

Sumário

1. Introdução	1
2. A Noção Jurídica de Marca	7
2.1 Uma breve evolução histórica das marcas	10
2.2 A natureza jurídica decorrente do registro da marca	15
2.3 As Funções das marcas.....	19
2.3.1 Distinguir produtos e serviços	20
2.3.2 Identificar a origem ou procedência	21
2.3.3 Servir como meio de publicidade.....	22
2.4 Princípios legais das marcas	23
2.4.1 Princípio da Territorialidade	23
2.4.2 Princípio da Especialidade.....	26
2.4.3 Princípio da Anterioridade.....	29
2.5 Natureza das Marcas.....	29
2.6 Formas de apresentação das marcas.....	32
2.7 Requisitos de registrabilidade das marcas	34
3. Sinais Distintivos Não Tradicionais	39
3.1 Definição.....	43
3.2 O reconhecimento como marca	47
3.3 A convivência entre diferentes marcas	65

3.4 Desafios para o registro	69
4. As Marcas de Posição	77
4.1. Limites da Proteção	81
4.2. Representação gráfica e descrição da marca	90
4.3. A adequação quanto à forma de apresentação	94
4.4. A aquisição da distintividade pelo uso.....	99
4.5. A análise da colidência entre as marcas de posição	119
4.6. O conjunto marcário composto por elemento não distintivo	125
5. Conclusão	141
Bibliografia.....	147