kelly L.; AREAS, Patricia de O.; VIEIRA, Adriana C.P. Conceitos e Aplicações de Propriedade Intelectual. In: SANTOS, Wagna Piler Carvalho dos. **Conceitos e Aplicações de Propriedade Intelectual.** Salvador: IFBA, 2019. Profnit, v. II, p. 59-208. *E-book*. Disponível em: <http://www.profnit.org.br/pt/livros-profnit/>. Acesso em: 21 out. 2023.

COPETTI, Michele. **Direito de Marcas: a afinidade como exceção ao princípio da especialidade.** 2008. 196f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/91938/251605.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 21 out. 2023.

DIANA, Juliana. **Pesquisa descritiva, exploratória e explicativa.** 2023. Disponível em: <https://www.diferenca.com/pesquisa-descritiva-exploratoria-e-explicativa/>. Acesso em: 9 out. 2023.

FIA – FUNDAÇÃO INSTITUTO DE ADMINISTRAÇÃO. **Principais parceiros comerciais do Brasil: países, produtos e acordos.** 2020. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/parceiros-comerciais-do-brasil/>. Acesso em: 25 set. 2021.

GOOGLE ACADÊMICO. **Pesquisa.** 2021. Disponível em: <https://scholar.google.com.br/schhp?hl=pt-BR>. Acesso em: 9 out. 2023.

INPI – INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **A criação de uma marca: uma introdução às marcas de produtos e serviços para as pequenas e médias empresas.** Rio de Janeiro: INPI, 2013. *E-book*. Disponível em: https://www.gov.br/inpi/pt-br/composicao/arquivos/01_cartilhamarcas_21_01_2014_0.pdf. Acesso em: 9 out. 2023.

INPI – INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Tabelas Completas dos Indicadores de Propriedade Industrial. 1- Depósitos de Marcas.** 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/central-de-conteudo/estatisticas/estatisticas-1/indicadores-de-propriedade-industrial>. Acesso em: 3 out. 2021.

INPI – INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Protocolo de Madri.** 2021a. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/protocolo-de-madri>. Acesso em: 7 set. 2021.

INPI – INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Processo INPI n. 915832569.** Decisão do INPI de indeferimento, em grau de recurso administrativo, do pedido de registro da marca “Unyo Pay” (Processo n. 915832569), por colidir com a marca registrada “Uunio” (Processo n. 913962856). 2021b. Disponível em: <https://busca.inpi.gov.br/pePI/servlet/MarcasServletController?Action=detail&CodPedido=3800416>. Acesso em: 9 out. 2023.

INPI – INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Lista de Produtos em Ordem de Classe.** 2021c. Disponível em: https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/arquivos/classificacao_de_marcas/PORTALINPIListaDeProdutosEmOrdemDeClasseNCL112021_20210106.pdf. Acesso em: 7 set. 2021.

INPI – INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Lista de Serviços em Ordem de Classe.** 2021d. Disponível em: https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/arquivos/classificacao_de_marcas/PortallNPIListaDeServicosEmOrdemDeClasseNCL112021_20210106.pdf. Acesso em: 7 set. 2021.

INPI – INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Manual de Marcas » 11 . Protocolo de Madri.** 2022. Disponível em: https://www.gov.br/inhttp://manualdemarcas.inpi.gov.br/projects/manual/wiki/11_Protocolo_de_Madri. Acesso em: 8 jun. 2022.

INPI – INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Classificação de produtos e serviços.** 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/classificacao-marcas>. Acesso em: 21 out. 2023.

MAIA, Claudia. PROTOCOLO DE MADRI: a importância das mudanças para o registro das marcas no Brasil, em face da globalização da economia e da função social da empresa. **Duc In Altum – Cadernos de Direito**, [s.l.], v. 12, n. 27, p. 223-248, 2020. Disponível em: <https://revistas.faculdedamas.edu.br/index.php/cihjur/article/view/1310/946>. Acesso em: 8 jun. 2022.

MESQUITA, Paula Andrade Roese. **Análise da aplicação do Protocolo de Madri para proteção internacional de marcas no Brasil.** 2016. 40f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/150953>. Acesso em: 8 jun. 2022.

OLIVEIRA, Ana Carolina Bueno Freire de;; FRISON, Anna Carolina Carvalho. **O Impacto da Cultura no Comércio Internacional e na Internacionalização de Produtos, Marcas e Empresas.** 2021. 47f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado) – Universidade São Judas Tadeu, São Paulo, 2021. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/20705/1/ALTERADO.pdf>. Acesso em: 8 jun. 2022.

PANZOLINI, C. D. *et al.* **Conceitos e Aplicações de Propriedade Intelectual.** Salvador: IFBA, 2018. v. I. *E-book*. Disponível em: <http://www.profnit.org.br/pt/livros-profnit/>. Acesso em: 8 jun. 2022.

PASSOS, Ana Rita Gomes. **A internacionalização dos negócios e a gestão de marcas: uma abordagem à Berg Outdoor.** 2018. 143f. Dissertação (Mestrado) – Instituto

Superior de Administração e Gestão, Porto, 2018. Disponível em: [https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/24451/1/Trabalho de Projeto MDCM - Ana Rita Gomes Passos 161240002_final2.pdf](https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/24451/1/Trabalho%20de%20Projeto%20MDCM%20-%20Ana%20Rita%20Gomes%20Passos%20161240002_final2.pdf). Acesso em: 8 jun. 2022.

PETROCHINSKI, Victor; CZELUSNIAK, Vivian. O Protocolo de Madri como solucionador de eventual litígio sobre direito de propriedade industrial. **RUNA – Repositório Universitário da Ânima**, [s.l.], p. 1-20, 2021. Disponível em: [https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/13631/1/Artigo Científico - Victor Petrochinski.pdf](https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/13631/1/Artigo%20Científico%20-%20Victor%20Petrochinski.pdf). Acesso em: 8 jun. 2022.

PINTO, Rafael Pereira. *et al.* Registro de marcas como passo inicial para maior competitividade econômica das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte. **Cadernos de Prospecção**, Salvador, v. 11, p. 3.375-3.869, 2018. Disponível em: [https://periodicos.ufba.br/index.php/nit/article/view/23186/REGISTRO DE MARCAS COMO PASSO INICIAL PARA MAIOR COMPETITIVIDADE](https://periodicos.ufba.br/index.php/nit/article/view/23186/REGISTRO%20DE%20MARCAS%20COMO%20PASSO%20INICIAL%20PARA%20MAIOR%20COMPETITIVIDADE). Acesso em: 8 jun. 2022.

PORTAL DA INDÚSTRIA. **Propriedade Intelectual no Brasil – Marcas**. 2019. Disponível em: <http://www.portaldaindustria.com.br/cni/canais/propriedade-intelectual-cni/propriedade-intelectual/dados-e-numeros/>. Acesso em: 3 out. 2021.

SERRALVO, Francisco Antonio; MOURAD, Aimân Ibrahim. Estudo sobre a influência do posicionamento da marca no desempenho competitivo das Organizações. **Future Studies Research Journal**, [s.l.], v. 10, n. 3, p. 427-449, 2018. Disponível em: <https://revistafuture.org/FSRJ/article/view/400/430>. Acesso em: 3 out. 2021.

SOARES, V.; RAMALHO, R.; ISLABÃO, G. Um ano do retorno ao Sistema de Madri. **Cadernos de Prospecção**, Salvador, v. 14, n. 3, p. 750-767, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/nit/article/view/33119/24812>. Acesso em: 3 out. 2022.

WENDT, Luiza Bohmer. **Internacionalização e Marca nos Mercados Internacionais: um Estudo de Casos Múltiplos com Indústrias Brasileiras Exportadoras de Produtos Agrícolas**. 2021. 112f. Dissertação (Mestrado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Porto Alegre, 2021. Disponível em: [http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/9965/Luiza Bohmer Wendt_.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/9965/Luiza%20Bohmer%20Wendt_.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Acesso em: 3 out. 2022.

WIPO – WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. **O Acordo de Madrid relativo ao Registro Internacional de Marcas e o Protocolo referente a este Acordo: Objetivos, Principais Características, Vantagens**. 2012. Disponível em: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/pt/marks/418/wipo_pub_418.pdf. Acesso em: 6 jun. 2022.

WIPO – WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION; INPI – INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. Módulo I: A função das marcas de fábrica ou de comércio, dos desenhos ou modelos industriais e das indicações geográficas no mercado. *In*: WIPO – WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION; INPI – INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Curso Avançado de Marcas, Desenhos Industriais e Indicações Geográficas - DL302-BR**. [S.l.]: WIPO; INPI, 2020a. v. 1. p. 1-24.

WIPO – WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION; INPI – INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. Módulo II: Marcas. *In*: WIPO – WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION; INPI – INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Curso Avançado de Marcas, Desenhos Industriais e Indicações Geográficas - DL302-BR**. [S.l.]: WIPO; INPI, 2020b. p. 1-86.

WIPO – WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. **Madrid Monitor**. 2021a. Disponível em: <https://www3.wipo.int/madrid/monitor/en/>. Acesso em: 1º set. 2021.

WIPO – WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. **World Intellectual Property Indicators 2021**. Genebra: WIPO, 2021b. ISSN 01722190. Disponível em: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_941_2021.pdf. Acesso em: 6 jun. 2022.

Sobre as Autoras

Rosângela Pacheco Barros

E-mail: rosebarros@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4674-4860>

Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação pelo Instituto Federal do Rio Grande do Sul em 2023.

Endereço profissional: Faculdade de Direito da UFRGS, Av. João Pessoa, n. 80, Centro Histórico, Porto Alegre, RS. CEP: 90040-001.

Kelly Lissandra Bruch

E-mail: kellybruch@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2565-0790>

Doutora em Direito pela Université Rennes I, France, em 2011, com estágio pós-doutoral em Agronegócios no CEPAN/UFRGS em 2013.

Endereço profissional: Faculdade de Direito da UFRGS, Av. João Pessoa, n. 80, Centro Histórico, Porto Alegre, RS. CEP: 90040-001.