

A proteção de marcas no exterior e as exportações brasileiras

Vanessa Ferro*

Enquanto especialistas em macro-economia garantem que a retomada do crescimento econômico no Brasil deve vir acompanhada do aumento no ritmo das exportações, fica ainda mais evidente a extrema importância de se obter proteção para as marcas de origem brasileira no exterior.

É importante frisar que a exportação de produtos sem marcas genuinamente brasileiras não gera fidelidade dos consumidores no exterior. E, atualmente, como dizem, o Brasil está na moda. É o que demonstra, por exemplo, o sucesso das sandálias “Havaianas”® na Europa e nos EUA. Cabe a ressalva de que exportar produtos utilizando marcas do representante comercial, ou do importador estrangeiro, acarreta em perda de oportunidades.

Uma vez decidido a buscar proteção para a marca no exterior, o empresário deve considerar uma série de fatores, tais como: quais os países-alvo de exportação, além da viabilidade de registro de sua marca naqueles países. É extremamente recomendável que se verifique, através de um procedimento usualmente denominado “busca de marcas”, se a marca em questão é passível de registro nos países para os quais os produtos serão exportados. Essas medidas visam minimizar os riscos de infrações de direitos de Propriedade Intelectual.

A partir da escolha dos países-alvo de exportação, o empresário brasileiro pode optar entre duas modalidades de registro de marcas no exterior. É possível solicitar registros individuais em cada país de interesse ou, se os países-alvo de exportação pertencerem à Comunidade Européia, pode ser solicitado o registro de Marca Comunitária.

Caso as exportações abranjam um número significativo de países pertencentes à União Européia, o pedido de registro por marca internacional é o mais indicado. A principal vantagem em proteger marcas no exterior, através da Marca Comunitária, quando pertinente, é que haverá um único pedido de registro, conferindo ao seu titular o direito exclusivo de uso em todos os Estados Membros da Comunidade Européia.

Por fim, independentemente da estratégia utilizada para solicitar o registro de marca no exterior, o importante é que o empresário nacional proteja sua marca em todos os países para os quais seus produtos serão exportados. Até hoje, grande parcela das empresas brasileiras somente concentra esforços na exportação durante os períodos de crise no mercado interno. Então, por mais que se tenha em mente as estratégias acima indicadas, o potencial exportador do mercado brasileiro não será efetivamente explorado se não adotarmos uma verdadeira cultura de exportação de produtos com marcas próprias, de origem brasileira, a fim de que o crescimento das exportações tome um rumo de crescimento vertiginoso e constante, sempre em benefício dos empresários nacionais.

*Advogada especialista em Propriedade Intelectual da Clarke. Site: www.clarkemodet.com.br

Jus Vigilantibus, Vitória. Disponível em: <<http://jusvi.com/>>. Acesso em: 10 jul. 2006.