

Guia de Busca de Anterioridade de **MARCAS**

Dos conceitos à prática da busca



UFC

UFCinova®



CPITT

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ

REITORIA

Reitor

Prof. Custódio Luís Silva de Almeida

Vice-Reitora

Prof^a Dra. Diana Cristina Silva de Azevedo

PROINTER - Pró-Reitor de Inovação e Relações Interinstitucionais

Prof. Dr. José de Paula Barros Neto

COORDENADORIA DE PROPRIEDADE INTELECTUAL E TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA (CPITT)

Coordenadora da CPITT

Profa. Dra. Cláudia do Ó Pessoa

Divisão de Suporte à Propriedade Intelectual (DIVPI)

Angela Márcia Candido Bento

Lairton de Souza Cruz

João Victor de Melo Pereira

Divisão de Transferência de Tecnologia (DIVTT)

Ana Gyzelle Ângelo Martins

Lutzenfannia Martins Marinho

Colaboradora, Profa. Visitante

Profa. Dra. Suzana Leitão Russo

EDITORA IMPRENSA UNIVERSITÁRIA DA UFC

DIRETOR

Francisco Charles Rocha e Silva Ribeiro

CONSELHO EDITORIAL UFC

Presidente

Prof. Francisco Silva Cavalcante Júnior — Presidente do Conselho Editorial da Editora UFC (além de Diretor/Editor da Editora UFC)

Conselheiras e Conselheiros do Conselho Editorial

Adelaide Maria Gonçalves Pereira

Ana Fátima Carvalho Fernandes

Andréa Pinheiro Paiva Cavalcante

Áurea Silva de Holanda

Ciro Nogueira Filho

Cristiane Maria Sales Pimentel

Francisco Feitosa Moura Filho

Gilberto Gilvan Souza Oliveira

Helena Martins do Rêgo Barreto

Juliana Cristine Diniz Campos

Luciana Venâncio

Luís Gonzaga Rodrigues Filho

Maria Elías Soares

Paola Frassinetti Tôres Ferreira da Costa

Paulo Antonio de Menezes Albuquerque

Raimunda Sâmia Nogueira Brilhante

Suzete Suzana Rocha Pitombeira

Tatiana Passos Zylberberg

Tércia Montenegro Lemos

Tiago Vieira Cavalcante

Ticianne de Góis Ribeiro Darin

Guia de Busca de Anterioridade de MARCAS

Dos conceitos à prática da busca

Fortaleza, 2026

Guia de Busca de Anterioridade de MARCAS

Dos conceitos à prática da busca

Copyright 2026 by Coordenadoria de Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia – CPITT

Todos os direitos reservados

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Ficha catalográfica elaborada na fonte

G697 Guia de busca de anterioridade de marcas - Dos conceitos à prática da busca / Coordenadoria de Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia.– Fortaleza: Imprensa Universitária - Universidade Federal do Ceará, 2026.
42 p.; il.
Ebook
ISBN 978-85-7485-675-9 (digital)
ISBN 978-85-7485-677-3 (impresso)

1. Propriedade Intelectual. 2. Propriedade Industrial. 3. Patentes. I. Título.

CDD 347.771



Sumário

Apresentação.....	7
1 CONCEITOS FUNDAMENTAIS SOBRE MARCAS.....	9
1.1 Classificação das Marcas	10
1.2 Relação entre marca e risco de indeferimento	14
2 O QUE É BUSCA DE ANTERIORIDADE DE MARCA	15
2.1 Finalidade da busca de anterioridade	15
3 A REALIZAÇÃO DA BUSCA DE MARCAS NO INPI	17
3.1 O sistema de busca de marcas do INPI	17
3.2 Início da busca: pesquisa básica por termo	19
3.3 Ampliação da busca: pesquisa por radical	22
3.4 Refinamento dos resultados: pesquisa booleana e filtro de pedidos vivos.....	25
3.5 Identificação de semelhanças: pesquisa fuzzy.....	27
3.6 Análise do tipo de marca nos resultados	29
3.7 Busca por titular: pesquisa por CNPJ ou CPF	31
3.8 Dicas gerais para uma busca eficiente.....	32
4 CLASSIFICAÇÃO DE NICE.....	34
4.1 A importância da Classificação de Nice na busca de marcas.....	35
4.2 Realização da busca utilizando a Classificação de Nice	36
5 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES FINAIS	38
REFERÊNCIAS	40



O **Guia de Busca de Anterioridade de Marcas** foi elaborado pela **Coordenação de Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia (CPITT)** com o objetivo de orientar pesquisadores (docentes e discentes) e servidores quanto aos aspectos básicos relacionados à proteção de marcas, especialmente no que se refere à realização da busca de anterioridade.

A CPITT atua no apoio à gestão da inovação e da propriedade intelectual, promovendo a proteção, a regularização e a transferência de criações desenvolvidas no âmbito institucional. Nesse contexto, a adequada orientação sobre marcas é fundamental para assegurar que projetos de pesquisa, produtos, serviços e iniciativas institucionais sejam desenvolvidos de forma juridicamente segura.

Ao desenvolver um projeto, produto, serviço de iniciativa institucional, é comum que a escolha do nome seja uma das primeiras decisões. No entanto, muitas vezes não se consi-

dera que uma marca só pode ser registrada se não houver outra igual ou semelhante já protegida para o mesmo tipo de atividade. É nesse contexto que a busca de anterioridade se torna essencial.

A busca de anterioridade de marcas permite verificar a existência de sinais já depositados ou registrados no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), reduzindo riscos de indeferimento do pedido de registro, prevenindo conflitos com terceiros e auxiliando na tomada de decisões estratégicas relacionadas à proteção da marca.

Esta cartilha apresenta, de forma clara, objetiva e prática, os conceitos fundamentais sobre marcas e as principais orientações para a utilização do sistema de busca do INPI. O material foi estruturado para facilitar a compreensão do tema, mesmo para leitores que não possuam formação específica em propriedade intelectual.

Ressalta-se que este guia possui caráter informativo e educativo, não substituindo a análise técnica especializada. Seu propósito é oferecer uma base segura para a compreensão inicial da busca de anterioridade de marcas e para a realização consciente de pesquisas preliminares.

Embora a cartilha não substitua a análise técnica de um profissional especializado, ela oferece uma base segura para que o leitor compreenda a importância da busca de anterioridade e consiga realizar pesquisas iniciais com mais consciência e eficiência.

1 Conceitos Fundamentais Sobre Marcas

No Brasil, a proteção das marcas é regulada pela Lei da Propriedade Industrial (Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996 – LPI). Essa lei estabelece o que pode ser considerado marca, quais sinais podem ser registrados e quais são os limites dessa proteção.

De acordo com o artigo 122 da Lei nº 9.279/96, marca é todo sinal distintivo, visualmente perceptível, que identifica e diferencia produtos ou serviços de outros iguais ou semelhantes no mercado. Em outras palavras, a marca serve para indicar ao consumidor a origem de um produto ou serviço e distingui-lo dos concorrentes.

Nesse mesmo sentido, estudos sobre inovação e propriedade intelectual destacam que a marca não se limita a um elemento gráfico ou nominativo, mas constitui um ativo estratégico, associado à reputação, à identidade e ao posicionamento de produtos e serviços no mercado (Russo; Silva; Nunes, 2012). A correta compreensão do conceito de marca é fundamental tanto para a proteção jurídica quanto para a tomada de decisões estratégicas no contexto da inovação e do empreendedorismo.

1.1 Classificação das Marcas

A classificação das marcas é feita com base em critérios definidos pela legislação de propriedade industrial, que determinam a extensão e a forma da proteção concedida. Essa classificação considera, principalmente, a natureza da marca e a forma de apresentação.

1.1.1 Quanto à natureza da marca

Refere-se à finalidade da marca no mercado, podendo ser utilizada para distinguir produtos, identificar serviços ou certificar determinadas características, como qualidade, origem ou conformidade.

- **Marca de Produto:** destina-se a identificar e distinguir produtos no mercado.

Exemplo:



Fonte: Autoria própria (Imagens coletadas da Web)

- **Marca de Serviço:** destina-se a identificar e distinguir serviços.

Exemplo:



Fonte: Autoria própria (Imagens coletadas da Web)

- **Marca de Certificação:** destina-se a atestar a conformidade, a qualidade ou a origem de produtos ou serviços.

Exemplo:



Fonte: Autoria própria (Imagens coletadas da Web)

1.1.2 Quanto à forma de apresentação

Relaciona-se à maneira como a marca é apresentada ao público, podendo ser composta apenas por palavras, apenas por elementos visuais, pela combinação desses elementos ou ainda por forma tridimensional distintiva.

- **Marca Nominativa:** formada apenas por palavras. É a marca formada apenas por palavras, letras ou números, sem qualquer elemento gráfico específico. O que se protege é o nome em si, independentemente da forma como ele seja escrito ou apresentado.

Exemplo:



Fonte: Autoria própria (Imagens coletadas da Web)

- **Marca Figurativa:** formada apenas por elementos visuais. É composta exclusivamente por um elemento visual, como um desenho, símbolo ou figura, sem a presença de palavras.

Exemplo:



Fonte: Autoria própria (Imagens coletadas da Web)

- **Marca Mista:** combinação de elementos nominativos e figurativos. Combina elementos nominativos (palavras) e figurativos (desenhos ou símbolos). É uma das formas mais comuns de marca, pois envolve nome e identidade visual ao mesmo tempo.

Exemplo:



Fonte: Autoria própria (Imagens coletadas da Web)

- **Marca Tridimensional:** forma plástica distintiva do produto ou da embalagem. É a forma plástica do produto ou da embalagem, desde que essa forma seja distintiva e não resulte apenas de uma necessidade técnica. A própria forma do objeto funciona como elemento identificador da marca.

Exemplo:



Fonte: Autoria própria (Imagens coletadas da Web)

A importância da distintividade:

Um dos requisitos mais importantes para o registro de uma marca é a **distintividade**. A marca precisa ser capaz de diferenciar um produto ou serviço dos demais existentes no mercado. Sinais genéricos, comuns ou descritivos demais tendem a ser recusados pelo INPI, pois não cumprem essa função de distinção.

A distintividade é analisada sempre em conjunto com o tipo de produto ou serviço que a marca pretende identificar.

1.2 Relação entre marca e risco de indeferimento

A Lei da Propriedade Industrial também estabelece que não são registráveis marcas que reproduzam ou imitem outras já existentes, quando isso possa causar confusão ou associação indevida pelo consumidor. Por esse motivo, compreender o conceito de marca e suas formas de apresentação é fundamental para realizar uma busca de anterioridade eficiente.

Quanto menor for a distintividade de uma marca e quanto mais próxima ela estiver de sinais já registrados, maior será o risco de indeferimento do pedido.

2 O Que é Busca de Anterioridade de Marca

A **busca de anterioridade de marca** é a pesquisa realizada para verificar se já existe uma marca igual ou semelhante registrada ou depositada anteriormente para identificar produtos ou serviços iguais ou relacionados.

Essa busca é feita, principalmente, na base de dados do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), órgão responsável pelo registro de marcas no Brasil. O objetivo é identificar possíveis conflitos antes de iniciar o pedido de registro.

2.1 Finalidade da busca de anterioridade

A principal finalidade da busca de anterioridade é **reduzir riscos**. Ao pesquisar previamente, o empreendedor consegue avaliar se o nome escolhido para sua marca já está sendo utilizado ou protegido por outra empresa.

Com isso, a busca ajuda a:

- Evitar o indeferimento do pedido de registro;
- Reduzir gastos com taxas e retrabalho;
- Prevenir conflitos com marcas já existentes;
- Apoiar a tomada de decisão na escolha do nome da marca.

2.1.1 Quando realizar a busca

A busca de anterioridade deve ser realizada antes do depósito do pedido de registro da marca. O ideal é que ela ocorra ainda na fase de criação do negócio, quando o nome, o logotipo ou a identidade visual estão sendo definidos.

Sempre que houver dúvida sobre a existência de marcas semelhantes, ou quando o empreendedor considerar novas variações de nome, a busca deve ser refeita. Esse cuidado aumenta as chances de sucesso no registro e traz mais segurança para o uso da marca no mercado.

3 A Realização da Busca de Marcas no INPI

A realização da busca de anterioridade de marcas no INPI envolve mais do que o simples uso do sistema de pesquisa. Para que a busca seja eficaz, é necessário compreender a lógica das ferramentas disponíveis, os critérios de pesquisa e a forma correta de interpretar os resultados obtidos.

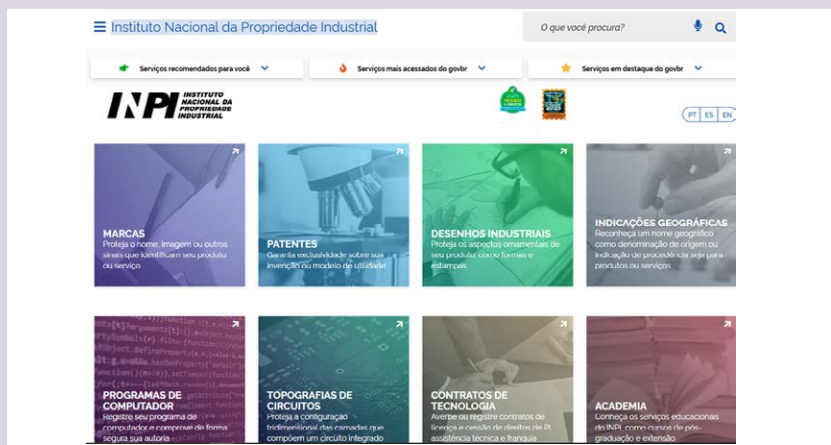
Nesta seção, são apresentadas as principais etapas e estratégias para a realização da busca de marcas no sistema do INPI, com foco na análise prática e na redução de riscos no processo de registro.

3.1 O sistema de busca de marcas do INPI

A busca de anterioridade de marcas é realizada por meio da base pública de dados do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), disponível em seu site oficial. Essa base reúne informações sobre pedidos de marcas e registros concedidos, permitindo a consulta por diferentes critérios.

Conforme ilustrado na Figura 1, a página inicial do site do INPI concentra os principais acessos aos serviços oferecidos pelo Instituto, incluindo os sistemas de busca relacionados à propriedade industrial.

Figura 1 – Página inicial do site do INPI



Para iniciar a busca de marcas, o usuário deve acessar a área destinada aos serviços e consultas. Na Figura 2, é apresentado o caminho de acesso à área específica de busca de marcas dentro do portal do INPI.

Figura 2 – Acesso à área de busca de marcas do INPI



3.2 Início da busca: pesquisa básica por termo

A pesquisa básica é o ponto de partida da busca de anterioridade. Nessa etapa, o usuário insere o termo principal que pretende utilizar como marca, com o objetivo de obter uma visão inicial do cenário marcário existente.

A tela principal dessa etapa é apresentada na Figura 3, que mostra a interface da Pesquisa Básica de Marcas. Esse tipo de pesquisa permite localizar marcas que contenham o termo informado, sendo indicada para uma primeira verificação de possíveis sinais semelhantes.

Figura 3 – Tela de Pesquisa Básica de Marcas

BRASIL Acesso à informação Participe Serviços Legislação Canais

Instituto Nacional da Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI [Início | Ajuda? | Login | Cadastre-se aqui...]

» Consultar por: **Base Marcas** | **Pesquisa Básica** | Marca | Titular | Cód. Figura | Finalizar Sessão

Forneça abaixo as chaves de pesquisa desejadas.

Nº do Processo: ?

ou Nº Guia de Recolhimento da União - GRU: ?

ou Nº do Protocolo: ?

ou Nº da Inscrição Internacional: ?

pesquisar » limpar

Menu de Consulta

Para realizar a pesquisa por palavra-chave, o usuário deve selecionar a opção “Marca” no menu de consulta, o que direciona para a tela de pesquisa correspondente.

A tela apresentada na Figura 4 corresponde à Pesquisa Básica de Marcas, na qual é possível realizar buscas por termos exatos ou por radical. Ao selecionar a opção “Pesquisa Avançada”, o usuário é direcionado para a tela de Pesquisa Avançada, que oferece recursos adicionais de refinamento da busca.

Figura 4 – Exemplo de uso de palavra-chave na pesquisa de marcas

A imagem é uma captura de tela da interface web do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) do Brasil. No topo, há uma barra azul com o logo do Brasil e o texto 'BRASIL Instituto Nacional da Propriedade Industrial Ministério da Economia'. Abaixo, uma barra branca contém o texto 'Consulta à Base de Dados do INPI' e links como '[Início | Ajuda? | Login | Cadastre-se aqui]'. O menu de navegação principal inclui 'Acesso à informação', 'Participe', 'Serviços', 'Legislação' e 'Canais'. O conteúdo principal mostra opções de consulta: 'Base Marcas', 'Pesquisa Básica', 'Marca' (destacada com um retângulo vermelho), 'Título' e 'Cód. Figura'. Abaixo, há instruções: 'Fornecer apenas as chaves de pesquisa desejadas. Utilize a Pesquisa Avançada para criar consultas específicas. Evite o uso de termos ou palavras genéricas.' O formulário de busca possui o campo 'Tipo de Pesquisa:' com 'Exata' selecionado e 'Radical' desativado. O campo 'Marca:' está vazio. O campo 'Classificação de Nice - NCL:' também está vazio, com um link '« Classificação de Nice »' ao lado, este último também destacado com um retângulo vermelho. Um texto 'Pesquisa Avançada' em vermelho com uma seta vermelha aponta para o link. No canto inferior direito, o texto 'Classificação de Nice' em vermelho também aponta para o link. O formulário termina com o campo 'Nº de Processos por Página:' com o valor '20' selecionado e botões 'pesquisar »' e 'limpar'.

Na tela da Figura 4, também é possível visualizar o campo referente à Classificação de Nice, cuja definição e forma de utilização serão abordadas em seção específica deste guia. Além disso, observa-se um exemplo de utilização de palavra-chave na pesquisa básica de marcas, que permite identificar marcas correspondentes ao termo pesquisado.

Neste exemplo, utilizou-se o termo “fiber” para ilustrar a busca de anterioridade de marcas associadas a projetos ou soluções tecnológicas desenvolvidas no âmbito institucional, sem prejuízo de análises técnicas específicas.

Para auxiliar a interpretação dos resultados da pesquisa, a Figura 5 apresenta o significado dos símbolos utilizados na página de resultado da pesquisa.

Figura 5 – Símbolos da Página dos Resultados da Pesquisa

Símbolos	
	Apresentação da Marca - Nominativa.
	Apresentação da Marca - Figurativa.
	Apresentação da Marca - Mista.
	Apresentação da Marca - Tridimensional.
	Situação do Processo - Aguardando decisão administrativa.
	Situação do Processo - Registro.
	Situação do Processo - Arquivado.

O sistema de busca de marcas do INPI apresenta uma lista de resultados contendo informações relevantes para a análise inicial. Esses resultados podem ser visualizados na Figura 6.

Figura 6 – Resultados da pesquisa por palavra-chave

BRASIL

Acesso à Informação

Participe

Serviços

Legislação

Canais

Instituto Nacional da Propriedade Industrial

Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

» Consultar por: Pesquisa Básica | Marca | Titular | Cód. Figura

[Início | Ajuda?]

RESULTADO DA PESQUISA (02/02/2026 às 10:49:14)

Marca: "fiber"

Foram encontrados 16 processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página 1 de 1.

Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe
815347804	17/03/1990	FIBER	Arquivado	BATÁVIA S/A.	31 : 10
827996312	11/10/2005	FIBER	Arquivado	CINTHYA LOREN SANTOS LEAL	NCL(8) 09
827960034	18/10/2005	FIBER	Arquivado	CINTHYA LOREN SANTOS LEAL	NCL(8) 38
830295615	23/10/2008	FIBER	Registro de marca em vigor	WORLD WIDE SWIMMINGPOOLS NEGOCIOS DE FRANQUIAS LTDA	NCL(9) 17 - Deferida NCL(9) 17 - Excluída
915081806	23/07/2018	Fiber	Pedido de registro de marca indeferido (mantido em grau de recurso)	WAGNER DICHUTA ALVES EIRELI - ME	NCL(11) 38
918505550	22/10/2019	FIBER	Pedido de registro de marca indeferido (mantido em grau de recurso)	FIBER BANDA LARGA SERVIÇOS E TELECOMUNICAÇÕES LTDA	NCL(11) 38
9212089	79/03/11/2020	-	Pedido considerado insuportante	FIBER INOVA CONSULTORIA EM TECNOLOGIA LTDA	NCL(11) 42
922690006	19/04/2021	- FIBER	Aguardando exame de mérito	FIBER TECIDOS TÉCNICOS LTDA	NCL(11) 09
928037794	11/11/2022	FIBER	Pedido de registro de marca indeferido	GLOBAL INVESTIMENTOS E PARTICIPAÇÕES LTDA EPP	NCL(11) 30

Na página de resultados (Figura 6), a primeira coluna indica o número do processo (protocolo do pedido), a segunda apresenta a data do protocolo, e as colunas seguintes trazem informações sobre a marca, a situação do processo, o titular e a classe de produtos ou serviços. As classes serão abordadas em seção específica mais adiante.

É importante destacar que a pesquisa básica, isoladamente, não é suficiente para uma análise completa de anterioridade, devendo ser complementada por outros tipos de pesquisa.

3.3 Ampliação da busca: pesquisa por radical

Para ampliar o alcance da busca e identificar variações semelhantes de um mesmo termo, o sistema do INPI disponibiliza a pesquisa por radical. Esse tipo de pesquisa é especialmente útil quando o nome pretendido é curto, comum ou passível de variações linguísticas.

A Figura 7 apresenta a interface da pesquisa por radical, na qual o sistema localiza marcas que contenham parte do termo informado.

Figura 7 – Pesquisa por radical na base de marcas do INPI

BRASIL Acesso à informação Participe Serviços Legislação Canais

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda? | Login | Cadastre-se aqui.]

» Consultar por: **Base Marcas** | Pesquisa Básica | **Marca** | Titular | Cód. Figura | Finalizar Sessão

Forneça abaixo as chaves de pesquisa desejadas.
Utilize a **Pesquisa Avançada** para criar consultas específicas.
Evite o uso de frases ou palavras genéricas.

Tipo de Pesquisa: ☐ Exata ☒ Radical ?

Marca: fiber ?

Classificação de Nice - NCL: ? « Classificação de Nice »

Nº de Processos por Página : 20 ▼

pesquisar » limpar

Os resultados obtidos a partir desse tipo de pesquisa são exemplificados na Figura 8, permitindo ao usuário identificar marcas que compartilham elementos semelhantes e que poderiam gerar conflito com a marca pretendida.

Figura 8 – Resultados da pesquisa por radical

	BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais
Instituto Nacional da Propriedade Industrial Ministério da Economia						
Consulta à Base de Dados do INPI						
» Consultar por: Pesquisa Básica Marca Titular Cód. Figura]						
[Início Ajuda?]						
RESULTADO DA PESQUISA (21/01/2026 às 14:33:08)						
Marca: "fiber"						
Foram encontrados 1942 processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página 1 de 98.						
Número	Prioridade		Marca	Situação	Titular	Classe
003018075	03/05/1951	N	FIBERGLAS	Extinto	OWENS CORNING	23 : 10
003259099	19/03/1956	N	FIBERGLAS	Extinto	OWENS CORNING	23 : 10
003279294	21/05/1956	N	FIBERGLAS	Registro de marca extinto	OWENS CORNING	24 : 10
003311716	06/07/1956	N	FIBERGLAS	Registro de marca em vigor	OWENS CORNING INTELLECTUAL CAPITAL, LLC	17 : 10
005008018	06/07/1956	N	FIBERGLAS	Registro de marca em vigor	OWENS CORNING INTELLECTUAL CAPITAL, LLC	19 : 40
007531788	25/03/1965	M	FIBERFRAX	Registro de marca em vigor	UNIFRAX I LLC	NCL(8) 23
606872086	25/03/1965	M	FIBERFRAX	Registro de marca em vigor	UNIFRAX I LLC	NCL(8) 17
004508122	25/03/1965	N	FIBERFRAX	Extinto	UNIFRAX I LLC	17 : 20
004508130	25/03/1965	N	FIBERFRAX	Extinto	UNIFRAX I LLC	23 : 10
007531800	29/03/1965	N	FIBERFRAX	Registro de marca em vigor	UNIFRAX I LLC	NCL(8) 17
007535058	12/01/1968	M	FIBERFRAX	Extinto	UNIFRAX I LLC	23 : 10
007535040	12/01/1968	M	FIBERFRAX	Extinto	UNIFRAX I LLC	19 : 10

3.4 Refinamento dos resultados: pesquisa booleana e filtro de pedidos vivos

Além da pesquisa básica, o sistema de busca de marcas do INPI oferece recursos de pesquisa avançada, que permitem refinar os resultados por meio de combinações de termos e critérios específicos, como a pesquisa booleana e a pesquisa fuzzy.

Quando a quantidade de resultados é elevada, torna-se necessário refinar a busca. Para isso, o sistema do INPI disponibiliza a pesquisa booleana, que permite a combinação de termos por meio de operadores lógicos.

A pesquisa booleana possibilita combinar termos e operadores lógicos, enquanto o filtro de pedidos vivos permite restringir os resultados a marcas ativas ou em tramitação.

Observações:

1) Pesquisa Booleana: possível utilizar operadores lógicos como **AND**, **OR** e **AND NOT** para refinar os resultados. Também é permitido o uso do caractere curinga “*” para truncar palavras e recuperar variações do termo pesquisado.

2) Filtro de pedidos vivos: O filtro de pedidos vivos restringe os resultados da pesquisa às marcas que se encontram ativas ou em análise no INPI, desconsiderando processos arquivados ou extintos, o que torna a busca mais objetiva e atual.

Na Figura 9, observa-se a utilização da pesquisa booleana em conjunto com o filtro de pedidos vivos.

Figura 9 – Pesquisa Booleana e Pedidos Vivos

BRASIL Acesso à informação Participe Serviços Legislação Canais

Instituto Nacional da Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI [Início | Ajuda? | Login | Cadastre-se aqui.]

» Consultar por: **Base Marcas** | Pesquisa Básica | **Marca** | Titular | Cód. Figura | Finalizar Sessão

Forneça abaixo as chaves de pesquisa desejadas.
Utilize a **Pesquisa Básica** para pesquisar pelo Radical de uma Marca.
Evite o uso de frases ou palavras genéricas.

Tipo de Pesquisa Textual: ☒ Booleana ☐ Fuzzy 

 Pedidos Vivos 

Marca: 

Qualquer Apresentação  Natureza: 

Classificação de Nice - NCL:  « Classificação de Nice »

Nº de Processos por Página: 20 

Os resultados obtidos a partir da pesquisa booleana são apresentados na Figura 10, demonstrando uma listagem mais precisa de marcas conforme os critérios definidos.

Figura 10 – Resultados da pesquisa booleana

BRASIL

Acesso à Informação

Participe

Serviços

Legislação

Canais

Instituto Nacional da Propriedade Industrial

Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: Pesquisa Básica | Marca | Titular | Cód. Figura |

RESULTADO DA PESQUISA (02/02/2026 às 11:05:46)

Marca: "fiber"

Foram encontrados 441 processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página 1 de 23.

Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe
81691862730/10/1992		FIBER ONE	 Registro de marca em vigor	SOCIETE DES PRODUITS NESTLE S/A.	29 : 10
81769610525/01/1994		NUTRI FIBER	 Registro de marca em vigor	SUPPORT PRODUTOS NUTRICIONAIS LTDA.	05 : 50
819421413 09/08/1996		FIBER-LAN	 Registro de marca em vigor	LIGHTERA LATAM S.A.	09 : 25
82044513429/12/1997		HI-FIBER	 Registro de marca em vigor	CARAMURU ALIMENTOS S/A	NCL(7) 31
821882210 04/08/1999		TIMES FIBER	 Reg.C/Pan.	R F TELECOM LTDA ME	40 : 15
821882236 04/08/1999		TIMES FIBER	 Reg.C/Pan.	R F TELECOM LTDA ME	09 : 25
82425397317/12/2001		IPF SELENIUM IMPREGNATED POLYMER FIBER	 Registro de marca em vigor	Harman International Industries, Incorporated	NCL(7) 09
82498976731/10/2002		FIBER FRESH	 Registro de marca em vigor	MAIS BELLA TEXTIL IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO LTDA	NCL(8) 20
82529510612/03/2003		HI-FIBER	 Registro de marca em vigor	CARAMURU ALIMENTOS S/A	NCL(8) 30
825851157 06/10/2003		LIPO FIBER	 Registro de marca em vigor	BIONATUS LABORATÓRIO BOTÂNICO LTDA	NCL(8) 05
825851173 06/10/2003		LIPO FIBER	 Registro de marca em vigor	BIONATUS LABORATÓRIO BOTÂNICO LTDA	NCL(8) 05

3.5 Identificação de semelhanças: pesquisa fuzzy

A pesquisa fuzzy é indicada para identificar marcas com grafia, pronúncia ou estrutura semelhantes ao termo pesquisado. Esse tipo de busca é fundamental para avaliar riscos de confusão ou associação indevida entre marcas.

A interface da pesquisa fuzzy é apresentada na Figura 11, que demonstra a possibilidade de localizar marcas idênticas ou aproximadas ao termo informado.

Figura 11 – Pesquisa fuzzy (aproximação de termos)

BRASIL Acesso à informação Participe Serviços Legislação Canais

Instituto Nacional da Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI [Início | Ajuda? | Login | Cadastre-se aqui.]

» Consultar por: **Base Marcas** | Pesquisa Básica | **Marca** | Titular | Cód. Figura | Finalizar Sessão

Forneca abaixo as chaves de pesquisa desejadas.
Utilize a **Pesquisa Básica** para pesquisar pelo Radical de uma Marca.
Evite o uso de frases ou palavras genéricas.

Tipo de Pesquisa Textual: ☐ Booleana ☒ Fuzzy ? Pedidos Vivos ?

Marca: ?

Qualquer Apresentação ? Natureza: ?

Classificação de Nice - NCL: ? « Classificação de Nice »

Nº de Processos por Página: ?

Na Figura 12, são exibidos os resultados da pesquisa fuzzy, acompanhados de indicadores de similaridade, que auxiliam o usuário na avaliação do grau de aproximação entre as marcas encontradas e o sinal pretendido.

Figura 12 – Resultados da pesquisa fuzzy

BRASIL Acesso à informação Participe Serviços Legislação Canais

Instituto Nacional da Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI [Início | Ajuda?]

» Consultar por: Pesquisa Básica | Marca | Titular | Cód. Figura |

RESULTADO DA PESQUISA (02/02/2026 às 11:28:13)
Marca: "fiber"
Foram encontrados **840** processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página **1** de **42**.

%	Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe
100	941617475	18/10/2025	Knust Fiber Brow	Aguardando exame de mérito	KEILA KNUST DA SILVA BARROS	NCL(12) 35
100	940786160	27/08/2025	NUTRAPURE PURE FIBER	Aguardando exame de mérito	MASTER BLENDS INDÚSTRIA DE ALIMENTOS EIRELI - ME	NCL(12) 05
100	826935656	13/07/2004	NUTRAFLORA PREBIOTIC SOLUBLE FIBER	Registro de marca em vigor	CPINGREDIENTS, LLC	NCL(8) 32
100	939277468	23/05/2025	FUXION LIQUID FIBER	Aguardando exame de mérito	MIGUEL ALVARO ZUNIGA BENAVIDES	NCL(12) 05
100	932529538	04/07/2024	PRANA Fiber	Aguardando exame de mérito	LORENA KOTT TOMAZETT	NCL(12) 05
100	926945971	10/06/2022	FIT FIBER	Registro de marca em vigor	FARMÁCIA PERSONALE LTDA	NCL(11) 05
100	933650804	27/02/2024	FIBER GIGA	Registro de marca em vigor	FIBER RESERVA PROVEDORES DE INTERNET LTDA - ME	NCL(12) 35
100	923369953	23/06/2021	T&F FIBER GLASS	Registro de marca em vigor	FRATEX LICENCIAMENTO DE MARCAS LTDA	NCL(11) 28

3.6 Análise do tipo de marca nos resultados

Além do nome da marca, é essencial observar o tipo de apresentação do sinal nos resultados da busca. O sistema do INPI identifica se a marca é nominativa, figurativa, mista ou tridimensional, e essa informação influencia diretamente a análise de risco.

Na Figura 13, é apresentado um exemplo de marca nominativa nos resultados da busca. Nesse caso, a proteção recai sobre o nome em si, independentemente da forma visual adotada.

Figura 13 – Exemplo de marca nominativa nos resultados da busca

A imagem é uma captura de tela da interface web do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). No topo, há uma barra de navegação com o logo do Brasil e links para 'Acesso à informação', 'Participe', 'Serviços', 'Legislação' e 'Canais'. Abaixo, o cabeçalho azul do INPI é exibido, seguido pelo título 'Consulta à Base de Dados do INPI'. Uma barra de busca permite consultar por 'No Processo', 'Marca', 'Titular' ou 'Cód. Figura', com links para '[Início | Ajuda?]' e uma indicação de '1/0' resultados.

Os dados da consulta são os seguintes:

- Nº do Processo: **816918627**
- Marca: FIBER ONE
- Situação: Registro de marca em vigor
- Apresentação: Nominativa
- Natureza: De Produto

Abaixo, a 'Classificação de Produtos/Serviços' é apresentada em uma tabela:

Classe Nacional	Sub-Classe Nacional	Especificação Livre
29	10	Carnes, aves e ovos para alimentação; Peixes e de ...
	20	
	30	

A Figura 14 ilustra um exemplo de marca figurativa, composta exclusivamente por elementos visuais. A análise desse tipo de marca deve considerar a semelhança gráfica com outros sinais existentes.

Figura 14 – Exemplo de marca figurativa nos resultados da busca

The screenshot displays the INPI website interface. At the top, there is a navigation bar with links: BRASIL, Acesso à informação, Participe, Serviços, Legislação, and Canais. Below this is the header for the Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Ministério da Economia. The main content area is titled 'Consulta à Base de Dados do INPI' and includes a search bar with options: » Consultar por: No. Processo | Marca | Titular | Cód. Figura. To the right of the search bar are links for [Início | Ajuda?] and a page indicator 1/0. The search results are displayed under the heading 'Marca'. On the left, a table lists details for the mark: 'Nº do Processo:' is 927667487, 'Marca:' is FIBER CNC, 'Situação:' is Registro de marca em vigor, 'Apresentação:' is Mista, and 'Natureza:' is Produtos e/ou Serviço. On the right, the mark itself is shown, consisting of a stylized logo above the text 'FIBER CNC'.

Marca	
Nº do Processo:	927667487
Marca:	FIBER CNC
Situação:	Registro de marca em vigor
Apresentação:	Mista
Natureza:	Produtos e/ou Serviço

A correta interpretação dessas informações é fundamental para uma avaliação inicial consistente da viabilidade da marca pretendida.

3.7 Busca por titular: pesquisa por CNPJ ou CPF

Além da busca por nome e classe, o sistema do INPI permite a realização de pesquisas com base no titular da marca. Esse tipo de busca pode ser feito a partir do CNPJ ou CPF, sendo especialmente útil para identificar marcas depositadas ou registradas por uma determinada pessoa física ou jurídica.

Na Figura 15, é apresentado um exemplo de pesquisa por CNPJ, que permite ao usuário localizar todas as marcas vinculadas a um mesmo titular. Essa funcionalidade é importante para:

- verificar o portfólio marcário de uma empresa ou pesquisador;
- identificar padrões de atuação;
- complementar a análise de anterioridade.

Figura 15 – Pesquisa de marcas por CNPJ ou CPF

A imagem mostra a interface web do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). No topo, há uma barra de navegação com o logo do Brasil e o texto "BRASIL", e links para "Acesso à informação", "Participe", "Serviços", "Legislação" e "Canais". Abaixo, o cabeçalho azul do INPI contém o nome "Instituto Nacional da Propriedade Industrial" e "Ministério da Economia". O título da página é "Consulta à Base de Dados do INPI".

Na seção de busca, há links para "[Início | Ajuda? | Login | Cadastre-se aqui.]". O menu de busca inclui "» Consultar por: **Base Marcas** | Pesquisa Básica | Marca | **Titular** | Cód. Figura | Finalizar Sessão". Abaixo disso, há instruções: "Forneça abaixo as chaves de pesquisa desejadas. A pesquisa deve ser feita pelo CNPJ/CPF ou pelo Nome do Titular".

Existem dois campos de entrada: "CNPJ/CPF : [33724082000176]" e "ou Nome :". Ambos os campos possuem ícones de ajuda. Abaixo dos campos, há um seletor "Nº de Processos por Página : 20" com uma seta para baixo. Na base da seção, há dois botões: "pesquisar »" e "limpar".

3.8 Dicas gerais para uma busca eficiente

Realizar uma boa busca de anterioridade exige atenção e estratégia. Pequenos ajustes na forma de pesquisar podem fazer grande diferença nos resultados encontrados. A seguir, apresentam-se alguns cuidados básicos para tornar a busca mais eficiente.

3.8.1 Cuidados iniciais na realização da busca

Uso de maiúsculas e minúsculas: O sistema de busca do INPI não diferencia letras maiúsculas de minúsculas. Isso significa que pesquisar uma marca em caixa alta ou baixa produzirá os mesmos resultados.

Pontuação e espaçamento: Sinais de pontuação, como hífen, ponto ou vírgula, são desconsiderados pelo sistema. Assim, termos escritos com ou sem pontuação costumam gerar resultados iguais. Ainda assim, recomenda-se testar variações quando houver dúvida.

Importância de realizar múltiplas buscas: Uma única pesquisa raramente é suficiente. Para aumentar a chance de identificar marcas semelhantes, é recomendável realizar várias buscas com variações do mesmo nome, utilizando diferentes tipos de pesquisa disponíveis no sistema.

Busca por palavras compostas e isoladas: Marcas formadas por mais de uma palavra devem ser pesquisadas tanto na forma completa quanto com cada termo separadamente. Isso ajuda a identificar marcas semelhantes que utilizem apenas parte do nome.

Exemplos práticos

Por exemplo, uma marca fictícia como **“PONTO VERDE”** pode ser pesquisada de diferentes formas:

- na forma completa;
- apenas pelo termo “PONTO”;
- apenas pelo termo “VERDE”;
- e com variações semelhantes, quando necessário.

Esse cuidado amplia o alcance da busca e reduz o risco de deixar passar marcas potencialmente conflitantes.

4 Classificação de Nice

A Classificação de Nice é um sistema internacional utilizado para organizar e classificar os produtos e serviços relacionados aos pedidos de registro de marcas. Esse sistema é adotado pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) e por diversos países, com o objetivo de padronizar a proteção marcária e evitar conflitos entre marcas que atuam em setores distintos.

Atualmente, a Classificação de Nice é composta por 45 classes, sendo 34 destinadas a produtos e 11 a serviços. A correta identificação da classe é um elemento essencial tanto para o depósito do pedido de marca quanto para a realização da busca de anterioridade.

A lista das classes em português pode ser acessada a partir do campo Classificação de Nice (Figura 4), sendo que a versão oficial está disponível no site da WIPO: <https://www.wipo.int/classifications/nice/>

4.1 A importância da Classificação de Nice na busca de marcas

A busca de anterioridade deve sempre considerar a classe de produtos ou serviços relacionada à marca pretendida. Isso ocorre porque marcas idênticas ou semelhantes podem coexistir legalmente quando estão registradas em classes distintas, desde que não haja risco de confusão ou associação indevida.

Dessa forma, compreender a Classificação de Nice permite ao usuário:

- direcionar a busca para o setor correto;
- reduzir a quantidade de resultados irrelevantes;
- tornar a análise de risco mais precisa.

Na Figura 16, é apresentada a interface relacionada à seleção ou visualização da Classificação de Nice no sistema de busca de marcas do INPI, evidenciando a importância desse critério na pesquisa, usando como exemplo a marca “fiber”.

Figura 16 – Classificação de Nice no sistema de busca de marcas do INPI

Classificação de Produtos / Serviços		
Classe de Nice	Situação da Classe	Especificação
NCL(11) 37	Vide Situação do Processo	Instalação e reparo de aparelhos elétricos; Instalação, manut...

Classificação Internacional de Viena		
Edição	Código	Descrição
4	29.1.12	Duas cores predominantes

4.2 Realização da busca utilizando a Classificação de Nice

Uma vez identificada a classe mais adequada ao produto ou serviço que a marca pretende identificar, o usuário pode realizar a busca combinando o termo da marca com a classe correspondente. Essa combinação permite restringir os resultados àquele segmento específico de atuação.

Na Figura 17, observa-se um exemplo de pesquisa exata associada à Classificação de Nice, em que o termo pesquisado é analisado apenas dentro da classe selecionada.

Figura 17 – Pesquisa exata associada à Classificação de Nice

BRASIL Acesso à informação Participe Serviços Legislação Canais

Instituto Nacional da Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda? | Login | Cadastre-se aqui...]

» Consultar por: **Base Marcas** | Pesquisa Básica | **Marca** | Titular | Cód. Figura | Finalizar Sessão

Forneça abaixo as chaves de pesquisa desejadas.
Utilize a **Pesquisa Avançada** para criar consultas específicas.
Evite o uso de frases ou palavras genéricas.

Tipo de Pesquisa: ☒ Exata ☐ Radical ?

Marca: fiber ?

Classificação de Nice - NCL:42 ? « Classificação de Nice »

Nº de Processos por Página: 100 ▼

pesquisar » limpar

Os resultados dessa pesquisa são apresentados de forma mais direcionada, conforme demonstrado na Figura 18, facilitando a identificação de marcas potencialmente conflitantes dentro do mesmo ramo de atividade.

Figura 18 – Resultados da pesquisa exata com Classificação de Nice


BRASIL

Acesso à informação

Participe

Serviços

Legislação

Canais

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: Pesquisa Básica | Marca | Titular | Cód. Figura

RESULTADO DA PESQUISA (21/01/2026 às 15:09:30)
Marca: "fiber" **Classe Internacional:** "42"
Foram encontrados 2 processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página 1 de 1.

Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe
921208979	03/11/2020	 -	 Pedido considerado inexistente	FIBER INOVA CONSULTORIA EM TECNOLOGIA LTDA	NCL(11) 42
931545234	15/08/2023	 FIBER	 Aguardando exame de mérito	ANDERSON RICARDO ELANO TELECOMUNICAÇÕES	NCL(12) 42

Páginas de Resultados:
1

A utilização da classe correta não elimina a necessidade de outras modalidades de pesquisa, mas contribui significativamente para uma análise mais organizada e eficiente

5 Conclusão e Recomendações Finais

A busca de anterioridade de marcas é uma etapa essencial para a proteção adequada de sinais distintivos, contribuindo para a redução de riscos no processo de registro e para a tomada de decisões mais seguras no desenvolvimento de produtos, serviços e iniciativas institucionais.

Ao longo deste guia, foram apresentados os conceitos fundamentais sobre marcas, bem como as principais orientações práticas para a utilização do sistema de busca do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). A correta aplicação dessas orientações permite uma análise preliminar mais consistente e consciente do cenário marcário existente.

Recomenda-se que a busca de anterioridade seja realizada de forma criteriosa, utilizando diferentes tipos de pesquisa e considerando as especificidades de cada caso. Ressalta-se que este guia possui caráter informativo e educativo, não substituindo a análise técnica especializada, a qual pode ser necessária para avaliações mais aprofundadas.

A adoção dessas boas práticas fortalece a cultura de proteção da propriedade intelectual e favorece o desenvolvimento de projetos e negócios de maneira mais segura e sustentável, garantindo o uso exclusivo, prevenindo a concorrência desleal, protegendo a reputação e agregando valor ao negócio. Em contrapartida, a ausência de registro possibilita que terceiros copiem, utilizem indevidamente ou até registrem o nome, podendo obrigar a empresa ou produto ou serviço a alterar sua identidade.



Referências

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. *Diário Oficial da União*: seção 1, Brasília, DF, 15 maio 1996. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm. Acesso em: 7/01/2026.

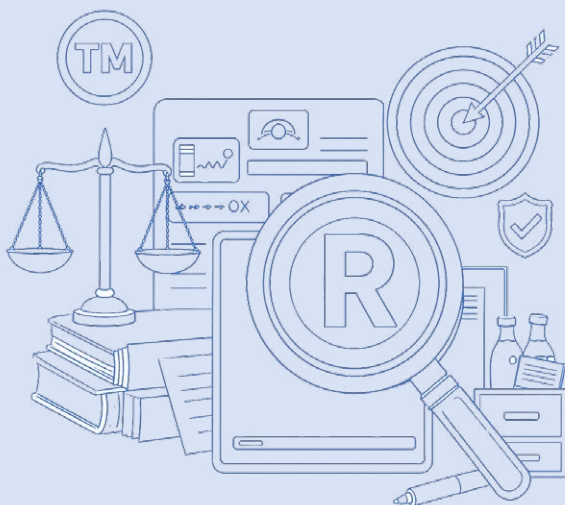
BRASIL. Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). **Busca de marcas**. Disponível em: <<https://busca.inpi.gov.br/pePI/servlet/MarcasServletController>>. Acesso em: 7/01/2026.

RUSSO, S. L.; SILVA, G. F.; NUNES, M. A. S. N. Capacite: Capacitação em inovação tecnológica para empresários. 2. ed. São Cristóvão: Editora UFS, 2012. v. 2, p. 287.

RUSSO, S. L.: Notas de Aula. Disciplina de Prospecção Tecnológica (2014 a 2023). Universidade Federal de Sergipe.

RUSO, S. L.: Notas de Aula. Disciplina de Prospecção Tecnológica. Programa de Pós-graduação Profissional em Propriedade Intelectual. Instituto Federal do Piauí. 2025.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL (WIPO). **Nice Classification**. Disponível em: <<https://www.wipo.int/classifications/nice/>>. Acesso em: 7/01/2026.





ISBN 978-857485675-9

9 788574 856759

DIGITAL

ISBN 978-857485677-3

9 788574 856773

IMPRESSO

