



Os critérios do INPI para reconhecimento de marcas de alto renome: da fama à prova

Gabriel Prevot Couto (*)

Art. 125 da LPI para marcas famosas: a conversão de reputação em ativo econômico estratégico

Para alcançar o reconhecimento de marca de alto renome pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), é necessário responder: quando uma marca deixa de ser conhecida apenas no seu mercado e passa a merecer proteção em todos os ramos?

A resposta passa menos pela afirmação abstrata de fama e mais pela capacidade de transformar reputação em prova. O alto renome não é um prêmio simbólico concedido a marcas bem-sucedidas. É uma categoria jurídica excepcional, prevista no art. 125 da Lei de Propriedade Industrial. Em outras palavras: no alto renome, a fama importa; mas, diante do INPI, a prova decide.

O art. 125 da Lei nº 9.279/1996 dispõe que à marca registrada no Brasil considerada de alto renome será assegurada proteção especial em todos os ramos de atividade. O efeito jurídico é que a marca deixa a lógica ordinária da especialidade e passa a irradiar proteção de maneira transversal.

Isso não significa que qualquer marca famosa seja, automaticamente, de alto renome. Uma marca pode ser conhecida, ter forte presença comercial e boa reputação entre seus consumidores e, ainda assim, não alcançar o patamar jurídico exigido pelo INPI.

Em outras palavras, toda marca de alto renome é conhecida, mas nem toda marca conhecida é de alto renome. O ponto central está na amplitude do reconhecimento: o sinal precisa ultrapassar o seu mercado de origem e ser reconhecido por uma parcela expressiva do público brasileiro em geral, associado à qualidade, à reputação e ao prestígio.

A proteção é especial porque excepciona o princípio da especialidade: em regra, o registro protege a marca nos produtos ou serviços que identifica e em mercados próximos ou afins. No entanto, a proteção é ampla, mas não é ilimitada. O reconhecimento reforça a possibilidade de impedir imitações capazes de gerar confusão, associação indevida, diluição da distintividade ou aproveitamento parasitário.

Para comprovar que uma marca é de alto renome, é preciso observar as normas do INPI. A Portaria INPI/PR nº 25, de 23 de julho de 2025, alterou a disciplina administrativa do tema para reforçar os parâmetros de comprovação. A partir dela, o Manual de Marcas passou a detalhar as pesquisas de mercado e de imagem.

Assim, não basta dizer que a marca é forte. É preciso demonstrar, com método, quem conhece a marca, se essa pessoa a associa corretamente aos produtos ou serviços indicados no registro e se há uma percepção positiva de qualidade, reputação e prestígio.

Nesse cenário, o Manual estabelece parâmetros ob-

jetivos: a pesquisa deve ser quantitativa, nacional, representativa da população brasileira, com nível mínimo de confiança de 95%, com no mínimo 2.000 entrevistados e aplicação, no máximo, nos dois anos anteriores ao requerimento. Não pode ficar restrita a clientes, consumidores do setor, seguidores da marca ou canais controlados pelo próprio titular.

Portanto, a fama, para o INPI, precisa ser traduzida em método. Para que a prova de reconhecimento seja considerada reflexo de uma ampla parcela do público brasileiro, o percentual deve atingir, no mínimo, 61% da amostra, descontada a margem de erro para baixo. Entre 61% e 71%, o INPI exige um conjunto probatório complementar robusto. Acima de 71%, a pesquisa tende a ser suficiente para esse requisito, mas isso não significa deferimento automático.

Esse ponto merece cuidado. Os percentuais organizam a análise, mas não substituem o exame jurídico. Depois de comprovado o reconhecimento, ainda devem ser avaliados a reputação, a qualidade, o prestígio, a distintividade, a exclusividade do sinal e a consistência do conjunto probatório.

Mais do que uma blindagem jurídica, o reconhecimento do alto renome representa um ativo econômico estratégico para as companhias. Em um cenário de mercados hipercompetitivos e de rápida diluição de marcas no ambiente digital, a transversalidade da proteção assegura que investimentos milionários em branding não sejam parasitados por terceiros em setores diversos, mitigando riscos de desidratação da identidade corporativa.

Diante disso, a busca por essa chancela deixa de ser uma decisão isolada de marketing e passa a exigir uma governança jurídica preventiva. Empresas que almejam o topo da proteção intelectual precisam antecipar-se à burocracia, auditando continuamente seus portfólios e transformando o cotidiano de suas interações com o público em dados estatísticos auditáveis e juridicamente válidos.

O alto renome não começa no protocolo do INPI. Ele começa antes, na forma como a marca é registrada, usada e documentada. Assim, empresas que pretendem buscar essa proteção precisam cuidar do portfólio marcário, manter registros ativos, preservar dados de publicidade, presença nacional, mídia espontânea, pesquisas de mercado e evidências de reputação.

O alto renome representa a conversão jurídica de uma reputação socialmente consolidada. Não é mera fama, nem vaidade empresarial. Para titulares de marcas relevantes, a mensagem é clara: no alto renome, a fama pode abrir a discussão, mas é a prova que sustenta o reconhecimento.

(*) Advogado graduado pela UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro). Pós Graduando em Processo Civil na UERJ (Universidade Estadual do Rio de Janeiro). Membro da Comissão de Propriedade Intelectual da OAB/RJ.

Tarifaço chinês chega ao Brasil e frigoríficos já sentem o impacto

Embarques brasileiros já comprometem praticamente toda a cota anual de carne bovina, enquanto empresas reduzem operações e buscam novos mercados

O chamado “tarifaço chinês” já começa a produzir efeitos concretos no Brasil. Frigoríficos estão reduzindo abates, suspendendo embarques e concedendo férias coletivas diante do risco de ultrapassarem a cota estabelecida pela China para a carne bovina brasileira.

Para o professor universitário e mestre em Negócios Internacionais André Charone, o problema vai além da tarifa.

“O maior risco não está apenas no imposto cobrado pela China, mas na dependência brasileira de um único comprador. Quando quase metade das exportações de um produto está concentrada em um país, qualquer mudança nas regras comerciais pode afetar frigoríficos, pecuaristas, trabalhadores e cidades inteiras”, explica.

A China fixou para o Brasil uma cota anual de aproximadamente 1,106 milhão de toneladas. Dentro desse limite, a carne brasileira permanece sujeita à tarifa normal de importação. Acima dele, passa a incidir uma sobretaxa adicional de 55 pontos percentuais, elevando a tributação total para cerca de 67%.

Na prática, essa cobrança pode tornar comercialmente inviáveis os embarques que excederem a cota.

Brasil já ultrapassou o limite?

Osemarques realizados pelo Brasil até junho já alcançaram um volume equivalente ou muito próximo da cota disponível para todo o ano de 2026. Por isso, frigoríficos e analistas consideram que o limite está praticamente esgotado.

A ultrapassagem, no entanto, ainda pode não aparecer integralmente nos dados oficiais chineses.



Isso acontece porque o Brasil registra a exportação no momento em que a carga deixa o país, enquanto a China contabiliza a mercadoria quando ela chega e é desembarcada em seus portos. Como o transporte marítimo pode durar cerca de 40 dias, existe uma defasagem entre os dois registros.

Assim, a situação mais precisa é: o Brasil ainda pode não aparecer oficialmente acima da cota chinesa, mas os embarques já realizados e as cargas em trânsito comprometem praticamente todo o limite anual.

Novos carregamentos correm o risco de chegar à China depois do preenchimento da cota e serem atingidos pela tarifa adicional.

Frigoríficos já reduzem operações

Diante da incerteza, empresas do setor começaram a reduzir a produção, rever escalas e suspender temporariamente parte dos embarques.

A medida também pode atingir os pecuaristas. Com menos espaço para exportar, os frigoríficos tendem a diminuir a compra de animais, pressionando o preço da arroba e reduzindo a

Zelândia e Estados Unidos, sob a justificativa de proteger seus próprios pecuaristas.

O Brasil, contudo, é um dos países mais afetados porque a China recebe quase metade das exportações brasileiras de carne bovina.

“Relações comerciais não são relações de amizade. Os países defendem seus próprios interesses econômicos. Mesmo sendo uma parceira estratégica do Brasil, a China adotará medidas protecionistas sempre que considerar necessário proteger sua produção interna”, avalia o especialista.

Não existe substituto imediato

O Brasil pode ampliar as vendas para Estados Unidos, Europa, Oriente Médio e outros países asiáticos. Nenhum desses mercados, porém, possui isoladamente a mesma capacidade de compra da China.

A abertura de novos destinos também exige negociações sanitárias, habilitação de frigoríficos, adaptação dos produtos, contratos e estrutura logística.

Para André Charone, o episódio deixa uma lição importante para o comércio exterior brasileiro.

“Diversificar mercados precisa ser uma estratégia permanente. Uma empresa pode bater recordes de vendas e, ainda assim, estar em uma situação perigosa quando depende de um único cliente. A mesma lógica vale para um país.”

O tarifaço não encerra o comércio de carne entre Brasil e China. Mas o esgotamento da cota ainda no primeiro semestre mostra como a dependência de um grande comprador pode transformar rapidamente recordes de exportação em risco para toda a cadeia produtiva.

renda dos produtores.

Parte da carne que deixaria de ser enviada à China poderá ser direcionada ao mercado brasileiro. Isso pode aumentar a oferta interna e contribuir para uma redução de preços, mas não significa que o consumidor encontrará imediatamente carne mais barata nos supermercados.

“Entre o preço pago ao produtor e o valor encontrado na prateleira existem custos com transporte, energia, processamento, armazenamento, impostos e distribuição. A pressão de queda pode aparecer primeiro no campo e demorar a chegar ao consumidor”, afirma Charone.

Dependência da China amplia o problema

Em 2025, o Brasil exportou aproximadamente 1,7 milhão de toneladas de carne bovina para a China. A cota estabelecida para 2026 é, portanto, cerca de 35% inferior ao volume comercializado no ano anterior.

Apesar do apelido de “tarifaço chinês”, a medida não foi criada exclusivamente contra o Brasil. A China também estabeleceu limites para países como Austrália, Argentina, Uruguai, Nova

Pressões financeiras aumentam importância da inspeção de fim de garantia no setor fotovoltaico

Vinicius Gibrail (*)

O uso da energia solar aumenta no Brasil e segundo o Balanço Energético Nacional 2025 (BEN 2025), da EPE (Empresa de Pesquisa Energética), em 2024, a geração de energia solar cresceu 39,6% em comparação com o ano anterior, considerando o total gerado pela geração centralizada, formada por grandes usinas fotovoltaicas, e pela MMGD (Microgeração e Minigeração Distribuída). Ainda segundo o balanço, em 2024 a energia solar representava 9,3% da matriz elétrica brasileira, no ano anterior o percentual foi de 7%.

Paralelo ao aumento da geração de energia solar cresce também a pressão financeiro sobre as fazendas solares e usinas fotovoltaicas. Desde novembro de 2024, quando ocorreu o aumento na alíquota de importação de painéis solares, por meio da Resolução Gecex nº 666, que elevou a tarifa de importação dos módulos fotovoltaicos de 9,6% para 25%, o setor precisa otimizar cada vez mais sua operação para manter o equilíbrio financeiro.

Em 2025 o curtailment (restrição de geração) que o ONS (Operador Nacional do Sistema Elétrico) faz para preservar a segurança e confiabilidade do SIN (Sistema Interligado Nacional) afetou o segmento fotovoltaico. Segundo o próprio ONS, 20,6% de toda a energia solar e eólica gerada em 2025 não pode ser utilizada. De acordo com a consultoria Volt Robotics, o curtailment gerou um prejuízo de R\$ 6,5 bilhões para os agentes geradores, sendo que 72% da energia não usada, devido ao corte, foi de origem solar.

Ainda em 2025 foi sancionada a Lei 15.269, novo marco legal do setor elétrico brasileiro, com o veto ao dispositivo que garantia um ressarcimento amplo dos cortes de geração eólica e solar.

Já no fim de janeiro deste ano o Comitê Executivo de Gestão (Gecex) do Ministério

do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, aprovou em sua 233ª Reunião Ordinária a alteração na Resolução GECEX nº 512/2023, que prevê o regime de redução da alíquota do imposto de importação de bens de capital (BK) e bens de informática e de telecomunicações (BIT). A decisão na prática, elevou o preço de equipamentos importados para projetos de energia solar, como inversores, microinversores, sistemas de armazenamento de energia (BESS) e geradores fotovoltaicos com potência acima de 75kW. A alíquota de importação dos inversores solares, por exemplo, passou de 12,6% para 20% e dos BESS subiu de 16% para 20%.

O aumento das tarifas de importação é justificado pela necessidade de proteger a indústria nacional e a sanção ao dispositivo que garantia um ressarcimento amplo dos cortes de geração eólica e solar na Lei 15.269 visa não aumentar encargos aos consumidores. Mas também podem gerar aumento de custos para as empresas do setor que precisam ter mais planejamento e estratégia para manterem uma operação com equilíbrio financeiro.

Ao mesmo tempo o país ainda precisa de energia limpa, pois segundo o Caderno de Demanda e Eficiência Energética do Plano Decenal de Expansão de Energia 2034, da EPE, o consumo energético no Brasil deve crescer a uma média anual de 2,1% até 2034.

Papel da inspeção de fim de garantia

O desenvolvimento de um projeto de uma fazenda solar ou de uma usina fotovoltaica considera diversos fatores, entre eles a capacidade de geração de energia, o ponto de interconexão na rede, o CAPEX (Capital Expenditure) envolvido e o OPEX (Operating Expenditure) esperado.

Mas ao longo dos anos os módulos fotovoltaicos perdem a capacidade de gerar energia. A degradação acontece devido a fatores como

exposição à radiação UV, variações térmicas, excesso de unidade, estresse elétrico ou mesmo microfissuras nas células. A inspeção de fim de garantia (End of Warrabty – EOW) promove a avaliação precisa do rendimento e da degradação dos módulos fotovoltaicos, o que o torna um documento vital para a tomada de decisão.

Este serviço pode ser utilizado como um registro técnico para eventuais correções e adequações durante a vigência da garantia ou ainda como um documento formal para reclamações quanto ao não atendimento de parâmetros contratuais, e pode ser ampliado a outros equipamentos como inversores, string boxes, skids, entre outros.

Alguns fabricantes podem realizar uma inspeção EOW como parte dos seus serviços, mas esta atividade pode gerar conflitos de interesses, segundo é descrito na norma internacional ISO/IEC 17020. Portanto, a execução destes serviços, por uma entidade de terceira parte, antes do vencimento da garantia, é essencial para assegurar que a degradação do módulo fotovoltaico aconteça conforme informado pelo fabricante.

A inspeção EOW também é uma ferramenta importante na gestão da qualidade, uma vez que minimiza o risco de possíveis correções em grande escala e de investimentos não esperados no ativo em questão.

O processo de verificação é importante para assegurar que os equipamentos estejam e se mantenham em pleno funcionamento. E diante do aumento da pressão de custos na aquisição de equipamentos e riscos operacionais, a vitória de final de garantia deve ser incorporada para promover a viabilidade econômica e a performance de fazendas e usinas solares.

(*) Diretor da Divisão de Produtos Solares e Comerciais da TÜV Rheinland na América do Sul.