

Indicações Geográficas e Marcas Coletivas

OBJETIVOS: O participante deve, ao final do curso, ser capaz de identificar o que são indicações geográficas, diferenciando-as das marcas coletivas; reconhecer as diferenças entre a indicação de procedência e a denominação de origem; e identificar corretamente os usos delas em casos concretos. Além disso, deverá ter noções do que consistem os pedidos de registro de marcas coletivas e de indicações geográficas.

PRÉ-REQUISITO: Curso Geral de Propriedade Intelectual

CARGA HORÁRIA: 8 horas

CONTEÚDO DOS MÓDULOS:

INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS (4 horas)

1. Introdução

O que é origem, qual a relevância e qual o conceito básico de indicação geográfica?

2. Antecedentes Históricos

Antecedentes históricos, organização da cadeia produtiva do vinho em Portugal no sec. XVIII. Surgimento das AOCs francesas.

3. Tratados Internacionais

Principais tratados internacionais subscritos pelo Brasil em matéria de PI. Acordo de Lisboa. ADPIC e OMC.

4. IG no Brasil

Antecedentes no CPI, sua inclusão expressa na LPI, o que é IG para fins da LPI e quais suas espécies. Definição de nome geográfico. Diferenças entre indicação de procedência, IP, e

denominação de origem, DO. Regulamentação pelo INPI. Exceção: cachaça como indicação geográfica.

5. Principais elementos do Pedido de Registro junto ao INPI

Regulamento de Uso, estrutura de controle, delimitação da área e documentos específicos para indicação de procedência, IP, e denominação de origem, DO.

6. Organização Coletiva e Potenciais Impactos

Como tem se dado a organização dos agrupamentos com vistas a apresentação de pedidos de registro de indicações geográficas, quais as principais dificuldades e quais os impactos deste processo de estruturação coletivo?

7. Experiências do INPI com as indicações geográficas nacionais.

Abordar problemas e potencialidades sobre as indicações geográficas, com base em casos concretos.

8. Dinâmica / Atividade

Realização de dinâmica com base nas especificidades do grupo a ser trabalhado.

MARCAS COLETIVAS (4 horas)

1. O que é marca?
2. Função das marcas
3. Apresentação das marcas: nominativa, figurativa, mista e tridimensional
4. Natureza das marcas: marcas de produto, marca de serviço, marca de certificação e marca coletiva
5. Aspectos básicos de distintividade e disponibilidade das marcas
6. A evolução da marca coletiva no Brasil
7. Função da marca coletiva
8. Legitimidade para depósito e uso
9. Instrução Normativa nº 19/2013: o Regulamento de utilização
10. Passo a passo do registro

11. Vantagens do registro
12. Principais desafios
13. Principais problemas relacionados ao registro
14. Peculiaridades
15. Marcas coletivas x Indicações Geográficas
16. Exemplos
17. Dinâmica

