



**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.*



<b>Período</b>	<b>21 de julho a 01 de setembro de 2026.</b>
<b>Horário</b>	3 <sup>as</sup> e 5 <sup>as</sup> , das 18h às 20h
<b>Carga horária</b>	<b>26 horas (13 aulas)</b>
<b>Critério de Aprovação</b>	75% de presença
<b>A quem se destina</b>	<b>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.</b>

## 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 — OS CONFLITOS DAS MARCAS TRIDIMENSIONAIS E OUTROS**

Registro das marcas tridimensionais, distintividade e marcas e cumulação de tridimensionais proteções; posicionamento dos tribunais sobre a registrabilidade das marcas tridimensionais. As registrabilidades das marcas de posição no Brasil.

**Data:** 21/07/2026 (terça-feira)

**Professor:**

### **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)

**Professor:**

### **AULA 3 — 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.

Marcas de Posição: conceito, representação, requisitos de registro e limites de proteção.

Atualizações da Prática Marcária do INPI: distintividade adquirida, sinais de propaganda, contitularidade, Protocolo de Madri e novas diretrizes de exame.

**Data:** 28/07/2026 (terça-feira)

**Professor:**



## **AULA 4 — 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:** 30/07/2026 (quinta-feira)

**Professor:**

## **AULA 5 — 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:** 04/08/2026 (terça-feira)

**Professor:**

## **AULA 6 — 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 (o caso Toblerone).

A gestão de crise gerada por publicidade.

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



**Professor:**

## **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:**

## **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)

**Professor:**

## **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)



**Professor:**

## **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)

**Professor:**

## **AULA 11 — BOAS PRÁTICAS NO PROCESSO DE RECONHECIMENTO DO ALTO RENOME**

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

**Data:** 25/08/2026 (terça-feira)

**Professor:**

## **AULA 12 — 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; marketing de emboscada.

**Data:** 27/08/2026 (terça-feira)

**Professor:**



## AULA 13 — 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:** 01/09/2026 (quinta-feira)

**Professor:**

### COMUNICADO

Curso realizado através da Plataforma Zoom, na modalidade ao vivo — não há disponibilização de aulas gravadas.

Não haverá avaliação com notas. Receberão o certificado de participação todos os inscritos que estiverem presentes a pelo menos 10 (dez) das 13 (treze) aulas programadas.

