

**MARCAS DE POSIÇÃO NO BRASIL: A RIGIDEZ ADMINISTRATIVA E O
PADRÃO DE INDEFERIMENTOS NO INPI**

MARIA CLARA SENA DOS SANTOS RAMALHO¹

RESUMO: Este artigo tem como objetivo principal analisar a efetividade da proteção das marcas de posição no Brasil, uma nova tutela jurídica no campo marcário. Para isso, o estudo, de natureza aplicada e exploratória, adotou o método dedutivo com abordagem qualitativa e quantitativa descritiva. Os objetivos específicos foram mapear o arcabouço normativo aplicável e analisar empiricamente o comportamento decisório do INPI. Esta análise incluiu um levantamento sistemático de 134 pedidos de registro (2022-2023) em 31 edições da Revista da Propriedade Industrial (RPI). Identificou-se a ausência de critérios interpretativos uniformes e a rigidez administrativa na aplicação da distintividade. Os resultados revelam um padrão majoritariamente de indeferimentos (66% dos pedidos, contra apenas 1,5% de deferimentos), com o Art. 122 da LPI sendo o fundamento mais prevalente (86% dos casos). Conclui-se que essa fragilidade nos parâmetros compromete a efetividade da proteção, gera insegurança jurídica e impacta negativamente o ambiente de negócios e a inovação no país.

PALAVRAS-CHAVE: Propriedade industrial. Direito Marcário. Distintividade.

***POSITION MARKS IN BRAZIL: ADMINISTRATIVE RIGIDITY AND THE
PATTERN OF REJECTIONS AT THE INPI***

ABSTRACT: *The main objective of this article is to analyze the effectiveness of the protection of position marks in Brazil, a new legal protection in the field of trademarks. To this end, the study, of an applied and exploratory nature, adopted the deductive method with a qualitative and quantitative descriptive approach. The specific objectives were to map out the applicable regulatory framework and empirically analyze the INPI's decision-making behavior. This analysis included a systematic survey of 134 registration applications (2022-2023) in 31 editions of the Industrial Property Journal (RPI). It identified the absence of uniform interpretative criteria and administrative rigidity in the application of distinctiveness. The results reveal a pattern of mostly rejections (66% of applications, against only 1.5% of grants), with Art. 122 of the IPL being the most prevalent ground (86% of cases). It is concluded that this weakness in the parameters compromises the effectiveness of protection, generates legal uncertainty and negatively impacts the business environment and innovation in the country.*

Key words: Industrial property; Trademark law; Distinctiveness.

¹ Bacharel em Direito pela Universidade Católica do Salvador. Advogada. Mestranda em Propriedade Intelectual e Transferência de tecnologia para inovação (PROFNIT) na Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, Bahia, Brasil. ORCID:0009-0002-1596-2803. E-mail:mclara.ramalho25@gmail.com.



INTRODUÇÃO

As marcas de posição, introduzidas formalmente no ordenamento jurídico brasileiro a partir de 2021 pelas diretrizes do INPI, configuram uma nova tutela para sinais distintivos aplicados em uma posição específica de um produto. Contudo, apesar de representar um alinhamento com práticas internacionais, sua consolidação enfrentava desafios práticos.

No entanto, a plena consolidação desse avanço enfrenta desafios práticos e conceituais significativos, especialmente quanto à aplicação do critério de distintividade. A Lei de Propriedade Industrial (LPI), nº 9.279/1996, embora reconheça a distintividade como requisito essencial (Art. 122), não detalha explicitamente seu uso para marcas de posição, delegando ao Manual de Marcas do INPI a definição de parâmetros como singularidade do sinal e especificidade da posição. Essa lacuna interpretativa tem gerado um cenário de alta incerteza. A crescente complexidade na proteção de sinais atípicos e a necessidade de clareza regulatória para fomentar a inovação têm sido amplamente discutidas. A ausência de critérios interpretativos uniformes no INPI resulta em dificuldades práticas para os requerentes e compromete a segurança jurídica.

O INPI, inicialmente, adotou critérios rígidos para marcas de posição, resultando em um alto número de indeferimentos, entre dezembro de 2022 e setembro de 2023, apenas 2 de mais de 130 pedidos foram aprovados.

Desde o início da análise formal dos pedidos de marcas de posição, observa-se uma postura restritiva por parte do INPI, que aplica parâmetros excessivamente rigorosos. Diante desse cenário de rigidez administrativa e alto índice de indeferimentos, surge o seguinte problema de pesquisa: Em que medida a rigidez administrativa e a falta de uniformidade interpretativa do INPI afetam a efetividade da proteção das marcas de posição no Brasil?

O presente trabalho tem como objetivo principal analisar a efetividade da proteção das marcas de posição no Brasil, investigando como a rigidez administrativa e a ausência de uniformidade interpretativa do INPI impactam o processo de registro e a segurança jurídica desse instituto. Para tanto, especificamente, busca-se compreender a evolução normativa e conceitual das marcas de posição no direito brasileiro; mapear os critérios técnicos utilizados pelo INPI na análise desses pedidos e realizar um levantamento empírico sobre os resultados decisórios no período estudado.

REFERENCIAL TEÓRICO

HISTÓRICO E EVOLUÇÃO LEGISLATIVA DAS MARCAS DE POSIÇÃO NO BRASIL

É crucial começar definindo marca como um sinal distintivo cuja finalidade principal é diferenciar produtos ou serviços, identificando sua origem e distinguindo-os de outros similares (INPI. 2025, p.17). Denis Barbosa complementa essa definição, descrevendo a marca como uma representação visual elaborada especificamente para indicar a origem de um produto ou serviço (Barbosa. 2003, p.700).

Adicionalmente, o autor destaca critérios cruciais para que uma marca seja eficaz. É fundamental que ela tenha o poder de representar algo e de apontar para uma fonte particular, sem induzir o público ao engano. Já a salvaguarda jurídica de uma marca depende diretamente de sua exclusividade, que é a sua aptidão para ser um distintivo singular e legalmente protegido em relação ao seu propósito (Barbosa. 2003, p.700).

A Lei nº 9.279/1996, conhecida como Lei da Propriedade Industrial (LPI), é a base legal que governa as marcas no Brasil, definindo as normas para a salvaguarda de sinais que as distinguem. Essa lei abrange diversas categorias de marcas, cada uma destinada a resguardar características particulares da identidade de bens ou serviços. Entre essas categorias estão as marcas nominativas, figurativas, mistas, tridimensionais e, o foco deste texto, a marca de posição.

Marca de posição é aquela caracterizada pela aplicação de um sinal em um local único e específico de um suporte, cuja função distintiva só se manifesta quando fixado neste ponto (INPI. 2025, p.20). Conforme a Portaria nº 37/2021 do INPI, o registro de marcas de posição exige o cumprimento de dois critérios: o sinal deve ser aplicado em uma localização exata e específica, e não pode ter qualquer relação com as funções técnicas ou a utilidade do produto.

Por se tratar de um instituto recente de tutela, faz-se necessário contextualizar seu histórico de evolução no Brasil. Assim, vale destacar que, embora as marcas de posição já existam e sejam registradas em outros países, representam uma novidade no ordenamento brasileiro, estando em constante processo de desenvolvimento.

O primeiro ato formal relacionado ao tema foi a abertura de uma consulta pública, que recebeu 105 contribuições de 12 usuários diferentes, no período de 13/04/2021 a 12/06/2021. O objetivo era coletar informações, opiniões e críticas da sociedade acerca das marcas de

posição, bem como sobre a elaboração da regulamentação então em construção. O resultado desse processo foi a publicação da Portaria nº 37/2021, que dispõe especificamente sobre a registrabilidade das marcas na forma de apresentação das marcas de posição.

Na sequência, foi publicada a Nota Técnica nº 02/2021, a qual analisou as questões tratadas na Portaria, trazendo exemplos práticos e destacando aspectos relacionados à distintividade das marcas de posição, tema que será abordado mais adiante no presente artigo.

Em 2022, em uma perspectiva mais efetiva, foi publicada a Portaria nº 08/2022, que trata da recepção e do processamento de pedidos e petições de marca. Na sequência, foi editada a Portaria nº 71/2022, que dispõe sobre a disponibilização do peticionamento relativo aos requerimentos de pedidos de registro de marca de posição no Sistema e-INPI.

Todo esse histórico viabilizou a efetiva implementação e regulamentação das marcas de posição no Brasil, representando um avanço significativo na proteção marcária no país. A consolidação desse instituto não apenas amplia o escopo de proteção conferido aos titulares de direitos macários, mas também alinha o sistema jurídico brasileiro às melhores práticas internacionais no campo da propriedade industrial.

CRITÉRIOS ESSENCIAIS PARA REGISTRO: DISTINTIVIDADE E FUNCIONALIDADE

A característica distintiva de uma marca é de extrema importância, principalmente porque o artigo 122 da LPI determina que somente sinais que podem ser vistos e que possuem essa capacidade de distinção, e que não são proibidos por lei, podem ser registrados como marcas. Ser distintivo é um dos critérios fundamentais para que um sinal seja reconhecido como marca, cumprindo a função principal de diferenciar e destacar um produto ou serviço no mercado (INPI. 2025, p.244).

Na LPI, não há menção explícita ao uso do critério de distintividade para o registro do sinal. Contudo, independentemente dessa ausência, a legislação estabelece regras e condições específicas, incluindo os sinais que não podem ser registrados como marca, conforme mencionados e discriminados no artigo 124 da LPI.

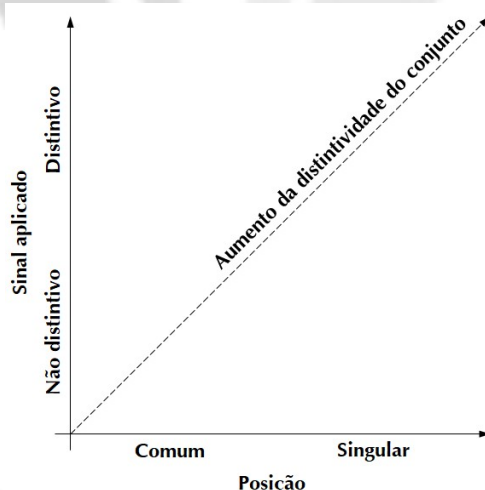
Denis Barbosa destaca em seu livro diversos exemplos de elementos considerados, em princípio, não registráveis como marcas devido à ausência de distintividade. Entre eles estão letras, algarismos, datas isoladas, termos genéricos ou descritivos relacionados a produtos ou serviços, cores em sua forma comum, denominações descritivas e formas necessárias ou

vulgares de produtos ou embalagens (Barbosa. 2003, p.710).

Apenas sinais com certo nível de distintividade podem ser registrados como marca. No entanto, essa característica é avaliada em diferentes graus. Conforme o autor, a capacidade de distinção não é uma questão de ter ou não, mas sim de intensidade. Uma marca precisa se destacar na mente do público, tornando-se uma característica singular e distinta de sinais de uso comum (Barbosa. 2003, p.710). Dessa forma, o sinal deve ser suficientemente distinto para individualizar a marca em relação a quaisquer outros sinais pré-existentes, garantindo a identificação clara da origem do produto ou serviço pelo consumidor no mercado.

O que difere a marca de posição de todas as outras é o conjunto do sinal e da posição onde o sinal se encontra no suporte, ou seja, ao avaliar sua capacidade distintiva, quanto mais original for a posição, maior a distinção do conjunto, similarmente, quanto mais único for o próprio sinal, maior será a eficácia distintiva da marca de posição (INPI. 2025, p.244). Conforme se ver no gráfico abaixo:

Gráfico 1 - Distintividade das marcas de posição.



Fonte: Manual de marcas - INPI (2025).

Para o deferimento do pedido de registro da marca de posição, são analisados dois aspectos principais. O primeiro é a singularidade do sinal. Este, além de ser suficientemente distintivo em relação a outros pré-existentes, não pode ser compreendido somente como um elemento meramente decorativo; deve ser percebido como um indicador efetivo de procedência.

O segundo aspecto é a especificidade da posição. Além de não possuir qualquer característica técnica ou funcional, a localização do sinal deve ser incomum, inclusive no ramo de atividade ao qual pertence, para que seja considerada marca de posição. É o fato de não se

tratar de uso comum que confere ao sinal sua capacidade distintiva, afastando a mera funcionalidade.

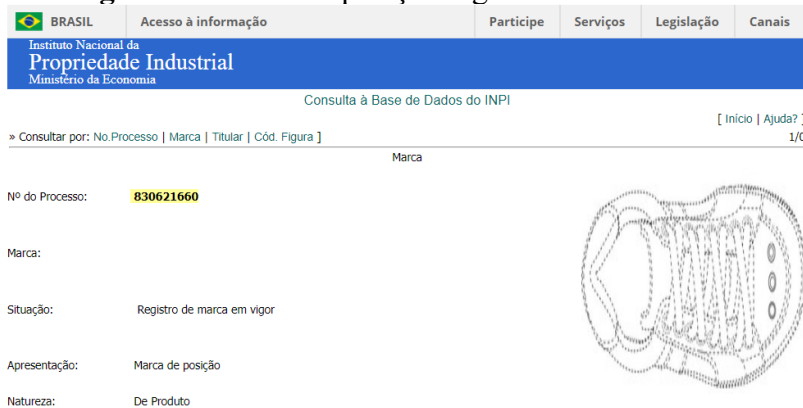
A análise conjunta desses dois critérios exige um exame minucioso por parte do INPI, uma vez que a combinação entre sinal e posição deve resultar em um conjunto visual que se destaque dos padrões usuais do mercado. Não basta que o sinal seja criativo ou que a posição seja diferente: é a interação entre ambos que deve transmitir ao consumidor a impressão de origem empresarial.

A localização do sinal deve ser única, não podendo ser um local comum para produtos semelhantes. O sinal em si pode ser feito de qualquer elemento visível, ou até mesmo uma combinação deles, contanto que não esteja na lista de proibições legais. A avaliação leva em conta a relação entre a posição e o sinal, examinando a especificidade da localização e o tamanho do sinal em relação ao produto (INPI. 2025, p.246-247).

A primeira marca de posição registrada no Brasil foi a marca Osklen. O pedido nº 830621660 foi protocolado em 27/07/2010 e republicado em 06/12/2022 com algumas modificações, incluindo a exclusão do elemento nominativo e do desenho da coroa, que constavam no pedido original. Permaneceram apenas as três ilhoses na posição frontal do tênis, tendo o registro sido deferido em 30/05/2023.

Neste caso, o instituto entendeu que o sinal é suficientemente distinto e localizado em uma posição singular. Embora os ilhoses sejam elementos comuns na categoria de calçados, sua aplicação na parte frontal do tênis confere-lhe caráter distintivo. Dessa forma, a proporção entre a distintividade da posição e do sinal foi considerada atendida.

Figura 1 - Marca de posição registrada - OSKLEN.



BRASIL Acesso à informação Participe Serviços Legislação Canais

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI [Início | Ajuda?] 1/0

» Consultar por: No. Processo | Marca | Titular | Cód. Figura]

Marca

Nº do Processo: **830621660**

Marca:

Situação: Registro de marca em vigor

Apresentação: Marca de posição

Natureza: De Produto

Fonte: INPI (2025).

A segunda marca de posição registrada no Brasil e última foi a marca Damyller. O pedido nº 925310964 foi protocolado em 23/12/2021 e republicado em 06/12/2022. Durante o trâmite, houve exigência técnica publicada em 21/05/2024, solicitando adequações na representação gráfica, especialmente no que se refere à delimitação dos elementos que compõem o sinal distintivo. Superadas as exigências, o pedido foi deferido em 20/08/2024 e, posteriormente, concedido em 10/09/2024.

Figura 2 - Marca de posição registrada - Damyller.



BRASIL Acesso à informação Participe Serviços Legislação Canais

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI [Início | Ajuda?] 1/0

> Consultar por: No Processo | Marca | Titular | Cód. Figura]

Marca

Nº do Processo: 925310964

Marca:

Situação: Registro de marca em vigor

Apresentação: Marca de posição

Natureza: Produtos e/ou Serviço

Fonte: INPI (2025).

Em tal caso, embora elementos gráficos aplicados em peças de vestuário sejam, em regra, comuns nesse segmento, a disposição do sinal na peça foi suficiente para conferir-lhe caráter distintivo. O INPI concluiu que a proporcionalidade entre a distintividade do sinal e sua posição no produto estava atendida, tratando-se de uma marca de posição aplicada sobre calças, shorts e bermudas.

Diante do exposto, verifica-se que, para a concessão do registro, é imprescindível que o sinal apresenta distintividade suficiente e que sua aplicação no suporte ocorra de forma singular, desvinculada de elementos meramente decorativos, técnicos ou funcionais. Dessa maneira, a marca de posição se consolida como um relevante instrumento de proteção da identidade visual, contribuindo para o fortalecimento da concorrência leal e para o aprimoramento do sistema de propriedade industrial no país.

MÉTODOS

O presente trabalho é de natureza aplicada, com caráter exploratório, e tem por objetivo aprofundar a compreensão sobre o tratamento administrativo e jurídico das marcas de posição no Brasil. A abordagem exploratória se justifica pela recente incorporação dessa modalidade marcária no ordenamento jurídico nacional, com poucos precedentes consolidados tanto no âmbito doutrinário quanto nas práticas administrativas.

Adota-se o método dedutivo que conforme Marconi e Lakatos (2023, p.104), parte de premissas gerais para estudos de caso e uma abordagem metodológica qualitativa, com suporte de técnicas quantitativas descritivas, estruturada em dois eixos principais, que se complementam de forma integrada. O primeiro eixo corresponde à prospecção jurídico-normativa, que busca mapear o arcabouço legal, e normativo aplicável às marcas de posição. Para tanto, foram analisados a LPI, os Manuais, Guias e Diretrizes do INPI, bem como os principais entendimentos doutrinários sobre a matéria. Essa etapa permitiu construir as bases conceituais e normativas necessárias para a compreensão da natureza, dos requisitos e das controvérsias que envolvem a pesquisa.

O segundo eixo da pesquisa consistiu na realização de uma análise empírica dos pedidos de registro de marcas de posição no Brasil, com o objetivo de mensurar e avaliar o comportamento decisório do INPI. Para tanto, foi realizado um levantamento manual e sistemático em 31 edições da Revista da Propriedade Industrial (RPI), compreendendo o período de 06 de dezembro de 2022 a 12 de setembro de 2023. Esse intervalo foi estabelecido por corresponder ao momento em que os pedidos passaram a ser efetivamente analisados pelo INPI, uma vez que, após esse período, os processos ainda não haviam sido submetidos à análise de mérito, não atendendo, portanto, ao escopo da presente pesquisa.

O procedimento de busca consistiu na utilização da funcionalidade de busca textual (Ctrl + F) em cada edição da RPI dentro do recorte temporal definido, por meio do termo “Apresentação: Marca de posição”. Cada resultado identificado foi, posteriormente, conferido no sistema do próprio INPI, utilizando o número do processo, a fim de verificar se efetivamente correspondia a um pedido de marca de posição ou se se tratava de um erro de classificação ou de lançamento no sistema.

Após essa etapa de validação, os dados foram organizados em uma tabela (em anexo), distribuindo os pedidos entre aqueles que foram deferidos e os que foram indeferidos, com base nas decisões de mérito publicadas. Foram desconsiderados, para efeito da análise tabular de mérito, os processos que se encontravam com exigências técnicas pendentes, pendências

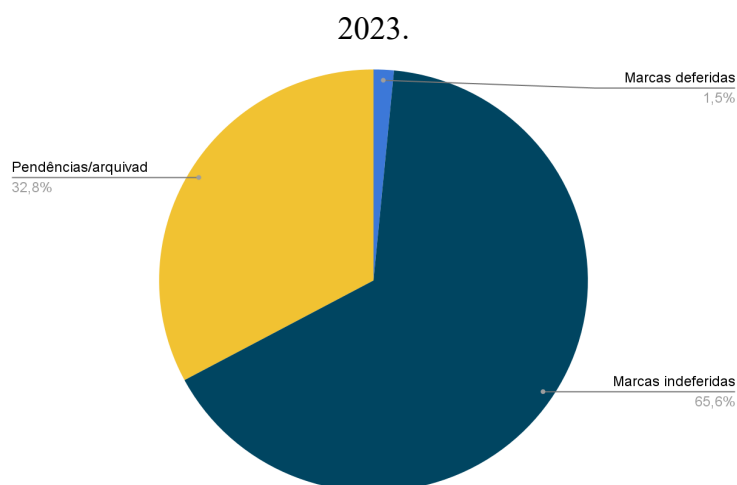
formais não solucionadas, ou arquivados por não atendimento de formalidades processuais. Embora esses casos não tenham sido contabilizados na tabela final que analisa o mérito das decisões, eles foram incluídos no gráfico geral, que apresenta o volume total de pedidos processados no período, permitindo observar a dinâmica processual do INPI no contexto da consolidação das marcas de posição.

A metodologia adotada, combina análise normativa, estudo de caso e levantamento empírico, permitiu uma avaliação crítica dos fundamentos técnicos e legais aplicados na análise administrativa das marcas de posição, bem como das tendências quantitativas nas decisões do INPI. O uso de fontes oficiais, validação cruzada dos dados e critérios rigorosos assegurou a confiabilidade dos resultados, possibilitando identificar padrões decisórios, lacunas e desafios institucionais, além de refletir sobre os impactos desse novo tipo marcário na segurança jurídica e na promoção da inovação no Brasil.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ao realizar uma análise empírica dos 134 pedidos de marcas de posição protocolados no INPI, observa-se que apenas 2 pedidos foram deferidos, representando 1,5% do total. Em contrapartida, 86 pedidos foram indeferidos, correspondendo a 66%, enquanto 46 processos estavam com exigências pendentes ou arquivados por questões formais, conforme o gráfico a seguir. Essa discrepância estatística entre os poucos deferimentos e a alta taxa de indeferimentos evidencia a rigidez do instituto.

Gráfico 2 - Marcas de posição analisadas entre 06 de dezembro de 2022 a 12 de setembro de



Fonte: Elaborado pela autora deste artigo (2025).

Os dados evidenciam uma resistência institucional na concessão de marcas de posição. A proteção efetiva desse sinal esbarra em uma interpretação formalista e em critérios excessivamente rigorosos por parte do INPI, que comprometem a proteção efetiva desse sinal, apesar da previsão normativa.

Para aprofundar a compreensão sobre a natureza desses indeferimentos majoritários, analisamos os fundamentos jurídicos invocados pelo INPI. A Tabela 1 a seguir apresenta os principais artigos da Lei de Propriedade Industrial (LPI) e da Portaria INPI/PR nº 8/2022 utilizados para negar os pedidos:

Tabela 1 - Principais Argumentos para Indeferimento das marcas analisadas

Motivo do Indeferimento	Frequência (Nº de Pedidos)	% do Total
Art. 122 LPI c/c Art. 84, Parágrafo único, Portaria INPI/PR nº 8/2022	74	86,0%
Art. 124, inciso VIII, LPI	6	7,0%
Art. 124, inciso VI, LPI	5	5,8%
Art. 124, inciso XIX, LPI	1	1,2%

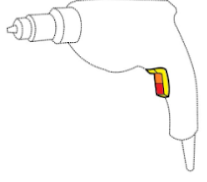
Fonte: Elaborado pela autora deste artigo (2025).

A análise da Tabela 1 revela que o fundamento jurídico mais prevalente para os indeferimentos é o Art. 122 da LPI c/c Parágrafo único do art. 84 da Portaria INPI/PR nº 8/2022, abrangendo a vasta maioria dos casos (86,0%). A postura inflexível do Instituto é evidente, principalmente ao analisar a forma visual da marca de maneira isolada. Essa abordagem ignora

fatores essenciais, como o contexto em que a marca é usada, como os consumidores a percebem e as práticas de mercado que foram a base para a inclusão das marcas de posição na legislação brasileira.

Ao analisar essa fundamentação prevalente, observa-se que a apresentação de diversas hipóteses de indeferimento sob o Art. 122 da LPI c/c Parágrafo único do art. 84 da Portaria INPI/PR nº 8/2022, que se desdobram em diferentes cenários de irregistrabilidade. A aplicação de um sinal em uma área específica de um produto é considerada de caráter predominantemente técnico ou funcional, por exemplo, quando ela tem como objetivo: facilitar a usabilidade ou o desempenho do item; camuflar imperfeições para fins estéticos; realçar partes para um uso mais seguro; ou obter um resultado estético ou técnico que não seja compatível com a função de distinguir a marca.

Figura 3 - Exemplo de irregistrabilidade

Marca	Observações
 Para assinalar "Furadeiras".	Irregistrável à luz do art. 122 da LPI, combinado com o parágrafo único do art. 84 da Portaria INPI/PR nº 8/2022. A combinação de cores aplicada visa indicar a localização do botão de acionamento da furadeira, facilitando o uso do objeto pelo usuário. A aplicação do sinal nesta área específica do suporte resulta em conjunto que possui caráter preponderantemente técnico ou funcional. O sinal de posição não pode ser dissociado de efeito técnico.

Fonte: Manual de marcas - INPI (2025).

A não singularidade ou a trivialidade da posição do sinal em uma determinada categoria de produtos pode impedir o registro de uma marca. Isso acontece porque a aplicação do sinal não consegue cumprir sua função de distinção. Quando a posição é vista pelo consumidor como parte do design natural ou convencional do produto, e não como um identificador da empresa, ela perde sua capacidade de indicar a origem do bem ou serviço.

Figura 4 - Exemplo de irregistrabilidade

Marca	Registrabilidade
 Para assinalar "Camisas".	Irregistrável à luz do art. 122 da LPI, combinado com o parágrafo único do art. 84 da Portaria INPI/PR nº 8/2022. A posição em que o sinal foi aplicado é corriqueiramente utilizada para aplicação de marcas em camisas e camisetas. A proporção do sinal em relação às dimensões do produto também já é consagrada no mercado em questão.

Fonte: Manual de marcas - INPI (2025).

Outro fundamento para a irregistrabilidade se manifesta quando o conjunto de sinais aplicados em diferentes pontos de um suporte não permite a identificação de uma posição específica. Isso acontece seja por um conjunto de elementos visuais dispersos em diferentes locais do suporte (figura 5), seja por uma aplicação que carece de um ponto de referência definido (figura 6).

Figuras 5 e 6 - Exemplos de irregistrabilidade.

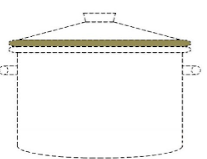
Marca	Observações
 Para assinalar "Camisas".	Irregistrável à luz do art. 122 da LPI, combinado com o parágrafo único do art. 84 da Portaria INPI/PR nº 8/2022. O conjunto consiste na aplicação de um sinal em mais de uma posição do suporte, não sendo possível a identificação da posição específica em que o sinal é aplicado. O conjunto é irregistrável sob a forma de apresentação "marca de posição".
Marca	Observações
 Para assinalar "Serviço de transporte aéreo".	Irregistrável à luz do art. 122 da LPI, combinado com o parágrafo único do art. 84 da Portaria INPI/PR nº 8/2022. O conjunto consiste na aplicação de identidade visual de uma companhia aérea em uma aeronave, composto pela aplicação de um sinal em proporção que impossibilita a identificação de posição específica. O conjunto é irregistrável sob a forma de apresentação "marca de posição".
 Para assinalar "Bebida láctea".	Irregistrável à luz do art. 122 da LPI, combinado com o parágrafo único do art. 84 da Portaria INPI/PR nº 8/2022. O conjunto consiste na aplicação de identidade visual de uma embalagem, composto pela aplicação de um sinal em proporção que impossibilita a identificação de posição específica. O conjunto é irregistrável sob a forma de apresentação "marca de posição".

Fonte: Manual de marcas - INPI (2025).

Um dos principais fundamentos para o indeferimento é a falta de distintividade do sinal, conforme estabelecido no Artigo 124, inciso VIII, da LPI. Este artigo estabelece que as cores e suas denominações não são passíveis de registro como marca, a menos que estejam dispostas ou combinadas de forma especial e característica. Nesse sentido, detalhes meramente decorativos, são desqualificados por serem considerados de uso comum no suporte e por não cumprirem o requisito de distintividade.

Figuras 7 e 8 - Exemplo de irregistrabilidade

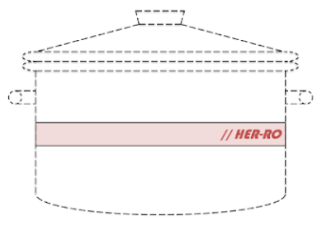


Marca	Observações
 Para assinalar "Facas".	Irregistrável à luz do art. 122 da LPI, combinado com o parágrafo único do art. 84 da Portaria INPI/PR nº 8/2022. Detalhes como pequenos frisos e faixas são comumente utilizados na produção de talheres, sendo percebidos como meros ornamentos, não conferindo cunho distintivo ao conjunto depositado como marca de posição.
Marca	Observações
 Para assinalar "Panelas".	Irregistrável à luz dos arts. 122 e 124, VIII, da LPI, combinados com o parágrafo único do art. 84 da Portaria INPI/PR nº 8/2022. A aplicação da cor na borda da tampa da panela não resulta em disposição peculiar ou distintiva no conjunto depositado como marca de posição.

Fonte: Manual de marcas - INPI (2025).

A formalidade do INPI também se manifesta na análise do item 5.4.9 do Manual de Marcas, que exige a especificação do produto para o qual a marca de posição será utilizada. A autarquia pede a delimitação da categoria e, se houver incompatibilidade entre o suporte representado e a especificação, ela remove de ofício os produtos ou serviços da solicitação. Essa exigência é aplicada mesmo a sinais que têm uma posição distintiva, e a proteção só é concedida após o cumprimento desse requisito para uma categoria específica.

Figuras 9 - Exemplo do ponto 5.4.9.

Marca	Especificação originalmente depositada
	Classe 21: Utensílios não elétricos para cozinhar; utensílios para cozinha.
	Especificação aceita pelo INPI, após formulação de exigência A especificação apresentada é considerada genérica para um registro de marca de posição, sendo formulada exigência para que o requerente detalhe os produtos que a marca visa distinguir. Após formulação de exigência, a seguinte especificação foi aceita pelo INPI: "Panelas; caçarolas; caldeirões; fritadeiras, não elétricas".

Fonte: Manual de marcas - INPI (2025).

A análise desses casos revela que os critérios de distintividade, posição e especificação, quando aplicados de forma inflexível pelo órgão regulador, criam um cenário de imprevisibilidade para os depositantes. A interpretação restritiva, por sua vez, acaba por gerar uma barreira adicional que vai além da legislação, dificultando o reconhecimento de sinais que, em outras jurisdições, seriam considerados distintivos.



Esse padrão decisório, majoritariamente de indeferimentos, revela um problema sistêmico na operacionalização das marcas de posição no país. A insegurança jurídica gerada por essa rigidez administrativa e a persistente falta de parâmetros claros, conforme evidenciado pela interpretação restritiva dos critérios de singularidade e especificidade pelo próprio INPI, acabam por desestimular a inovação e o investimento em distintividade. Ao dificultar o registro de novos sinais, a rigidez do Instituto prejudica diretamente o ambiente de negócios nacional, impedindo que empresas utilizem plenamente as ferramentas de proteção oferecidas pelo ordenamento jurídico para diferenciar seus produtos e serviços no mercado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise realizada constata que o ordenamento jurídico brasileiro reconhece a proteção das marcas de posição. Contudo, esse avanço se mostra insuficiente na prática administrativa. Os resultados da pesquisa evidenciam um elevado número de indeferimentos e escassez de decisões favoráveis. Isso revela a rigidez dos critérios do INPI e a ausência de consolidação interpretativa sobre os requisitos aplicáveis. Tal discrepância entre a norma e sua aplicação impede a plena concretização da tutela marcária.

A pesquisa demonstra que o principal desafio reside na efetiva operacionalização desse instituto. O cenário é marcado por insegurança jurídica, falta de parâmetros claros e notável resistência institucional. Estes fatores comprometem a efetividade da proteção e desestimulam a inovação no ambiente de negócios nacional.

Este estudo contribui ao analisar empiricamente o padrão decisório do INPI, quantificando os indeferimentos e detalhando os argumentos jurídicos prevalentes, o que oferece subsídios para a discussão sobre a efetividade da proteção marcária no Brasil. Sugere-se para futuras pesquisas a análise aprofundada dos recursos administrativos e das decisões judiciais relativas às marcas de posição, bem como o estudo comparativo com jurisdições que possuem maior maturidade na proteção desses sinais distintivos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, Denis Borges. **Uma introdução à propriedade intelectual**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Manual de marcas**. Rio de



Janeiro, 2025. Disponível em: <http://manualdemarcas.inpi.gov.br/>. Acesso em: 03 setembro 2025.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). **Revista da Propriedade Industrial (RPI)**. Rio de Janeiro: INPI, 2022-2023. Disponível em: <https://revistas.inpi.gov.br/rpi/>. Acesso em 25 maio 2025.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2023.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA; INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. Comitê Permanente de Aprimoramento de Procedimentos e Diretrizes de Exame de Marcas, Desenhos Industriais e Indicações Geográficas – CPAPD. **Nota Técnica nº 02/2021 – Análise da distintividade**. Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/arquivos/legislacao/NT_INPI_CPAPD_02_21.pdf. Acesso em: 25 maio 2025.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA; INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Portaria nº 37, de 13 de julho de 2021**. Estabelece diretrizes relativas ao procedimento de exame de pedidos de registro de marcas. Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/arquivos/legislacao/copy2_of_PORT_INPI_PR_37_2021.pdf. Acesso em: 25 maio 2025.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA; INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Portaria nº 08, de 17 de janeiro de 2022**. Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/arquivos/legislacao/PORT_INPI_PR_08_2022.pdf. Acesso em: 14 jun. 2025.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA; INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Portaria nº 08, de 25 de fevereiro de 2022**. Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/arquivos/legislacao/PORT_INPI_PR_08_2022.pdf. Acesso em: 25 maio 2025.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA; INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Portaria nº 71, de 22 de setembro de 2022**. Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/arquivos/legislacao/PORT_INPI_71_2022.pdf. Acesso em: 25 maio 2025.