ABAPI Associação Brasileira dos Agentes da Propriedade Industrial

# Curso Avançado de Marcas

## *Coordenadores*

**Thiago Arpagaus de Souza**

**Rafael Fonseca de Pinho**

## *Diretor de Estudos*

**Leonardo Cordeiro**

## *Diretor de Estudos Adjunto*

**Thiago Arpagaus**

***Curso on-line e ao vivo, através da plataforma Zoom.***

**ABAPI** - Associação Brasileira dos Agentes da Propriedade Industrial
Av. Rio Branco, 100 7º andar - Centro - Rio de Janeiro - RJ - CEP: 20040-007
Telefone: (21) 2224-5378 - Fax: (21) 2224-5942

ABAPI

| | |
|---|---|
| **Período** | **21 de julho a 08 de setembro de 2026.** |
| **Horário** | 3ªs e 5ªs, das 18h às 20h |
| **Carga horária** | **28 horas e 30 minutos (14 aulas)** |
| **Critério de Aprovação** | 75% de presença. A frequência só será computada para os alunos que estiverem com a câmera aberta. |
| **A quem se destina** | **Este curso destina-se a advogados, agentes da propriedade industrial,**<br><br>**magistrados, membros do ministério público, pesquisadores, estudantes e demais**<br><br>**interessados que possuam noções básicas sobre marcas.** |

**ABAPI** - Associação Brasileira dos Agentes da Propriedade Industrial
Av. Rio Branco, 100 7º andar - Centro - Rio de Janeiro - RJ - CEP: 20040-007
Telefone: (21) 2224-5378 - Fax: (21) 2224-5942

## OBJETIVO

Nas últimas décadas, o Direito Marcário passou por profundas transformações decorrentes da evolução da legislação, da jurisprudência e das práticas administrativas voltadas à proteção das marcas e demais sinais distintivos. Mais recentemente, a aceleração tecnológica, o crescimento do comércio eletrônico, a consolidação das plataformas digitais e, sobretudo, o avanço da Inteligência Artificial vêm redefinindo a forma como as marcas são criadas, utilizadas, monitoradas e protegidas. Ao mesmo tempo, temas como trade dress, publicidade digital, links patrocinados, marketplaces, concorrência desleal em ambientes virtuais e os impactos do Protocolo de Madri passaram a ocupar posição central nos debates administrativos e judiciais.

Diante desse cenário, a ABAPI promove o presente Curso Avançado de Marcas, concebido para oferecer uma visão atual, prática e aprofundada dos principais desafios da área. Com a participação de professores e profissionais de reconhecida experiência, o programa abordará temas relacionados à proteção nacional e internacional de marcas, procedimentos perante o INPI, contencioso administrativo e judicial, meios adequados de solução de conflitos, Direito Digital e os impactos da Inteligência Artificial sobre a gestão, proteção e exploração dos sinais distintivos, sempre com foco nas tendências mais recentes, na análise de casos concretos e nas principais decisões administrativas e judiciais.

## PÚBLICO ALVO

Este curso destina-se a advogados, agentes da propriedade industrial, magistrados, membros do ministério público, pesquisadores, estudantes e demais interessados que possuam noções básicas sobre marcas.

## PROGRAMA

### AULA 1 — Marcas: INDO ALÉM DO TRADICIONAL

Panorama sobre a realidade da proteção de marcas não tradicionais no Brasil. Registrabilidade e oponibilidade de sinais não tradicionais, em especial de marcas tridimensionais e marcas de posição. Distintividade, disponibilidade, licitude e não funcionalidade de sinais não tradicionais. Critérios adotados pelo INPI. Cumulação de proteção com outros institutos da Propriedade Intelectual. Decisões precedentes do INPI e do Judiciário. Formas de proteção de marcas não tradicionais irregistráveis (olfativas, sonoras, tácteis). Dinâmica: consulta pública do INPI sobre marcas de posição.

**Data:** 21/07/2026 (terça-feira)

**Professor: Pedro Vilhena (Gruenbaum, Possinhas & Teixeira)**

### AULA 2 — A INTERNACIONALIZAÇÃO DA PROTEÇÃO DAS MARCAS

Gestão e Estratégia dos registros de marca via Protocolo de Madri, estudo sobre os impactos de outros acordos e tratados internacionais nos sinais distintivos, como Protocolo de Nagoya, Acordo de Haia e outros; proteção dos sinais distintivos via o Pacto Andino.

**Data:** 23/07/2026 (quinta-feira)

**Professora: Roberta Arantes (Daniel Law)**

### AULA 3 — NOVIDADES SOBRE OS CONFLITOS SOBRE TRADE DRESS

A proteção internacional do trade dress; a proteção nacional e os conflitos judiciais; a distintividade vs. a funcionalidade.

Um estudo sobre as perícias e outros meios de provas usados nas ações judiciais sobre trade dress. Tema 950.

**Data:** 28/07/2026 (terça-feira)

**Professor: Pedro Tavares (BMA Advogados)**

## AULA 4 — OS IMPACTOS DA PUBLICIDADE DIGITAL NAS MARCAS

Estudos sobre o princípio da veracidade, o puffing, propagandas comparativas, influencers e ações de merchandising, como tem se posicionado o CONAR e as decisões judiciais.

Limitações publicitárias em certos setores, como a indústria do tabaco e produtos infantis.

O greenwashing em tempos de ESG, as marcas como falsas indicação de procedência.

A gestão de crise gerada por publicidade.

**Data: 08/09 (terça-feira)**

**Professor: Diego Coelho (Opella Healthcare Group S.A.S)**

## AULA 5 — ATUALIDADES DO DIREITO MARCÁRIO

Distintividade Adquirida (Secondary Meaning): fundamentos, requisitos probatórios, reconhecimento pelo INPI e tendências internacionais. Sinais de Propaganda: registrabilidade, distintividade, limites e estratégias de proteção. Atualizações da Prática Marcária do INPI: distintividade adquirida, sinais de propaganda.

**Data:** 04/08/2026 (terça-feira)

**Professora: Amanda Fonseca De Siervi (Faculdade Baiana de Direito e Gestão)**

## AULA 6 — MARCAS NO MUNDO DIGITAL

Gestão e proteção dos sinais distintivos, sua registrabilidade e instruções da OMPI sobre classificação das marcas de uso digital.

As principais decisões judiciais nacionais e internacionais sobre links patrocinados e sobre o uso de sinais distintivos no metaverso.

Estratégias de brand protection, contratos estratégicos sobre uso e proteção dos sinais distintivos na indústria digital.

**Data:** 06/08/2026 (quinta-feira)

**Professora: Flavia Mansur (Mansur Murad)**

## AULA 7 — AS MARCAS NA INDÚSTRIA DOS FÁRMACOS

O registro dos nomes de produtos e a posição da Anvisa sobre as marcas de fármacos.

Conflitos de marcas e outros sinais distintivos; marcas farmacêuticas evocativas e a percepção do consumidor.

Uso e registro da marca “Cannabis”, aplicação do inciso III, do artigo 124 da LPI.

Registro do termo “Cannabis” e derivados em outros países e na Anvisa.

**Data:** 11/08/2026 (terça-feira)

**Professor: Gustavo Morais (Dannemann & Siemsen)**

## AULA 8 — PRINCIPAIS MUDANÇAS NOS CONTRATOS MARCÁRIOS

O contrato de co-titularidade de marcas, normas e princípios aplicáveis.

O contrato de licença e cessão e as normativas do BACEN sobre remessa; os contratos e a tributação sobre as marcas.

Inserção da marca como ativo patrimonial nos contratos societários, de garantia e investimentos.

**Data:** 13/08/2026 (quinta-feira)

**Professora:** Flávia Rebello (Trench Rossi Watanabe)

## AULA 9 — O PROCESSO DE AVALIAÇÃO DAS MARCAS

Avaliação econômica de intangíveis.

Metodologia geral e métodos de avaliação do valor econômico da marca.

Passos da avaliação. Análise de mercado. Laudo de Avaliação. Rankings das marcas mais valiosas.

Apresentação de casos: massa falida, alto renome e outros.

**Data:** 18/08/2026 (terça-feira)

**Professores: Cleo Silveira (Beluce Projetos e Consultoria Empresarial)  e Rodrigo Heldt**

## AULA 10 — TUTELA JUDICIAL

Debate sobre as recentes decisões judiciais sobre marcas na esfera cível, criminal e na Justiça Federal.

As principais posições do STJ; conflitos marcários no STF; antecipação de tutela e meios de provas.

Tema 950 do STJ e as diversas posições da justiça comum e federal.

As perícias judiciais no âmbito cível e criminal.

**Data:** 20/08/2026 (quinta-feira) Término 20h30

**Professor: Fabiano de Bem da Rocha (Leão Propriedade Intelectual)**

## AULA 11 — BOAS PRÁTICAS NO PROCESSO DE RECONHECIMENTO DO ALTO RENOME E DISTINTIVIDADE ADQUIRIDA

As boas práticas para instruções do processo de reconhecimento de alto renome.

**Data:** 25/08/2026 (terça-feira)

**Professor: A confirmar**

## AULA 12 – AMBUSH MARKETING. ASPECTOS TEÓRICOS E PRÁTICOS

Conceito e modalidades de ambush marketing.

Limites entre publicidade lícita, concorrência desleal e aproveitamento parasitário.

Proteção de marcas, patrocínios e direitos de exclusividade em eventos e campanhas publicitárias.

Ambush marketing nos setores esportivo, entretenimento, digital, streaming e influenciadores.

Aspectos contratuais, regulatórios e aplicação das normas do CONAR e da LPI.

Enforcement, medidas judiciais e estratégias preventivas.

Estudos de casos nacionais e internacionais.

**Data:** 27/08/2026 (terça-feira)

**Professora: Anna Claudia Toledo Avelar (Bichara e Motta Advogados)**

## AULA 13 — O IMPACTO DAS LEIS DE DESPORTOS NAS MARCAS

Lei 9615/1998 x Lei 9279/96.

Proteção dos sinais distintivos desportivos.

Caso do futebol: distintividade dos sinais distintivos dos clubes, a SAF e a gestão das marcas do clube, constrição judicial por dívidas e a possível perda do registro (caso Clube Náutico Capibaribe), contratos de licença.

A Nova Lei Geral do Esporte;

**Data:** 01/09/2026 (terça-feira)

**Professor: Alberto Guerra (Guerra IP)**

## AULA 14 — MARCAS E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Aplicações da IA na criação, gestão e proteção de marcas.

Titularidade e registrabilidade de sinais distintivos desenvolvidos com o auxílio de IA.

Buscas de anterioridade e monitoramento automatizado de infrações.

Uso de marcas em sistemas de IA generativa.

Desafios regulatórios e tendências da prática marcária nacional e internacional.

**Data:** 03/09/2026 (quinta-feira)

**Professora: Vanessa Ribeiro (Gusmão & Labrunie)**