



**XXXIII SIC** SALÃO INICIAÇÃO CIENTÍFICA

|                   |                                                                        |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------|
| <b>Evento</b>     | Salão UFRGS 2021: SIC - XXXIII SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS  |
| <b>Ano</b>        | 2021                                                                   |
| <b>Local</b>      | Virtual                                                                |
| <b>Título</b>     | Secondary Meaning e Métodos de comprovação da distintividade adquirida |
| <b>Autor</b>      | DANIELA LOPES FERREIRA                                                 |
| <b>Orientador</b> | LISIANE FEITEN WINGERT ODY                                             |

## **Secondary Meaning e os métodos de comprovação da distintividade adquirida.**

Daniela Lopes Ferreira - pesquisadora

Prof<sup>a</sup>. Dra. Ms. Lisiane Feiten Wingert Ody – orientadora

Universidade Federal do Rio Grande do Sul – Faculdade de Direito

Núcleo de Pesquisa em Direito Comparado e Internacional

O presente trabalho tem por objetivo investigar o “*secondary meaning*”, isto é, significado secundário, bem como identificar os métodos de comprovação da distintividade marcária adquirida pelo uso de um sinal inicialmente genérico no comércio. Trata-se de “*fenômeno que faz com que um signo comum, originalmente, desprovido de distintividade, adquira pelo uso empresarial a capacidade de identificar e diferenciar um produto ou serviço de outro [...]*”. O método de trabalho é o de estudo de casos da jurisprudência brasileira, bem como a análise da bibliografia e legislação pátrias. As conclusões parciais obtidas até o momento indicam que, para comprovar o fenômeno do *secondary meaning*, o fator mais importante é a percepção do público consumidor sobre o sinal, e isto se comprova, principalmente, por meio de pesquisas de mercado e pesquisas de opinião do público-alvo consumidor. A importância do problema decorre da relevância crescente do tema no âmbito negocial e marcário, refletindo-se sobre a sociedade em geral, visto que, apesar de ser um fenômeno reconhecido pela doutrina e jurisprudência brasileiras, não possui previsão legal na Lei de Propriedade Intelectual, Lei n° 9.279/96. O estudo e a reflexão sobre o tema justificam-se pela necessidade de proteção do titular de marca inicialmente genérica, que adquire distintividade marcária pelo uso concreto do sinal, através do fenômeno do *secondary meaning*, bem como proteção do público em geral, evitando que o consumidor seja confundido em relação ao produto ou serviço que adquire.